



**Plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad
de Bucaramanga de febrero a junio del 2025**

Modalidad: Emprendimiento- Plan de negocio

Karen Juliana Becerra Holguín
C.C 1005151386

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, 28 mayo 2025



**Plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad
de Bucaramanga de febrero a junio del 2025**

Modalidad: Emprendimiento- Plan de negocio

Karen Juliana Becerra Holguín
C.C 1005151386

**Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Gestión de la Moda**

DIRECTOR

Joseph Alexis Pinzón Bautista

CO-DIRECTOR

Carolina Raigosa Diaz

Grupo de investigación – GIMOCA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, 28 mayo 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 **Tecnóloga en Gestión de la Moda**, según acta No. 10-I-2025 del 02 de febrero del 2025, del Comité de Trabajo de Grado.



Manolo Flórez Calle
Firma del Evaluador



Joseph Alexis Pinzón Bautista
Firma del Director

DEDICATORIA

Esta dedicatoria va principalmente para mis padres por su paciencia, amor y apoyo en este proceso tan lleno de altibajos, pero también lleno de logros y esperanzas. Es un sincero agradecimiento por su esfuerzo el cual me ha llevado por los caminos correctos hasta encontrar mi destino y todo esto es gracias a ustedes mamá y papá que con su trabajo diario lograron con éxito que su hija cumpla con su proceso académico y aunque falte camino para finalizar esta etapa les agradezco con todo el amor que les tengo por estar siempre para mí. A mi hermanita que es mi motivación y es mi mayor amor en este mundo espero que siempre tengas presente cuanto te amo mi chiquita.

Para mi mejor amiga la cual también merece ser parte de esta dedicatoria por su compañía en los peores momentos, por ser incondicional tu amor. Té agradezco por ser la luz en mi camino por darme siempre esas palabras de apoyo las cuales me dan más fuerza para continuar esta etapa de todo corazón te agradezco mi amiga del alma.

Este párrafo va dedicado a la persona más especial de mi vida la cual es la fuente de todos mis momentos de alegría, dolor, nostalgia, remordimiento y el más importante amor. Esta persona es mi abuelita la cual se llamaba Gilma Lozano de Becerra un ser maravilloso que me inspiro amar cada esfuerzo, cada dedicación y cada logro. Por la cual estoy realizando este proyecto con todo mi empeño. Aunque ella nunca va a leer esta dedicatoria siempre estará presente en cada letra, en cada palabra y en cada proyecto que realice y su nombre siempre será un recuerdo constante de que me debo realizar como profesional, así como ella esperaba verme algún día. No estas, pero tus palabras, consejos y tus esfuerzos por enseñarme a ser una persona coherente en mis actos y acciones, a ser una persona humilde y dedicada, con mucho amor al mundo. Para mí siempre estarás presente en cada lector que se detenga a leer con detenimiento esta dedicatoria y en mi tu nieta querida la cual amaste tanto. Te extraño y te agradezco por todo.

AGRADECIMIENTOS

Quiero dar mi más sincero agradecimiento a las personas que me ayudaron y acompañaron en la realización de este proyecto de manera eficaz y correcta. No es un procedimiento sencillo, pero es de admirar su dedicación y compromiso al efectuar con claridad su seguimiento en este proceso tan complejo por este motivo le agradezco a mi tutor Joseph Alexis Pinzón docente de modas de la universidad tecnológica de Santander y a la profesora Carolina Raigosa Diaz también docente de modas de la universidad tecnológica de Santander por su acompañamiento efectivo en el proceso de desarrollos de este proyecto de grado.

No puedo dejar de lado a toda la coordinación de modas por su gestión en este proceso, a ellos un cordial agradecimiento desde los funcionarios internos los cuales serían secretarías hasta los funcionarios externos los cuales son docentes y la coordinadora Luisa María Reinoso a los cuales le agradezco de ante mano por el apoyo a sus estudiantes.

De último, pero no menos importante ya que son lo más importante de mi vida les agradezco a mis amados padres los cuales han dedicado su vida entera al cuidado, apoyo y amor hacia sus hijos. A mi padre amado José Ferney Becerra Lozano le agradezco por su esfuerzo diario en el trabajo en jornada extensas para poder aportarme de manera económica y monetaria en este proceso tan abrumador pero que rindió muchos frutos. A mi madre amada y adorada te agradezco por tu dedicación en el hogar por estar siempre cuando más te necesito por aporta un granito en este proyecto y por el amor con el cual me apoyo para continuar en este proceso tan complicado, pero no imposible por todo esto les agradezco de todo corazón y con todo mi amor.

Doy cierre recalcando lo importante y lo agradecida que estoy con cada una de las personas mencionadas en este proyecto de grado siempre estarán presentes.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>9</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>10</u>
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u>	<u>12</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2 JUSTIFICACION	14
1.3 OBJETIVO	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICOS	14
1.4 ESTADO DEL ARTE	14
1.4 MARCOREFERENCIAL.....	19
2.1 Comportamiento del mercado de las mujeres artistas.....	
2.2 Proceso de compras de las mujeres artistas.....	
2.3 Productos que usan las mujeres artistas.....	
2.4 Plan de negocios canvas.....	
2.5 Plan de negocio canva para pequeñas empresas.....	
2.6 Plan de negocio canva para emprendimientos	
<u>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....</u>	<u>36</u>
<u>4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</u>	<u>39</u>
<u>5. RESULTADOS.....</u>	<u>43</u>
<u>6. CONCLUSIONES.....</u>	<u>52</u>
<u>7. RECOMENDACIONES</u>	<u>53</u>
<u>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>54</u>
<u>9. APENDICE.....</u>	<u>59</u>
<u>10. ANEXOS</u>	<u>65</u>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Historia del traje escénico	28
Figura 2. Vestuario de las obras para todo el Complejo Teatral Buenos Aires (CTBA).....	29
Figura 3. Bocetos película cisne negro	30
Figura 4. Henri de Gissey- EL rey como Sol en el «Ballet de la Noche».....	31
Figura 5. El lago de los cisnes Ballet	32
Figura 6. Introducción al diseño de vestuario escénico	33
Figura 7. Costos	41
Figura 8. Lienzo de modelo Canvas.....	42
Figura 9. Ficha de geometral	43
Figura 10. Ficha de geometral	44
Figura 11. Microtendencia: Nuevo romanticismo	49
Figura 12. Propuesta de diseño- Ilustración.....	50
Figura 13. Moodboard de consumidor.....	51
Figura 14. Formato de entrevista.....	59
Figura 15. Formato de consentimiento.....	60
Figura 16. Formato de diseño.....	61
Figura 17. Formato de fichas técnicas	62
Figura 18. Formato de observación	63
Figura 19. Formato de imagen.....	64
Figura 20. Formato de entrevista.....	65
Figura 21. Formato de entrevista.....	66
Figura 22. Formato de entrevista.....	67
Figura 23. Formato de consentimiento informado.....	68
Figura 24. Formato de consentimiento informado.....	69
Figura 25. Formato de consentimiento informado.....	70
Figura 26. Evidencia de observación	71
Figura 27. Evidencia de desarrollo de estrategia	72
Figura 28. Fotografía de estrategia	73
Figura 29. Formato de uso de imagen.....	74

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Observacion participante y no participante	38
Tabla 2. Resultados	45
Tabla 3. Entrevistas	46

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto presenta una problemática relacionada con el vestuario escénico relacionado con las artistas en el área metropolitana de Bucaramanga y presenta un objetivo general y específico para dar solución a la problemática se desarrolla por medio de un prototipo de prendas de vestir abordando unas bases teóricas sobre los temas de vestuario escénico, mercado femenino, comportamientos en este mercado, plan de negocios Canvas y temas legales que se relacionan con el tema. Un desarrollo de trabajo de grado con una investigación descriptiva y un enfoque cualitativo, en una ejecución de trabajo de grado donde explica el desarrollo del modelo de negocio canvas, unos resultados, conclusión, referencias bibliográficas y anexos.

PALABRAS CLAVE.

Plan de negocio

Vestuario para artistas

Artistas femeninas

INTRODUCCIÓN

El vestuario escénico es parte fundamental de este proyecto y de igual manera parte fundamental para las artistas las cuales son las referentes de consumidor que tenemos. Continuando con el vestuario escénico nos damos cuenta que es fundamental el uso de este en el escenario formando parte de la esencia del artista en la puesta en escena.

De acuerdo a Rozo (2025)⁷. El vestuario escénico se rodea de muchas variantes desconocidas las cuales no todos espectadores llegamos a reconocer o a ni siquiera ver de manera práctica pero que se resaltan de manera positiva al tema del vestuario escénico. Aquí llegamos a la acción donde se idealiza en un vestuario escénico junto con esto se plasma, se explica y se contextualiza el uso de esta o el de la puesta en escena que se utiliza como el puente entre toda la estética de vestuario y escenario.

Las artistas femeninas son pieza fundamental de este proyecto ya que ella son nuestro eje en la búsqueda de información relacionada del consumidor en este caso las artistas femeninas. Referente a la búsqueda de información sobre este tema encontramos sobre el comportamiento de compra que tienen las artistas y sobre lo que más buscan en el mercado esto con el fin de conocer su comportamiento.

Las artistas femeninas no solo muestran su arte en escena también su vestuario, su esencia y su alza a la voz que es una llamado a la importancia del género femenino en el arte. Al visibilizar un género como lo es el género femenino se vuelve un acto de fuerza y potencia de más inclusión femenina en el movimiento artístico donde se reconoce más el talento que el aspecto (Boschetti y Dietrich, 2011).

Un plan de negocio es fundamental para el análisis de este proyecto ya que este le da la idea a la estructurada con la información recolectada y obtenida de por las fuentes de búsqueda donde se ratifica y se aborda con detalle lo recopilado. Así con este contenido se implementa a más detalle este plan de negocio.

Para el plan de negocio necesitamos tener en cuenta la siguiente información la cual es fundamentales para la realización efectiva de este plan. Esta información se define en lo siguiente: la identidad es aquello que es único que identifica el plan como algo propio en este también se encuentran la visión y la misión, la cultura la cual se debe conocer para implementar este, junto con este el paradigma organizacional el cual contribuye con lo anteriormente mencionado (Santos, 2015).

El proyecto tiene una investigación descriptiva ya que se definen los materiales y el segmento de estudio con relación al prototipo de prenda que se quiere presentar en el proyecto. Un enfoque cualitativo para hacer entrevista a los informantes los cuales son Claudia Liliana porras chinchilla, Wilmer Palomino, Mayra Alejandra Bautista Porras; unas observaciones a lugares sustitutos como la casa de los disfraces, vestuario garabato, disfraces Mogú, tienda la Lafayette. En desarrollo de modelo de grado donde se explica el plan de modelo canvas, con la segmentación del ítem y la propuesta de diseño por medio de fichas técnicas de geometral y fichas técnicas ilustración un resultado donde se evidencia el cumplimiento de las observaciones.

El modelo canvas para negocio tiene como clave su desarrollo fundamental en el proceso de este proyecto teniendo en cuenta su forma y la distribución de esta para su uso de manera correcta implementando con claridad y efectividad cada ítem mencionado en el formato.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se ha detectado que los artistas del área metropolitana de Bucaramanga tienden a tener dificultades al momento de encontrar el vestuario perfecto para el uso en sus actividades como artista. Encontramos que estos artistas carecen de vestuarios para sus escenografías o presentaciones dando comienzo a una búsqueda para el mejoramiento de esta problemática. Y la ausencia en la falta de diseño escénico para nuestros artistas.

Hoy en día el mercado local se ha puesto a las tendencias y a la moda rápida conocida como fast fashion la cual minimiza el mercado artístico o el mercado escénico. Esto conlleva a que los artistas del área metropolitana de Bucaramanga crezcan en vestuarios. Con relación a esto no se cuenta con el amplio desarrollo que caracteriza este mercado el cual no otorga una viabilidad a la hora de la búsqueda de vestuario al artista.

Globalmente el mercado reconoce la utilidad del vestuario escénico para estos artistas, pero invalida este sector. Otorga esta labor a la moda rápida o fast fashion la cual no prioriza este mercado lo omite completamente deja un ámbito abierto o una falta de reconocimiento. Al tener en cuenta que la moda rápida es cambiante y preside enfocarse neutral mente en el mercado más influyente y asola el mercado escénico.

Pregunta de investigación

¿Cómo se debe desarrollar un plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Se quiere implementar un plan de negocios sobre vestuario escénico femenino el cual sea llamativo, cómodo y cause impacto. Para uso de sus actividades escénicas o presentaciones en el escenario a las artistas del área metropolitana. Crear un vestuario que se pueda usar en variadas ocasiones que combine la escenografía junto a la artista y aporte un balance de comodidad y estética que mejore el tecnicismo del vestuario escénico.

El vestuario escénico femenino es importante para las artistas del área metropolitana de Bucaramanga. Ya que esto les ayuda a crear presencia en el escenario y a vincularse con el público lo que crea una buena conexión escénica. Este vestuario es importante ya que tiene colores llamativos, pedrería, telas brillantes y textura.

“Se aborda el desaprovechamiento del mensaje que se transmite a través de la música; y cómo esto influye en la expresión del artista a través del vestir. Además, se propone el desarrollo de una estética visual en el vestuario escénico”.

(Narváez, T, S. Hurtado, T, M. 2023)

Desde el programa de Tecnología de Gestión de la Moda se busca que los estudiantes de quinto semestre junto a la modalidad escogida emprendimiento o plan de negocios puedan sacar ideas que tengan una innovación o exclusividad al uso de prendas femeninas. Esto ayuda a que haya segmentos más detallados y específicos con el tipo de producto que puedan usar.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025, con el fin de brindar autenticidad.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar el comportamiento de compra de las mujeres artistas.
- Indagar sobre el vestuario escénico.
- Determinar el tipo de plan de negocio sobre el vestuario artístico.

1.4. ESTADO DEL ARTE

A menudo nos preguntamos ¿Cómo es el desarrollo de una mujer artista? Comprendemos que estos artistas se forman de manera menos práctica y más desigual, desarrollándose como artistas de gran peso.

Desde el comienzo los artistas asumieron una posición dual: como protagonistas de una novedosa disciplina a la vez que creadoras de la misma al posicionarse a ambos lados de la lente como objeto y como sujeto (Muñoz y González, 2014), convirtiéndose en autoras de su imagen mediante la auto representación. (Fernández et al. 2018.P. 76.)

En este contexto conocemos más sobre los duros conflictos de mujeres artistas a las cuales se someten para el mejoramiento en su entorno artístico. Y la búsqueda del bien común y su bienestar como artista generando nuevas ventajas para las próximas mujeres artistas.

(González 2024.P. 27). La mujer artista colombiana es un evento de gran valor, ya que estás juegan con una ética y moral. Esto se evidencia en artistas como Débora Arango, Beatriz González y Clemencia Luciena, artistas femeninas colombianas. Estos artistas consiguieron junto a sus creaciones dar a conocer lo revolucionario y lo analítico del arte. Por medio de pinturas de desnudos, como es el caso de Débora Arango una mujer católica y reservada que fue vista como una progresista y lejana de lo común.

Es interesante considerar la falta de reconocimiento que tienen las mujeres en el arte. Esto nos da a conocer el poco interés por el arte, la cultura y sabiduría femenina que nos han dejado muchas artistas femeninas plasmadas en obras y escritos.

Las mujeres artistas no han tenido mucha relevancia a diferencia de los hombres artistas. Que ellas realizaron un papel de mayor valor lo cual por esto adquirieron un molde dado por la época limitando el seguir artística femenino y pasando por alto su talento como artista. Esto refleja un poco de lo que la autora nos quiere dar a conocer en su análisis de investigación (Rodríguez, 2018. P. 4).

Vestuario escénico.

Al indagar sobre el vestuario escénico podemos darnos cuenta de que trata de conectar el arte con sus facetas y de contar esto en su expresión junto con el diseño. ¿Será que el vestuario escénico transmite más que arte o solo está diseñado para verse bonito en el escenario?

El diseño de vestuario escénico se transforma en una intersección de arte historia, sensaciones, aspectos sociológicos. La evolución del vestuario escénico se puede apreciar por el desarrollo de los estilos artísticos y los criterios del vestir de ese momento. Podemos ver qué este vestuario desempeña el papel importante en transmitir el visual en la expresión artística (Hidalgo, 2024. P. 52).

No cabe duda de que el vestuario escénico es muy importante en la construcción de la escena. Con esto vemos que el vestuario es la esencia del artista y también el complemento de la escenografía.

El vestuario escénico es el rostro expuesto de un artista, eso hace que sea importante en su uso. Debe ser armonioso con lo que se propone por el encargado escenográfico junto al creador del vestuario y diseño. Con el mérito de plantear las ideas y desarrollarlas dándole el seguimiento a éstas para traer la propuesta de vestuario a la realidad (Suárez, 2019.P. 35).

Tenemos como resultado la idea del vestuario escénico y los alcances que tiene está sobre el escenario, el performance y el artista lo mucho que esto ha trascendido a lo largo de los años genera cambios en los vestuarios y artistas.

El vestuario escénico es el conjunto de prendas, complementos y accesorios que se utilizan en un espectáculo para definir las cualidades estéticas y expresivas de un personaje, dentro de un contexto al actuar como un indicador de información que permite identificar cuál es su rol en la puesta en escena. (Tinoco 2019. P. 24)

1.5 Plan de negocios.

El desarrollo de un plan de negocio debe ser un ejercicio que se pauta muy meticulosamente al realizarse con actividades las cuales integran de manera puntual. Estas son muy importantes para tener herramientas que ayuden a la creación de este plan de negocios.

Desarrollo de un plan de negocios se inicia con los conceptos teóricos básicos y continúa con la ejecución de las prácticas estas son algunas herramientas implementadas en el trabajo las cuales son análisis de FODA, segmentación de mercado, identidad del emprendedor, estrategias de posicionamiento, identificación de mercado, marketing mix. La cual será implementada y utilizada de forma meticulosa para ser suministrada de manera sencilla a terceros (Romero, 2020).

Es importante realizar correctamente un plan de negocio con sus respectivos objetivos y herramientas las cuales se implementan de manera correcta. Teniendo en cuenta estas herramientas junto a los objetivos específicos ¿se puede crear un plan de negocios que aborde una solución de manera eficaz?

El plan de negocios es una herramienta que permite a las organizaciones trazar una ruta por medio de la cual alcanzará todos y cada uno de sus

objetivos y metas propuestas, destacando entre ellas la rentabilidad esperada, también, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro. (Gaytán 2020)

Al indagar y conocer más sobre los planes de negocios nos damos cuenta de que este se desarrolla de manera práctica con los objetivos teniendo en cuenta las evoluciones de cada plan de negocio. Estos los tenemos en cuenta a la hora de realizar de manera correcta el plan de negocios algunos de estos objetivos se conocen como objetivos específicos de gran importancia.

Los planes de negocios han tenido una evolución con la cual se adaptan a la competencia. Con estas competencias surgen emprendedores capacitados para disponer de sus habilidades y realizar múltiples negocios. Estos aportan variedad en sus estrategias en sus aprovechamientos de sus logros en el mercado. Estos emprendedores deben cuidar y manejar el desarrollo del pensamiento funcional para su personal. Así que estos movimientos estratégicos de desarrollo generan un plan de negocios táctico (Cipriano y González, 2017).

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco de referencia

2.1.1 Comportamiento del mercado de las mujeres artistas.

Al indagar sobre el comportamiento de compra de nuestras artistas femeninas encontramos que tienen una fuerte influencia por otros artistas esto va de la mano con el performance de la artista y lo que desea mostrar a su público.

El comportamiento de las artistas va de la mano con su interpretación. Estos artistas buscan que su vestuario sea parte de la escenografía esto se debe a que los vídeos click ya son generalmente parte de la cultura popular generando una idealización en el vestuario escénico que debe llevar un artista enfocado este concepto plenamente en su vestuario y el porte de este.

(Martínez, 2017. P. 475)

Al conocer la moda debemos conocer la crisis que surge de esta, la cual es parte del arte y el artista. En la crisis se conoce el comportamiento del consumidor en este caso el comportamiento del artista como consumidor de moda.

En las crisis conocemos el comportamiento de las mujeres y si va dirigido a lo crítico, central, social o político. Debido a esto y otros factores el mercado de la moda se centra en recolectar estos factores como referentes de modelos de diseño, fabricación y publicidad con el fin de crear colecciones a las damas según el comportamiento el cual es estudiado a detalle (Cisnal, 2022).

Al reconocer el comportamiento de nuestros artistas en el consumo de prendas escénicas podemos obtener lo que conlleva al uso de estas prendas como reflexión sobre cuál es el comportamiento en la acción de su uso

El impacto que tiene la influencia en la moda es monumental, esto equivale a la acción de compra de las féminas actuales. Entendemos esto como un dinamismo masivo que algunos estudios enseñan como el ejemplo de los Blogger los cuales son realizados por marcas junto a influencers en redes digitales. creando un gran movimiento en masa en la toma de elecciones de compra en jóvenes esto con la afectación en el desempeño como autónomos en la toma de decisiones (Chu Tan & murakami, 2018. P. 8).

2.1.2 Procesos de compras de las mujeres artistas.

Conozcamos el proceso de compra de las mujeres ya que este es un proceso muy importante para valorar y estudiar a nuestros artistas. Reconocer este proceso es fundamental y práctico ya que con este podemos obtener un segmento comercial.

El público debe ser objetivo esto pensando en el diseño el cual debe crear una impresión de agrado al público. Esto es evaluado tras el trabajo del diseño y la personalización que se requiera con el público con el fin que se sientan identificados con el producto. (Alayo et al. 2021. P 38)

Si tenemos en cuenta los procesos de compras de las mujeres entendemos lo importante que es la creatividad para ellas y las habilidades que se obtienen en este proceso.

La publicidad tiene mucho que ver con la creatividad y las habilidades en el mercado. Esto es gracias a la innovación de estas redes Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn son partidarias de esta innovación creativa siendo así la cercanía del producto del mercado digital al cliente o comprador. Aquí es donde nos damos cuenta de la capacidad o habilidad que tienen las redes en la difusión de publicidad de mercado (Acosta, 2018 y 2019).

Al conocer todos los procesos de compra de las mujeres también conocemos sus gustos y preferencias que tan objetivas son a la hora de las compras y lo importante que son para ellas los productos para su uso como artistas.

Para empezar a definir el comportamiento de los consumidores se debe entender esto como la actividad que realizan los consumidores. Esto con el fin de indagar, conocer, evaluar, emplear y adquirir bienes y servicios también se puede obtener el descarte de algunos productos los cuales no se adquieren con el fin de satisfacer las necesidades. Este comportamiento es definido como una conducta o una suma de conductas de compras que realiza el comprador al suplir estas necesidades (Delgado & Alberto, 2024. P. 13).

2.1.3 Productos que usan las mujeres artistas

Conozcamos un poco de los productos que usan las mujeres en este caso las que se dedican al mundo del arte. Aquí estudiaremos con detalle qué tipo de producto consumen estas mujeres y que tan adquirible son para estas mujeres.

Tenemos las marcas de lujo las cuales proporcionan al consumidor una visión lo que quiere decir que le ofrecen con claridad de producto. Estas marcas van de la mano con la sostenibilidad, lo cual es atractivo para este tipo de consumidor ya que esto influye sobre las aspiraciones que tienden a enfocar su difusión en otros

factores como el marketing, social lo cuales son de la total aceptación para este público especial (Bendell y Kleanthous, 2007).

Al continuar investigando encontramos que las mujeres consumen más productos los cuales le ofrecen mejor puesta en escena. Un reconocimiento de lo que ellas consumen con el vestuario.

En esta categoría se utiliza el vestuario el cual va ligado con la acción que maneja el artista en el performance. Este debe ser conectado con el usuario en cuestión el concepto es el que el artista quiere dar a conocer. El cual desarrolla como una herramienta para la ejecución de una acción de la identidad en el uso de este vestuario en los artistas. (Tipia & Camezzana, 2014)

Conociendo el consumo de productos de nuestros artistas y que tan importante es para ellas a la hora de ser visualizados en el escenario. Al tener todos estos resultados dados logramos detallar que nuestros artistas buscan una preferencia de mercado estudiando cada función de esta y su retribución al vestuario escénico.

Enfatizando en lo que es en realidad lo que se consumidor prefiere a la hora de adquirir un producto debe observar con detalle su comportamiento. Este comportamiento se divide en tres enfoques los cuales forman parte de un estudio el cual menciona lo siente de la fase. La fase uno conocido como el enfoque cognitivo la cual estudia el comportamiento el cual estudia el comportamiento cognitivo consciente, La siguiente fase o el enfoque activo la cual menciona tres conceptos que hablan de los procesos de esta proceden el actuar del consumidor y por último el enfoque afectivo o cognitivo aquí me dio a le decisión de consumo y sus

preferencias dejando en claro que se debe enfocar en el consumir (Ruiz y Munuera, 1993. P. 26).

2.1.4 Plan de negocio canvas.

Para tener una idea clara de cómo hacer o crear un plan de canvas para el negocio se debe investigar y buscar información que aporte a esta investigación de manera parcial y directa.

Para empezar un diseño de negocio se debe implementar y crear una metodología la cual busca que se desarrolle una estrategia de manera correcta. Esto nos da a entender que un plan de negocio es el proyecto que se implementará para tener un seguimiento en la eficacia y debe ser favorable en su función como modelo de desarrollo. (Lozano et al, 2019)

Al tener claro que es un plan de negocio canvas podemos desarrollar el implementar de manera práctica y concreta el concepto de la mejora del plan y con esto dar pie al modelo de negocio planteado.

Un plan de negocio es el seguimiento que un emprendedor junto al empresario debe seguir con detalle e implementar en la documentación la cual describe este como el desarrollo para futuras acciones junto a las estrategias que se implementan. Se define como modelo de negocio ya que esto debe ser aislado y solo se debe compartir la función que cada parte realizará en el proyecto esto al ser pensado con nitidez, certeza y confiar en su conocimiento como empresario (Ferreira, 2015).

Con esta investigación damos a conocer este concepto de modelo de negocio canvas para tener como referente a la hora de manejar este concepto y buscar más información detallada que respalde el modelo de plan de negocio canvas.

La definición de un modelo de negocio canvas da la posibilidad a un emprendedor de observar y reconocer cuál es el potencial tecnológico que puede cubrir la empresa. Lo que puede ser descubierto por medio de la venta digital de producto o servicios al dar a conocer propuestas que cubren los costos, utilidad y métodos de competitividad en el mercado. Este sería el hilo conductor de la modernización de la idea planteada para este plan de negocio (García, 2022. P. 350).

2.1.5 Plan de negocio canvas en pequeñas empresas.

Teniendo en cuenta el modelo de negocio canvas encontramos que estos modelos son funcionales para todo tipo de plan de negocio desde empresas pequeñas, medianas y grandes cumplen con la funcionalidad y el objetivo que buscan estas empresas generando el uso de este plan para sus mejoras empresariales.

Las pequeñas empresas tienden a generar mayores planes de mejoramiento estrategias usando medios de marketing digital. Con el fin de subir la popularidad en plataformas digitales explorando mercados digitales como redes sociales llegando a los clientes que consumen este tipo de plataformas digitales. Generando costos de ganancia al desplegar en otros segmentos de mercado utilizando recursos fundamentales para las nuevas metas empresariales. (Barrios y Sánchez, 2017)

No cabe duda de que el modelo de negocio canvas para pequeñas empresas es un proceso que cada emprendedor o empresario debe seguir al pie de la letra con el fin de conseguir mejor difusión en el mercado y con los comensales.

Con este plan de negocio canvas se puede concluir que al obtener nuevos servicios como los tecnológicos. Lo que habilita la accesibilidad a nuevos

escenarios para el uso eficaz de estas tecnologías a favor de las empresas. Con las crisis actuales que se tienen junto a los modelos de desarrollo nada factibles los cuales crean problemáticas de desarrollo generando que este plan de negocio y las tecnologías sean indispensables para el uso de las empresas (Zoriza, 2015. P. 225).

El desarrollo de plan de negocio canvas implementa la segmentación en el mercado como desarrollo de las empresas. Esto con el fin de conocer los gustos en el mercado para la proyección de los servicios ofrecidos en las propuestas del desarrollo funcional de empresas mejorando el mercado con esta propuesta.

En el plan de negocio canvas se debe utilizar de manera práctica la segmentación de mercado. Esto con el fin de conocer a los clientes ya que estos son el objetivo primordial de este modelo realizado por la empresa y también los principales consumidores del producto ofrecido a los comensales de la empresa con esto nos referimos a la propuesta de valor ofrecida la cual se debe implementar en la innovación de este medio para general una distinción lo que lo haría único y diferente de su competencia. Con lo anteriormente mencionado se tiende a que la planeación estratégica que se hace a través del marketing se crea con el fin de conectar de manera directa y clara con el cliente (Osterwalder, 2011).

2.1.6. Plan de negocio canvas en emprendimientos.

Plan de negocio canvas para emprendimientos es la estrategia de generar un objetivo el cual es implementar este modelo en los emprendimientos con el propósito del desarrollo activo del mercado empresarial y sujeto a esto también se debe implementar en los bienes y servicios ofrecidos a los comensales.

Este plan tiene como acción central la creación de un plan de negocio e implementar con estrategias funcionales concretas el desarrollo de las actividades centrales de las empresas. Para la utilización de la herramienta canvas la cual nos ayuda a reconocer las empresas y la dirección de los proyectos económicos para el cubrimiento de zonas primarias del negocio. Cómo los son los potenciales compradores, las propuestas de mercado, los esquemas planteados y la realización financiera propiciando está última como la determinación de la acción en el mercado (Martine, 2013).

Al conocer más sobre los planes de negocios canvas para emprendimientos nos damos cuenta de la importancia que tienen para los empresarios o emprendedores lo concretos y viables que logran ser utilizando sus funciones las cuales se deben implementar de manera eficaz.

Al considerar de manera eficaz un plan de negocio canvas se debe considerar también la documentación respectiva. Para este proceso el cual cubre todos los aspectos en relación a esto con el fin de dirigir de manera sistemática la planeación a futuro de los proveedores de la empresa. Junto a un análisis de estrategias en áreas claras y directas para la futura proyección general hacía el logro esperado contemplando una estructura de mercado correcta (Bravo y Cárdenas, 2016. P. 145).

Concretando con la idea de la realización de un plan de negocio para un emprendimiento y su funcionamiento eficaz, complementario y estructurado en el desarrollo de creación junto al seguimiento de documentación regulatoria con archivos del procedimiento del plan.

El modelo de negocios canvas se puede fragmentar con el fin de ayudar al empresario o emprendedor a comprender de manera fácil y práctica. Este modelo también es muy competitivo ya que este es innovador con el fin de diferenciarse de la competencia. Este negocio debe ser práctico por eso se divide en nueve funciones las cuales son evaluadas y generar una idea estructurada en el desarrollo de la planeación exitosa por el empresario o emprendedor. (Paredes, Medina y Castillo, 2022)

2.2 Marco conceptual

2.2.1 códigos de vestuario escénico.

El vestuario escénico es la parte más importante para el artista. Con esto el artista asume posición en la escena. Así el artista crea su montaje escénico dándole vida a su interpretación.

El vestuario escénico es tomado como la otra piel del artista esto quiere decir que el artista está comprometido con su propuesta de escenografía. Este fenómeno hace que el artista intercala elementos en el tiempo y espacio definido. Dándole a cada ensayo una forma singular. Esto se refleja en la utilidad ya que potencia los recursos de los artistas (Charlo, 2021).

Tenemos como clave el vestuario escénico que transforma al artista. Esto le da libertad al vestuario sin importar la época ya que el vestuario es la representación de la escena. Con esto se llama la atención de la audiencia generando movimiento de masa.

La moda visual funciona como código de comunicación. Esto a través de colores y texturas lo que genera cambios con interpretaciones diferentes. En la sociedad los

códigos de vestuario son influyentes lo que hace modificable a las influencias de la escena de detenimiento desde la época hasta el día de hoy. Creando movimiento en la escena artística y el vestir generando libertad en la tipología de prendas en cualquier contexto escénico (Pastor, 2020).

Figura 1. Historia del traje escénico



Nota. La importancia de las texturas visuales para el vestuario escénico.

Fuente <https://vestuarioescenico.wordpress.com/tag/historia-del-traje-escenico/>

El vestuario escénico se entiende como la idea de lo que se debe realizar y cómo el artista está generando un patrón, pero liberando el concepto.

La indumentaria, como medio de expresión individual y de regulación social, es un elemento cercano al ser humano que lo define personalmente y lo ubica socialmente. Las peculiaridades de su lenguaje deben de ser aprovechadas -y manipuladas- en su traslación de lo histórico. (Fernández, 2015. P. 10)

Figura 2. Vestuario de las obras para todo el Complejo Teatral
Buenos Aires (CTBA).



Nota. Vestuario escénico como medio de expresión social e individualismo.

Fuente <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/de-cascos-de-astronautas-a-calzones-del-1800-como-es-la-gran-fabrica-de-vestuario-teatral-de-buenos-aid14012024/>

2.2.2 Proceso de creación de vestuario escénico.

Con la creación del vestuario escénico nos dimos cuenta de que se debe llevar a cabo algunos pasos. Estos conllevan a la elaboración de este vestuario mejorando la idea de cada creación.

Se conceptualiza una idea que abre una brecha con el consumidor durante un análisis de composición y elaboración. Después tenemos una etapa de vestuario y continuamos con la etapa de bocetación en esta se cuenta con el proceso de creación complementando la producción de vestuario (Gallego et. al. 2018. P. 18)

Figura 3. Bocetos película cisne negro



Nota. Etapa de bocetación para la creación de vestuario. Fuente

<https://filmosofia.com/detras-de-las-camaras-del-cisne-negro/>

El diseño se ve vinculado con las ideas sociales con las que se genera una unión. Esto se refleja en el paso del tiempo en la época generando un código de vestimenta escénico.

Las coordenadas de diseño están relacionadas a posibles signos vinculadas a un código social establecido y la individualidad de personaje. La coordenada básica de diseño es: época, jerarquía social y familia en el contexto particular. (Acevedo, 2015. P. 35)

Figura 4. Henri de Gissey- EL rey como Sol en el «Ballet de la Noche».



Nota. El vestuario escénico cumple con los códigos sociales de vestuario dependiendo de la época.

Fuente <https://vestuarioescenico.wordpress.com/tag/luis-xiv/>

El vestuario escénico es muy cambiante, con esto nos damos cuenta de la libertad que tiene el diseño en el mundo escénico. Esto abre la percepción del diseño junto al concepto de este.

El vestuario escénico no solo cumple con la función de ser decorativo o estético, con él también se puede contar particularidad y detalles de la situación. Logran con esta confección el desarrollo del diseño como estrategia general ya que los diseños no estén estandarizados ya que esto está sujeto a conceptos que varían según el director de la escena (Betancur, 2023).

Figura 5. El lago de los cisnes Ballet



Nota. El vestuario escénico debe transmitir la esencia de la obra al público.

Fuente <https://www.auditoricornella.com/es/programacion/c/4380-el-lago-de-los-cisnes.html>

2.2.3 Diseño de vestuario escénico.

La idea del diseño de un vestuario se puede ver plasmada en el enfoque del diseñador. El cual tendrá su Inspiración en su foco central esto quiere decir que el diseño es inspirado de un concepto focal.

La creación de un diseño se basa en la autenticidad lo que genera el llamado de atención del artista a su público. Generando la comunicación de ambas partes tanto como el artista o la de su audiencia generando una satisfacción en el diseño de esta pieza. Creando una estrategia de diseño gracias a la inspiración de la llamada musa o pieza de inspiración (Zafra, 2018).

En lo general se determina que el vestuario escénico es el principal desafío de un diseñador. Esto quiere decir que este es el foco de la atención para los espectadores generando la mayor relevancia en el área de lo escénico.

El diseño del vestuario escénico es una disciplina usualmente desatendida esto es por la idea de que este vestuario ha sido desmejorado, dejado he ignorado por la crítica idea del consumidor en este caso el público. Lo que cierto sin sabor en los espectadores sobrevalorando el vestuario escénico es la construcción de una obra con la que se creó el personaje dentro lo artístico (Carreño, 2017.P. 29).

El diseño del vestuario escénico es completo pero liberador. Componiendo N conceptos, mejorando ideas, y actualizando el vestuario para no dejar en el olvido este.

El vestuario para los figurantes del mercado lo sacamos de los fondos de vestuario del teatro, se arreglaron y decoraron para que combinen con el resto de los trajes de la nueva realización de la producción. Depende de la producción y del teatro (Cobos, 2021).

Figura 6. Introducción al diseño de vestuario escénico



Nota. La realización del vestuario escénico actualizando ideas combinando de texturas. Fuente <https://www.cultura.gob.ar/anotate-y-participa-del-taller-introduccion-al-diseno-de-vestuario-esc-11169/>

2.3 Marco legal

2.3.1 Regulación sobre la venta de prendas para mujeres artistas.

Complementando la idea principal podemos aclarar la necesidad de conocer estos artículos de ley. Esto con el fin de tener muy en cuenta la ley para no cometer errores de ley en el proceso elaboración del proyecto.

Resolución 126, artículo 2, en este se tiene en cuenta que aquí mencionan que lo fundamental que es tener el reglamento con el cual se complementa esto con medidas claras dejando como idea principal el uso de devoluciones y junto al no minimizar cambios en el proceso de venta para no cometer errores con nuestros consumidores (Sin jurídico,2017).

2.3.2 Impactos esperando en el vestuario escénico.

La idea principal es conocer cómo la ley nos ayuda a mejorar con el proceso el cual puede verificar cada duda de manera correcta y concisa para el mejoramiento de la investigación. Para tener en cuenta el impacto que esto va a tener sobre el producto en el mercado, las mejoras y el proceso que debemos realizar al paso de este artículo de ley.

Artículo 136, las capitales del departamento llevarán a cabo hechos para complementar los registros únicos. Esto se administrará por el espectáculo público de la cultura con las entidades que regulan estas actividades con el portal único de Colombia con el fin de beneficiar a los productores de espacios publicitarios que se dediquen a esto (secretaría del senado).

2.3.3. Requisitos y procedimientos de un plan de negocios.

Tenemos como idea que cada plan de negocio debe cumplir con unas normas. Estas deben estar bajo la ley lo que nos deja ver el funcionamiento de las leyes en el proceso de creación de un plan de negocio.

Ley 2069, artículo 14, al no cumplir con lo exigido en la ley para negocios en funcionamiento se dará un cierre definitivo al local por el no cumplimiento bajo las normativas que se encuentran ahora mismo. Al miembro que verifiquen si este está correctamente con el fin de que vuelva a la normalidad esto conlleva a qué haga asambleas para priorizar la situación (Gestión pública,202)

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo de investigación descriptiva

La investigación descriptiva también conocida como investigación diagnóstica se basa en justificar los aspectos y particularidades descubiertas por el investigador en su estudio por medio de cuestionarios. Su objetivo es llegar a tener una explicación exacta de lo que se busca en esta investigación todo esto se realiza bajo parámetros los cuales no solo se limitara a la recolección de información detallada también tendrán la distinción o proyección de estos como base para para el planteamiento y modelo, exponiendo así lo examinado y buscado la respuesta de esta (Morales,2012).

Este proyecto es parte de esta investigación descriptiva ya que buscamos diagnosticar una problemática junto a esto desarrollamos una investigación con la cual examinamos el problema creando unos objetivos los cuales se deben fundamentar. Ya con esto generamos un proceso con el cual se analiza y formula una idea, alternativa y soluciones con esta detallada información llegamos a realizar un estudio del caso el cual nos lleva a realizar la búsqueda del contenido adecuado, detallado para la realización de un prototipo el cual no será probado en ningún modelo de este caso.

Enfoque cualitativo

Investigación cualitativa, con esta investigación se suele generar dudas e interrogantes con anterioridad, en el trascurso y posterior a la recolección de información detallada de los registros. Esta se maneja de manera circular como secuencia con el proceso donde solo baria el contenido de la información esto al

unificar con la verificación textual agregada a la investigación como respaldo de a los hallazgos de los análisis obtenidos (Sampieri, 2018. P. 8).

Con la investigación cualitativa logramos analizar las interrogantes y dudas que surgen al comienzo, durante y después de la recolección de la información inquietudes como a quien va dirigido, cuáles son los objetivos de este proyecto, para que se realiza este proyecto, funcionara en el mercado femenino todas estas interrogantes surgen dese la investigación cualitativa. esto también apoya a la secuencia de pregunta y respuesta como aporte para el mejoramiento del análisis del texto puesto como desarrollo del análisis de información relacionada con el proyecto.

Método análisis

- Consultas en fuentes secundarias
- Artistas:
Documentos consultados de investigación, trabajos de grado y capítulos de libros relacionado con los casos de estudios para las artistas femeninas.
- Vestuario escénico:
Documentos consultados de investigación, trabajos de grado y capítulos de libros relacionados los casos de estudio del vestuario escénico.
- Plan de negocio:
Documentos consultados de investigación, trabajos de grado y capítulos de libros relacionados con los casos de investigación de plan de negocio.
- Consultas en fuentes primarias

La información recolecta por fuentes primarias es clave ya que estas fuentes vienen de expertos conocedores sobre el tema consultado. Estos expertos gestionan de manera recurrentes los temas analizados en los casos de estudio y los realizan

como labores diarias obteniendo más experiencias y legitimidad a la hora de la recolección de información de estas fuentes.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

1. Observación participante o no participante.

Observación – Al observar conocemos más a fondo sobre los temas de estudio, le damos respuesta a muchas dudas y recolectamos detalles de manera directa que nos aporta más al analizar la información obtenida.

Observación	Tipo de observación
LA CASA DE LOS DISFRACES	Se visitó la tienda física de la casa de los disfraces ubicada en san francisco para conocer la referencia de vestuario por medio de una observación participante.
VESTUARIO GARABATO	Se observaron prendas, siluetas y texturas visuales para vestuarios artísticos por medio de una observación no participante.
DISFRASES MOGÚ	Se hizo una observación en disfraces Mogú de tallando medidas y siluetas en vestuarios por medio de una observación participante.
TELAS LAFAYETTE	Se visito la tienda de telas donde se encuentra el material necesario para la realización del vestuario de manera no participante.

2. Entrevista estructurada

Experto en desarrollo de colecciones femeninas para conocer la estructura y el tiempo de confección para la realización de estas prendas.

Experto en colecciones para artistas para conocer los tipos de vestuarios que se manejan, los tipos de telas y el desarrollo de creación.

A artista para analizar y saber más sobre el tipo de vestuario que utilizan en el escenario.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

5. Explicación de ítems de modelo canvas.

1. Segmentos al cliente.

Es un grupo de consumidores u organizaciones las cuales se segmentan dependiendo de las características que nicho grupo o mercado tengan esto para satisfacer a estos individuos en productos y servicio u otras necesidades en el mercado.

2. Propuesta de valor.

Esta se dirige a la propuesta que creamos para nuestros clientes a la hora de crearle un valor a nuestros productos o servicios. Al llegar a tener lista nuestra propuesta de valor en el mercado tenemos un problema el cual solucionamos y lo volvemos más eficaz al satisfacer al cliente junto a el apoyo de ciertas mejoras las cuales son:

- Utilidad.
- Innovación.
- Mejora en el mercado para productos y servicios.
- Personalización en productos y servicios en el mercado.
- Reducción de costos, optimización de producción y tiempos definidos.

3. Canales.

Con este ítem se busca utilizar otros canales para la difusión y comunicación para la información de los productos y servicios que se manejan. Estos canales pueden ser de comunicación directa personal, redes sociales (Instagram, WhatsApp, LinkedIn, etc), sitios web y telefonía.

4. Relación con los clientes.

Con este ítem se reconoce la relación directa e indirecta con los clientes y demás individuos. También se reconoce el trato especial con estos el cual se maneja por medio de los canales donde se difunde la información (redes sociales, páginas web y telefonía).

5. Fuentes de ingreso.

En este ítem validaremos las diferentes fuentes de ingresos y recursos viables para que el negocio sea rentable esto con el análisis e identificación en áreas de mejora.

6. Recursos claves.

Aquí tendremos encuentra los recursos que sean necesarios para el desarrollo del proyecto. Estos recursos van desde el personal, sede física, servicios públicos, elementos complementarios y softwares.

7. Actividades claves.

Con este ítem se realizan todas las actividades administrando y gestionando todos lo funcionamientos y procedimientos de manera correcta.

8. Asociaciones claves.

En asociaciones claves buscamos afiliaciones que nos ayuden a optimizar de manera eficaz nuestro emprendimiento con beneficios mutuos para ambas partes del proyecto.

9. Estructura de costos.

Tenemos el ultimo ítem el cual nos lleva examinar y establecer los costos del modelo de negocio. Con esto identificamos y evaluamos la factibilidad del proyecto si es o no rentable para la realización de este

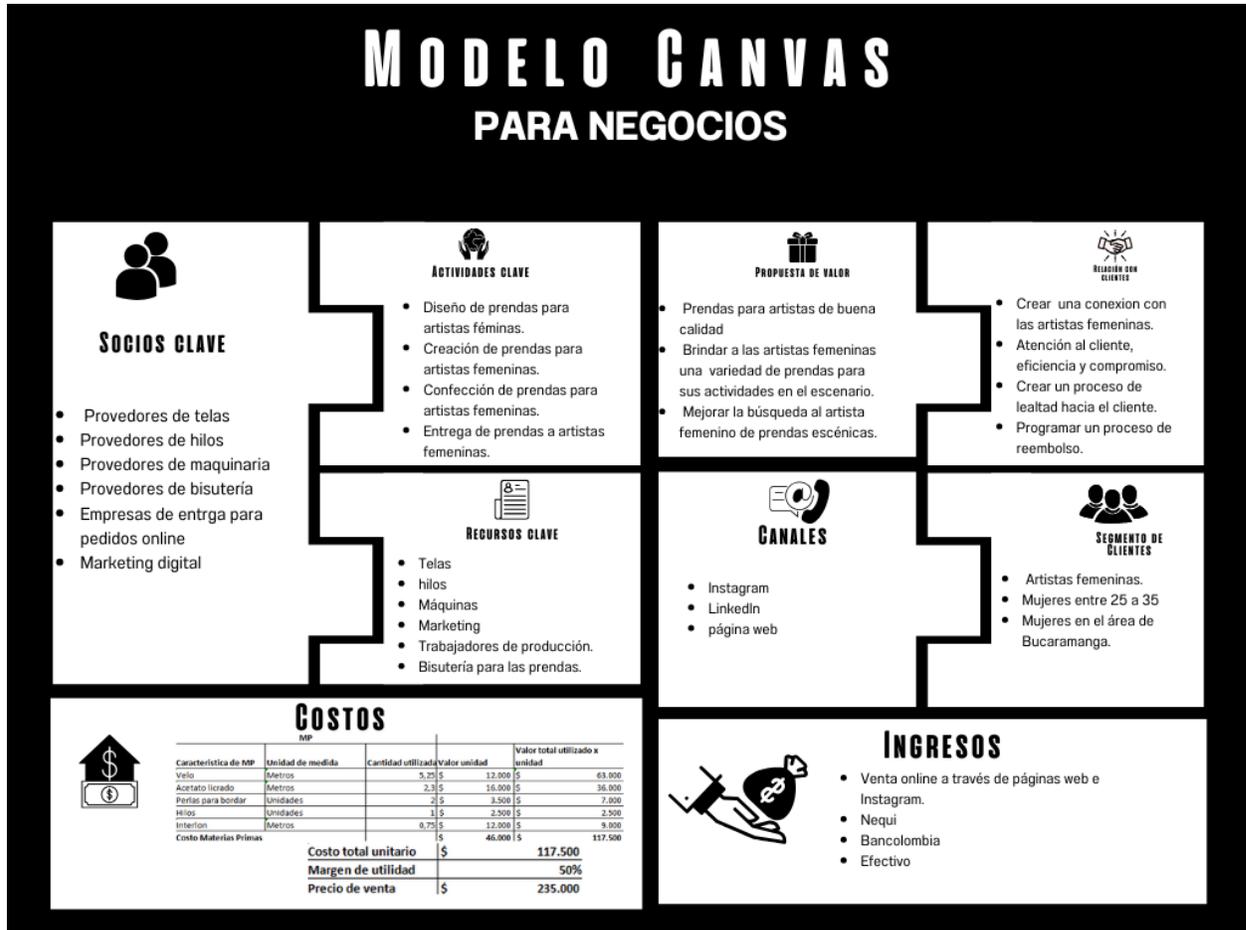
Figura 7. Costos

MP				
Característica de MP	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor unidad	Valor total utilizado x unidad
Velo	Metros	5,25	\$ 12.000	\$ 63.000
Acetato licrado	Metros	2,3	\$ 16.000	\$ 36.000
Perlas para bordar	Unidades	2	\$ 3.500	\$ 7.000
Hilos	Unidades	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Interlon	Metros	0,75	\$ 12.000	\$ 9.000
Costo Materias Primas			\$ 46.000	\$ 117.500

Costo total unitario	\$ 117.500
Margen de utilidad	50%
Precio de venta	\$ 235.000

Fuente: propia

Figura 8. Lienzo de modelo canvas.



Nota. Imagen propia: Para complementar el modelo de negocio canvas.

Fuente: propia

Figura 9. Fichas de geometral

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	CASUALWEAR	PRENDA:	BODIE
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
<input checked="" type="checkbox"/> DELANTER <input type="checkbox"/> POSTERIOR			
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, Apas y acotaciones.			
OBSERVACIONES:		Muestra Base Text 2	Muestra Base Text 2
ELABORÓ: <u>Karen Juliana Becerra Holguin</u> APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	CASUALWEAR	PRENDA:	BODIE
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
<input type="checkbox"/> DELANTER <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR			
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, Apas y acotaciones.			
OBSERVACIONES:		Muestra Base Text 2	Muestra Base Text 2
ELABORÓ: <u>Karen Juliana Becerra Holguin</u> APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Fuente: propia

Figura 10. Fichas geométrales

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	CASUALWEAR	PRENDA:	FALDA
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
<input checked="" type="checkbox"/> DELANTER <input type="checkbox"/> POSTERIOR			

Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, tallas y acabados.

OBSERVACIONES:

ELABORÓ: Karen Juliana Becerra Holguin APROBÓ: SI NO

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	CASUALWEAR	PRENDA:	FALDA
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
<input type="checkbox"/> DELANTER <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR			

Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, tallas y acabados.

OBSERVACIONES:

ELABORÓ: Karen Juliana Becerra Holguin APROBÓ: SI NO



GIMCCA



GIMCCA

Fuente: Propia

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

2.RESULTADOS

Al realizar el análisis de las observaciones y entrevista concluimos que la información la cual recolectamos de manera directa e indirecta es fundamental para el proceso del desarrollo del mejoramiento de este proyecto ya que tenemos como referentes de apoyo estos datos informativos.

Observación	Conclusión
LA CASA DE LOS DISFRACES	Al visitar la casa de los disfraces encontramos vestuarios con siluetas marcadas, holgadas y prendas desmontables que le aportaban a los trajes vida junto con sus colores llamativo.
VESTUARIO GARABATO	Al observar los vestuarios encontramos prendas sobre puestas y con mucha movilidad aquí nos dimos cuenta de la importancia de la comodidad para los artistas, del tipo de telas y de los cortes que se utilizan para el vestuario escénico
DISFRACES MOGÚ	En esta tienda encontramos siluetas, prendas y vestuarios de mayor utilidad y comodidad. Se encontró que esa tienda realiza el vestuario sobre medida.
TIENDAS LAFAYETTE	En esta tienda encontramos los materiales utilizados para realizar el vestuario escénico que utilizan las artistas.

Entrevistado	Conclusión
Claudia Liliana Vargas Chinchilla	<p>Inicio en el mundo de la moda por un emprendimiento familiar junto a sus hermanas ya que sentían una cercanía y fluidez con la moda. Escogió moda para mujeres porque quería ser la solución no solo para las mujeres de Bucaramanga sino para ellas mismas. Su emprendimiento no sigue tendencias le gusta manejar la temporalidad, pero es consciente de que muchas otras marcas siguen tendencias y de que el vestuario si evoluciona, pero su objetivo es mantener la comodidad y la fluidez que los caracteriza. Define a sus consumidores como las mujeres de Bucaramanga las cuales buscan originalidad en sus prendas y vestuarios.</p>
Wilmer Palomino	<p>Incurción en el mundo del vestuario escénico por una compañía exitosa dando inicio sus primeros pasos como diseñador de vestuario escénico. Tiene como referentes los vestuarios y prendas del circo del sol ya que estos</p>

	<p>se suelen ver impecables y perfectos en los artistas en escena. Recomienda que el material del vestuario sea cómodo y se ajuste al cuerpo, comenta mucho sobre la importancia de las telas con mucha elasticidad y la comodidad que este vestuario debe brindar al artista con todo esto se logra equilibrar la creación junto la innovación y así crear cada prenda única y personalizada para los artistas.</p>
<p>Mayra Alejandra Bautista Porras</p>	<p>Para la artista es muy importante el vestuario ya que es la identidad, la interpretación y la conexión que tienen con el público. Enfocando más este vestuario en lo que quieren transmitir, en el contexto del tema y no tanto en las tendencias con esto también se refieren a la comodidad y practicidad de este vestuario con el cual comunica la narrativa de la obra, presentación o interpretación. Al ser un vestuario tan complejo se dificulta encontrar este mercado del área metropolitana.</p>

OBSERVATORIO DE TENDENCIAS

En su reporte del 2026, la WGSN reportó la gran idea de redirigir un cambio en el panorama al direccionar el llamado a la naturaleza y la sostenibilidad cuestionando el ayer. Buscando una conexión más profunda definiendo los roles y relaciones que aborda en temáticas como naturaleza, sostenibilidad, creatividad, imaginación y al celebrar los hitos menores. Esta aplica al presente proyecto en la selección de los aspectos apropiándose para la implementación de lo mencionado anteriormente por la WGSN. Con esta idea tenemos la macro y la micro tendencia las cuales abarcan lo mencionado previamente con la diferencia de que la macro tendencia son grandes movimientos culturales y políticos que contribuyen al comportamiento de los consumidores a largo plazo y la micro tendencia son manifestaciones en mediano y corto plazo. En este caso nuestro enfoque va dirigido a la micro tendencia; la escogida para este caso es el nuevo romanticismo el cual abarca la postura de este proyecto.

El nuevo romanticismo tiene referencias históricas que rescatan y reinterpretan los nuevos abordajes que se obtuvieron con diferentes contextos históricos. Teniendo como resultado el dramatismo interpretativo en prendas con volúmenes claves, mangas llamativas, encajes, formas globos, mayas de tulle, fruncidos y seda para irnos a lo elegante. Todo esto combinado con colores como el blanco, el negro que predominaran y los tonos tiza, sepia, navy y primal green; de último tenemos el tejido remanente, vintage con los que terminaremos de darle dramatismo a esta micro tendencia.

Figura 11. Micro tendencia: Nuevo romanticismo



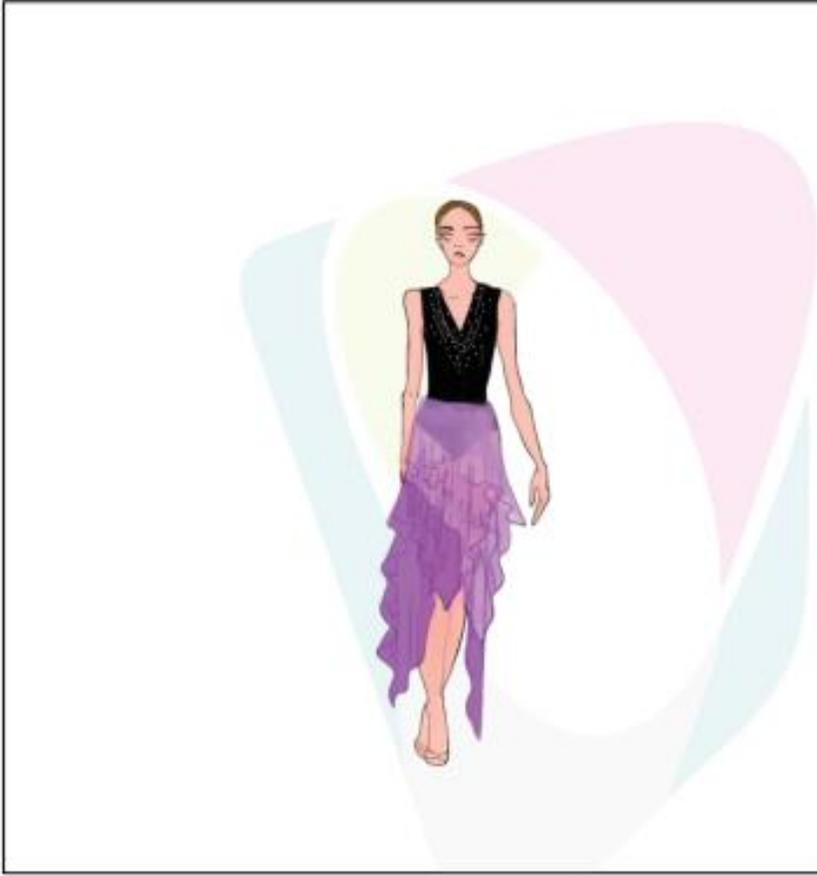
Nota. Foto obtenida de Vogue Spain desfile John Galliano primavera y verano 2025. Fuente <https://www.vogue.es/articulos/john-galliano-maison-margiela-coleccion-alta-costura-2024>

LÍNEA DE PRODUCTO

Figura 12. Propuesta de diseño – ilustración

FICHA TÉCNICA FIGURÍN			
UNIVERSO:	CASUALWEAR	PRENDA:	BODIE
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M

DELANTERO POSTERIOR



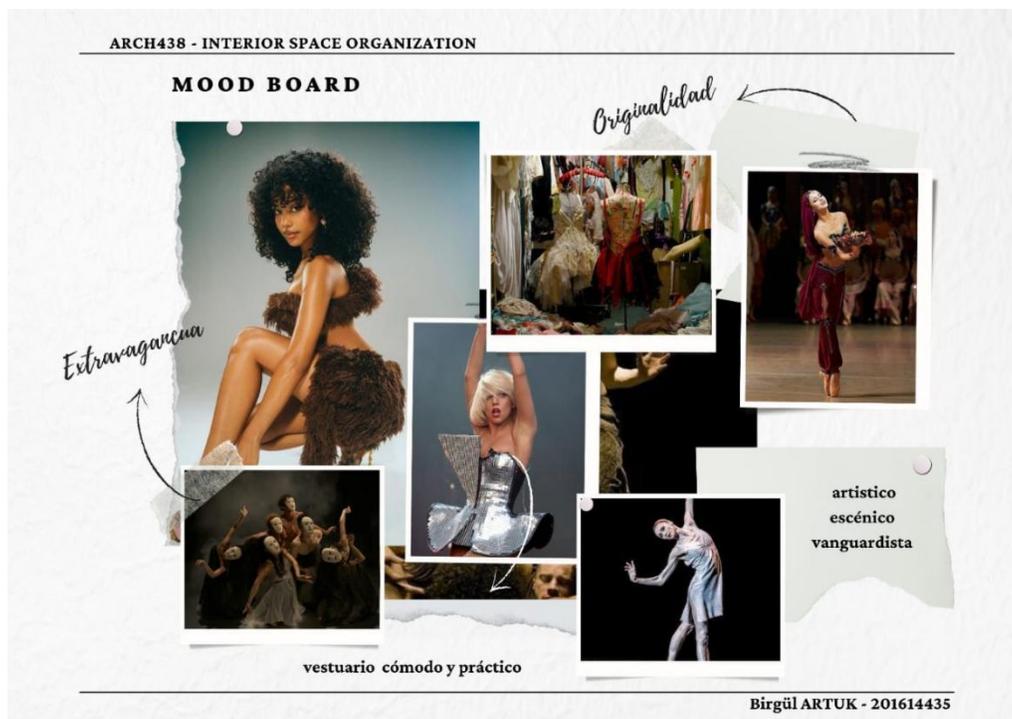
ELABORÓ: Karen Juliana Becerra Holguin APROBÓ: SI NO

Fuente: Propia

MOODBOARD DE CONSUMIDOR.

El moodboard de consumidor se realiza para tener la idea unificada del cómo debe ser nuestro público objetivo por el cual creamos este plan de negocios. Buscando imágenes como referentes que cumplan con las características que para el consumidor designado.

Figura13. Moodboard del consumidor



Nota. Imagen realizada para plantear la idea de cómo es el consumir al cual
Va dirigido el proyecto

Fuente: Propia

2. CONCLUSIONES

Las mujeres artistas requieren un proceso actualizado en su estética ya que tienen una sensibilidad hacia el arte y reconocen que el vestuario es parte de la identidad que las caracteriza como artistas y que también las hace conectar con su público el cual es parte del movimiento escénico lo que motiva el vestuario de la artista.

El vestuario escénico es parte fundamental del arte ya que con este el artista trasmite el simbolismo en el escenario y junto a la estética logran tener una conexión con el espectador y con el que lo porta también infiere la comodidad y estética de este vestuario. Quiere decir que estas dos comodidad y estética deben ir de la mano para que el artista se sienta aludido y en una plenitud de comodidad absoluta.

Un plan de negocio determina la idea que se va a desarrollar y debe tener en cuenta unos elementos claves como la segmentación ya que es muy importante para la realización de este. Es efectivo que se conozca y se implementen cada ítem que se encuentra en el formato esto con el fin de que se cumpla con eficacia cada uno de manera correcta.

3. RECOMENDACIONES

Es importante que en sexto semestre se tenga en cuenta una materia solo, para trabajo de grado con la intención de que se realice una revisión cada semana de este proceso y así. efectuar de manera correcta cada paso mejorando el proceso de avances. También se sugiere que se tengan dos tutores para este proyecto donde uno se encargue del proceso metodológico y el otro de la revisión.

En el tema de estudiantes se le sugiere a los estudiantes de gestión en diseño de la moda que se interesen más por el arte, la cultura, el teatro, la música y sobre todo en el vestuario artístico que es un arte no solo en la prenda sino en la escena.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo, 2015. P. 35 Enfoque representaciones del cuerpo en la escena. Sacada del autor

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140628>

Acosta, 2018 y 2019 Creatividad en la publicidad de Instagram: ¿influye en el proceso de compra? Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37312>

Alayo et al. 2021. P. 38. Desarrollo de una tienda online de merchandise fan made de artistas musicales “Golden Store” Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656>

Barrios y Sánchez, 2017. Plan de negocio para gestión de campañas y presencia online para pequeñas empresas Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=plan+de+negocio+canva++en+peque%C3%B1as+empresas+&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1731505708548&u=%23p%3DAr5oJtMpr_AJ

Bendell y Kleanthous, 2007 Deeper luxury Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=producto+que+usan+las+mujeres+artistas&oq=producto+que+usan+las+mujeres+art#d=gs_qabs&t=1731504555005&u=%23p%3DQndysM4KjckJ

Betancur, 2023 Señales portadoras de información en el diseño y creación de vestuario teatral para contextualizar al espectador sacado del autor <https://abcd.pascualbravo.edu.co/handle/pascualbravo/2052>

Bravo y Cárdenas, 2016. P. 145 Estructuración de Modelo Canvas Segmentado y Plan de Negocios a los Emprendimientos Partech, Don Jobito Mermeladas, Eureka Ingeniería Innovadora, Bike Champions. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=plan+de+negocio+canva++en+peque%C3%B1as+empresas+&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1731505690071&u=%23p%3DKUEOuC2ul-cJ

Bostechetti y Diertrich, 2011. La creatividad femenina en el mundo del arte. Recuperado de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1669-57042011000100005&script=sci_arttext&lng=pt

Carreño, 2017. P. 29 Del papel a la tela. Diseño de vestuario teatral sacado del autor https://www.academia.edu/download/61493666/COLOQUIO_TEXTIL_final_bx20191212-79858-1gokrpy.pdf#page=31

Cipriano. A. y González. L. 2017. Plan estratégico de negocios. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=que+es+un+plan+de+negocios+&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1729042285624&u=%23p%3Df8rQPslBtL8J

Cisnal, 2022 Comunicación en la moda occidental. Recuperado de <https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=5336264&publisher=FZ1825>

Cobos, 2021 Iñaki Cobos; modista y figurinista escénico. Sacada del autor. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9162267.pdf3D9MHYCITEuwEJ>

Charlo, 2021 Conservación preventiva de vestuario escénico: Una experiencia con el vestuario del ballet nacional del sobre en tiempos de pandemia. Sacada de autor <https://jornadas-preservacion.fic.edu.uy/index.php/jornadas2021/article/view/11>

Chu Tan & murakami, 2018. P. 8 La estrategia de la influencer marketing y relación Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625420>
Función pública, 2020 Gestión pública, 2020 Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
artículo 4

Delgado y Abierto, 2024. P. 13 Relación entre las características social commerce de dermocosmética y comportamiento post compra de mujeres de 25 a 39 años. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=por+eso+de+compra+de+mujeres+&btnG=#d=gs_qabs&t=1742084515951&u=%23p%3DHdYHOBujMscJ

Ferreira, 2015. El modelo CANVAS en la formulación de proyectos Recuperado de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252>

García, 2022. P. 350. El lienzo de modelo de negocios o modelo canvas: herramienta para emprendedores. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=modelo+de+negocio+c

anvas&oq=modelo+de+negocio#d=gs_qabs&t=1742098860040&u=%23p%3Dgk6xheLI6FwJ

Hidalgo.V. X (2024, julio 02). Diseño de vestuario escénico: Experiencias en el mundo de la danza recuperado de <https://revistaseug.ugr.es/index.php/PCC/article/view/31293>

Lozano et al, 2019 El modelo de negocio: Metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyecto empresariales. Recuperado de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786>

Martínez, 2017. P. 475 Las divas del pop y la identidad femenina: reivindicación, contradicción y consumo cultural. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/32282>

Martine, 2013 Plan de negocio de una empresa de nueva creación mediante Lean Canvas: Sadako Technologies Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=plan+de+negocio+canva++en+peque%C3%B1as+empresas+&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1731505667982&u=%23p%3DBUqF_FYze6IJ

Morales, 2012. Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Recuperado de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipo_s%20de%20investigaci%C3%B3n.docx

Narváez y Hurtado. (2023). Diseño de vestuario escénico, a partir de la generación de estéticas visuales acorde a proyectos musicales. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13659>

Osterwalder, 2011. Modelo canvas https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=modelo+de+negocio+canvas+peque%C3%B1as+empresas&oq=modelo+de+negocio+canvas+peque%C3%B1as+e#d=gs_qabs&t=1742140986140&u=%23p%3DQPZ-5OIVrVgJ

Pastor, 2020. Diseño y ejecución de estilismo en ficciones históricas sacado del autor <http://dspace.umh.es/handle/11000/25642>

Romero. M. (2020). Plan de negocios recuperado de <http://siip2019-2021.bdigital.uncu.edu.ar/15797>

Rodríguez. R. (2018). P. 4 Mujeres artistas y su inclusión en el currículum de Historia del Arte. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/11624>

Rozo, 2025. guía practica para la construcción de vestuario escénico. Recuperado de <https://repository.udistrital.edu.co/items/9c3aaecb-4691-4539-9fa8-c3b21caa196b>

Ruiz y Munuera, 1993. P. 26 Las preferencias del consumidor: estudio de su composición a través del análisis conjunto recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=30&q=producto+que+usan+las+mujeres&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1742091251081&u=%23p%3DuxDF4jbMQYsJ

Paredes, Medina y Castillo, 2022 El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=plan+de+negocio+canva++para+emprendimientos+&btnG=#d=gs_qabs&t=1731505762701&u=%23p%3DjKFGjbcBTIYJ

Sampieri, 2018. P. 8 Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P1&dq=sampieri+libro+investigacion+descriptiva&ots=TKWiTQVkl3&sig=hc2SeW5-vRp6qNEAUCoZnbTG-5U#v=onepage&q=sampieri%20libro%20investigacion%20descriptiva&f=false>

Santoa, 2015. Plan de negocios recuperado de <https://economicas.bdigital.uncu.edu.ar/7579>

SECRETARIA DEL SENADO, 2019 INTEGRACIÓN DE VENTANILLAS ÚNICAS PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS DE LAS ARTES ESCÉNICAS. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2106_2019_pr003.html

Sistema único de información normativa, 2007 Recuperado de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=4025410>

Suárez. M. (2019). P. 35 Análisis de la evolución del vestuario teatral del Ballet Nacional de España en la estética y funcionalidad del lenguaje corporal. Paralelismo con el empleo del vestuario en la asignatura de “Talleres Coreográficos” en los Conservatorios Profesionales de Danza de Andalucía. Recuperado <https://digibug.ugr.es/handle/10481/56574>

Tinaco. O. (2019). P. 24. Análisis del vestuario teatral y cinematográfico. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29396>

Tipia & Camezzana, 2014 Los performers vestidos: Modos de pensar el arte acción desde la indumentaria. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=prendas+y+ropa+que+usan+las+mujeres+artistas+&btnG=#d=gs_qabs&t=1731505348573&u=%23p%3DkLDvfgt7qZoj

Zafra, 2018 Diseño a partir del gesto Vestuario escénico performativo: Leda y el cisne sacado del autor <https://repositorio.uniandes.edu.co/items/7f6579fc-2076-4e02-ad21-04e784004674>

Zoriza, 2015. P. 225 Plan de negocio Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=L1HoBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA231&dq=info:i8wS0P3IAgsJ:scholar.google.com/&ots=qiN42uR0FD&sig=gSagQaxqO2fJNZpvSVaz2Lxw4qo#v=onepage&q&f=false>

5. APÉNDICES

Figura 14. Formato de entrevista

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025.</p> <p>Estudiante/s: Karen Juliana Becerra Holguín.</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: Nombre del entrevistado: Profesión:</p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1: Respuesta:</p>
<p>Pregunta 2: Respuesta:</p>
<p>Pregunta 3: Respuesta:</p>
<p>Pregunta 4: Respuesta:</p>
<p>Pregunta 5: Respuesta:</p>

Fuente: propia

Figura 15.Formato Consentimiento

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 solidará 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	Fecha
Firma	
He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.	
Nombre del investigador o persona designada:	
Nombre del entrevistador	Fecha
Firma	

Fuente: propia

Figura16 . Formato ficha de diseño

FICHA TÉCNICA FIGURÍN			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:		TEJIDO:	
MERCADO:		TALLA:	
<input type="checkbox"/> DELANTERO <input type="checkbox"/> POSTERIOR			
			
ELABORÓ: _____		APROBÓ : <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____	






Fuente: propia

Figura 17. Ficha Técnicas

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:		TEJIDO:	
MERCADO:		TALLA:	
<input type="checkbox"/> DELANTER <input type="checkbox"/> POSTERIOR			
Geométral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.			
			
OBSERVACIONES:	Muestra Base Tecn 1	Muestra Base Tecn 2	Muestra Base Tecn 3
ELABORÓ: _____ APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____			



Funete: propia

Figura 18. Fformato de Observación

Observación	Conclusión

Fuente: propia

Ffigura 19. Contrato de uso de imagen

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

CONTRATO USO DE IMAGEN

En Bucaramanga, del 2023

Yo _____ con C.C. _____ Y domiciliado en _____ en adelante de uso de imagen

Por este contrato y expresamente

Autoriza a las Unidades Tecnológicas de Santander UTS, así como a todas aquellas personas físicas o jurídicas a quien los derechos de explotación sobre las imágenes, o parte de los mismos, si que indistintamente puedan utilizarse en todos los publicaciones, o partes de los mismos en los que se interviene como modelo.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que las UTS y otras personas físicas o jurídicas a las que en la medida pueda cubrir los derechos de explotación sobre las imágenes, o partes de los mismos, en los que interviene las UTS, podrán utilizar esas imágenes, o partes de los mismos, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las imágenes, o partes de los mismos, en los medios físicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran afectar al derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las imágenes, o parte de los mismos, en los que aparece mi trabajo como modelo, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Firma

••
••
••

CC:

6. ANEXOS

Figura 20. Formato de entrevista a Mayra Alejandra Bautista Porras

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO-ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025.</p> <p>Estudiante: Karen Juliana Becerra Holguín</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: Nombre del entrevistado: Mayra Alejandra Bautista Porras Profesión: Actriz y Bailarina</p> <p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p> <p>Pregunta 1: ¿Qué nivel de importancia tiene el vestuario escénico para un artista?</p> <p>Respuesta: Es muy importante ya que el vestuario es un elemento el cual ayuda a la caracterización, definir la identidad, la interpretación del actor y a tener una conexión con el público.</p> <p>Pregunta 2: ¿Qué tan importante es el vestuario escénico siguiendo las tendencias para el mercado femenino?</p> <p>Respuesta: Eso depende más del enfoque que le quiera dar el director a la obra o al personaje, para la creación de vestuario no nos enfocamos tanto en las tendencias sino en el tema y el mensaje que se le quiere dar al público.</p> <p>Pregunta 3: ¿Cuáles son las características principales que debe tener un traje escénico para suplir dicha necesidad?</p> <p>Respuesta: Comodidad, narrativa una historia clara de lo que quiere comunicar el personaje, detalles que comuniquen identidad (cultura, emoción y estética específica), colores coherentes.</p> <p>Pregunta 4: ¿Cuál es ese atributo importante que debe tener el vestuario escénico?</p> <p>Respuesta: Debe hablar por sí solo, tiene que ser claro con la historia del personaje y de la obra.</p> <p>Pregunta 5: ¿Dentro del mercado femenino qué tan accesible es encontrar este tipo de vestuario escénico?</p> <p>Respuesta: Es muy difícil encontrar este tipo de vestuario.</p>
--

Fuente: propia

Figura 21. Formato entrevista a Claudia Liliana Porras Chinchilla

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocios sobre visitario socioeconómico para artistas feriantes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025.</p> <p>Entrevistado/a: Karen Juliana Borrero Holguín.</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: 23 de abril 2025 Nombre del entrevistado: Claudia Liliana porras chinchilla Profesión: Diseñadora feriantes</p>
<p>Este formato tiene como finalidad, recopilar la información por parte de los expertos y profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el propósito de investigación emprendimiento y de esta manera, acceder con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1: ¿Cómo se ve en el momento de la consulta y por qué eligió el formato entrevista en Bucaramanga?</p> <p>Respuesta: Tras estar en el momento de la consulta con los temas, por qué me gustaba la consulta que me tenía de cuando me consultaba una persona de la consulta.</p>
<p>Pregunta 2: ¿Cuáles son los principales problemas y limitaciones que se ven dentro del diseño para desarrollar y promover el comercio feriantes?</p> <p>Respuesta: Tras estar en el momento de la consulta a todas las cosas ya que me gustaba la alta operabilidad en un momento limitado.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Cómo ha sido la experiencia del visitario feriantes en Bucaramanga?</p> <p>Respuesta: La experiencia de Bucaramanga va de cómo son las limitaciones por ser cosas ya que me gustaba elegir un tema que me interesaba a un ritmo en el de los temas.</p>
<p>Pregunta 4: ¿Cómo se relaciona la creatividad y la innovación en el comercio feriantes?</p> <p>Respuesta: Ya me interesaba los gustos de cuando el tema me más como feriantes con que ellos se sintieran cómodos y felices.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Qué consejos le darías a otros emprendedores en su desarrollo del comercio feriantes?</p> <p>Respuesta: Es un proceso de trabajo por eso al tener la consulta me gustaba lo importante que es un solo para él uno para los otros.</p>

Fuente: propia

Figura 22. Formato entrevista Wilmer Palomino

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocios sobre vestuario escénico para artistas femeninas en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2025.</p> <p>Estudiante/s: Karen Juliana Becerra Holguín.</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: 20 de mayo 2026 Nombre del entrevistado: Wilmer Palomino Profesión: Diseñador Artístico</p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1: ¿Cómo incursionaste en el mundo del diseño artístico?</p> <p>Respuesta: Empecé con una compañía grande de piedecuesta los cuales buscaban un vestuarista creativo</p>
<p>Pregunta 2: ¿Cuéntanos un poco sobre los referentes o influencias que te hicieron incursionar en la moda del vestuario artístico?</p> <p>Respuesta: El ciclo del sol es mi mayor referente en este tipo de vestuario</p>
<p>Pregunta 3: ¿Dentro del diseño artístico o vestuario escénico que recomendaciones nos puedes dar sobre materiales y siluetas?</p> <p>Respuesta: Depende del artista normalmente los materiales tiene que tener elasticidad y que sean telas que traspien, que sea comodo que se ajuste al cuerpo, que no sean tan sintéticos. Materiales que sean comodis para el artista.</p>
<p>Pregunta 4: ¿Cómo equilibras la creatividad y la funcionalidad del vestuario escénico en el mercado artístico?</p> <p>Respuesta: Desarrollo un estudio en la obra que se va representar y se realiza el vestuario a como el cliente lo desea para equilibrar todo</p>
<p>Pregunta 5: Con respecto a la creación del vestuario escénico. ¿Que estructura de tablas de medidas utiliza o es más personalidad dependiendo del diseño?</p>

Fuente: propia

Ffigura 23. Formato consentimiento Mayra Alejandra Bautista Porras

TITULO DEL PROYECTO

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "TITULO". 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.

Sólo 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 el 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 tiene 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 Mayra Alejandra Bautista Porras

Firma  Fecha 18 Abril 2025

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

Nombre del investigador o persona designada:

Nombre del entrevistador Karen Juliana Becerra Holguín

Firma  Fecha 18 de abril 2025

Fuente: propia

Figura 24. Formato consentimiento de Claudia Liliana Porras Chinchilla

TITULO DEL PROYECTO	
Descripción	<p>Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "TITULO". Esta investigación es realizada por "AUTORES", estudiantes de X semestre de la Profesional en Diseño de Modas de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.</p> <p>La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.</p>
Confidencialidad	<p>La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.</p> <p>Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.</p> <p>Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.</p>
Derechos	<p>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.</p> <p>Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.</p> <p>Nombre del participante <u>Claudia Liliana Vargas Chinchilla</u></p> <p>Firma  Fecha <u>23 de abril del 2025</u></p> <p>He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.</p> <p>Nombre del investigador o persona designada: Nombre del entrevistador <u>Karen Juliana Becerra Holguin</u></p> <p>Firma  Fecha <u>23 de abril del 2025</u></p>

Fuente: propia

Figura 25. Formato consentimiento de Wilmer Palomino

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 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.	
Karen Juliana Becerra Holguín	
Su firma en este documento significa que ha decidido ^{20 de mayo 2025} participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.	
Nombre del participante	Wilmer Palomino
Firma	<i>[Firma]</i> Fecha 20/05/2025
He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.	
Nombre del investigador o persona designada:	
Nombre del entrevistador	Karen Juliana Becerra Holguín
Firma	<i>[Firma]</i> Fecha 20 de mayo 2025

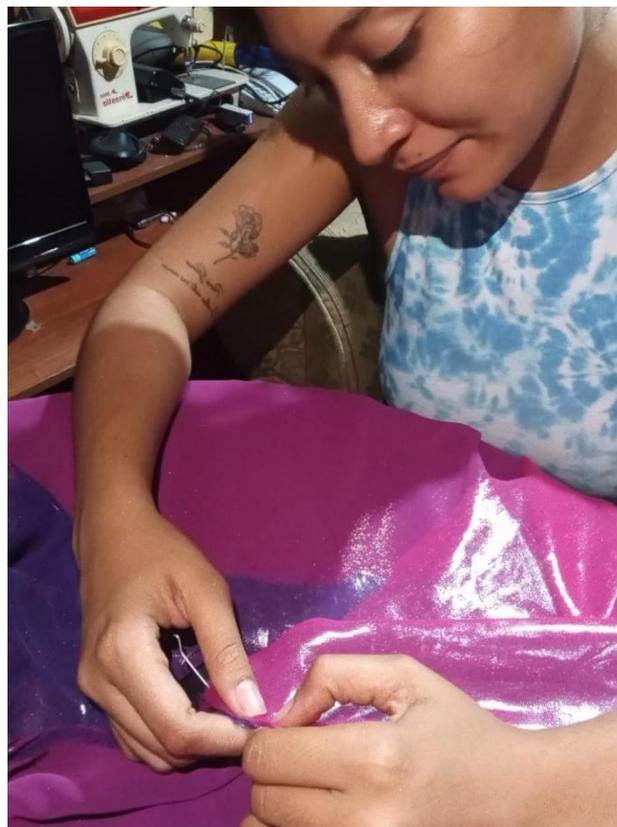
Fuente: propia

Figura 26. Evidencia de observación participante - fotografía

Observación	Tipo de observación
LA CASA DE LOS DISFRACES	Se visitó la tienda física de la casa de los disfraces ubicada en san francisco para conocer la referencia de vestuario por medio de una observación participante.
VESTUARIO GARABATO	Se observaron prendas, siluetas y texturas visuales para vestuarios artísticos por medio de una observación no participante.
DISFRACES MOGÚ	Se hizo una observación en disfraces mogú de tallando medidas y siluetas en vestuarios por medio de una observación participante.
TELAS LAFAYETTE	Se visito la tienda de telas donde se encuentra el material necesario para la realización del vestuario de manera no participante.

Fuente: propia

Figura 27. Evidencia de desarrollo de la estrategia.



Fuente: propia

Ffigura 28. Fotografía de la estrategia



Fuente: propia

Ffigura 29. Formato de uso imagen

CONTRATO USO DE IMAGEN

En Bucaramanga, del 2023

Yo Yudy Nathalia Serrano Rojas con CC 1095938617 Y domiciliado en CLL 46 # 22-47, Girón; en cesionaria de uso de imagen

Por este contrato y expresamente

Autoriza a las Unidades Tecnológicas de Santander UTS, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a ceder los derechos de explotación sobre las imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizarse en todas las publicaciones, o partes de las mismas en las que se interviene como modelo.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que las UTS y otras personas físicas o jurídicas a las que el/la modelo pueda ceder los derechos de explotación sobre las imágenes, o partes de las mismas, en las que interviene las UTS, podrán utilizar esas imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las imágenes, o partes de las mismas, en los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las imágenes, o parte de las mismas, en las que aparece mi trabajo como modelo, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Firma

CC. 1095938617

Fuente: propia



9% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Exclusions

- 40 Excluded Matches

Top Sources

- 8% Internet sources
- 0% Publications
- 8% 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.