



**Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de
diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia**

Modalidad: Emprendimiento Plan de Negocio

**Ana Yuley Gory Pita
CC1005.332.257**

**Yaneth Mantilla Pabón
CC1005.248.563**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología Gestión de la Moda
Bucaramanga
26 de mayo de 2026**



**Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de
diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia**

Modalidad: Emprendimiento Plan de Negocio

**Ana Yuley Gory Pita
CC 1005.332.257
Yaneth Mantilla Pabón
CC1005.248.563**

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

**DIRECTOR
Édgar Fabián Amaya Güiza**

**CO-DIRECTOR
Sonia Isabel Hernández Rueda**

Grupo de investigación – GIMOCA

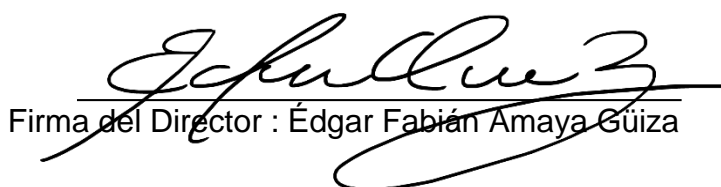
**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología Gestión de la Moda
Bucaramanga 26 de mayo de 2026**

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado en modalidad trabajo **Emprendimiento Plan de Negocio** fue APROBADO en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos por las Unidades Tecnológicas de Santander para optar por el Título de TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE LA MODA según acta No. 08-2026 de 5 de junio de 2026 del comité de Trabajo de grado.



Firma del Evaluador: Nilson Higuera Roldón



Firma del Director : Édgar Fabián Amaya Guíza

Dedicatoria

Dedicatoria Ana Yuley Gory Pita

Dedico este trabajo de grado, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza y sabiduría para alcanzar este logro; a mi pareja, por su apoyo, amor incondicional y por acompañarme en este proceso siendo mi motivación para no rendirme. A mis amigos por sus enseñanzas, compañía y por hacer más llevadero este recorrido y de manera especial a mi compañera de trabajo de grado por su compromiso esfuerzo y por compartir conmigo este logro. Dedico este proyecto a mi familia, por su amor, comprensión y apoyo incondicional. Y a mí misma, por el esfuerzo, la dedicación y la constancia que me permitieron alcanzar este logro.

Dedicatoria Yaneth Mantilla Pabón

Este proyecto de grado, ARVY, está dedicado a todas las personas que hicieron parte de este proceso y que, con sus palabras de apoyo y motivación, me impulsaron a seguir adelante aun en los momentos difíciles. A mi familia, por ser mi base y mi inspiración diaria; por enseñarme el valor del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia. A mi compañera de proyecto, por compartir conmigo este reto académico con compromiso y dedicación. También dedico este logro a mis sueños y metas personales, porque este proyecto representa un paso más hacia mi crecimiento profesional y personal.

Agradecimientos

Agradecimientos Ana Yuley Gory Pita

Primero agradecer al tutor de este proyecto el Docente Édgar Fabián Amaya Güiza quien compartió sus conocimientos y experiencia. Así mismo, a los docentes y profesionales que por medio de entrevistas colaboraron para que este proyecto sea una realidad y, así, culminar de manera satisfactoria la tecnología en Gestión y Producción de Moda. Por último, a personas que de manera directa e indirecta aportaron y hoy se ven los resultados, a todos gracias.

Agradecimientos Yaneth Mantilla Pabón

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que contribuyeron al desarrollo de este proyecto de grado. A nuestro tutor y docentes, por guiarnos con sus conocimientos, recomendaciones y acompañamiento durante cada etapa del proceso. A nuestra institución, por brindarnos las herramientas y espacios necesarios para fortalecer nuestra formación profesional, a las personas que me permitieron entrevistarlos entre ellos artesanos y docentes, a mi familia y amigos. Gracias por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional durante este camino académico. Finalmente, agradezco a mi compañera de proyecto por su esfuerzo, colaboración y compromiso para alcanzar juntas este importante objetivo.

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 JUSTIFICACIÓN	13
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.4 ESTADO DEL ARTE	15
<u>2 MARCO TEÓRICO</u>	<u>19</u>
<u>3 DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	<u>41</u>
<u>4 RESULTADOS</u>	<u>57</u>
<u>5 CONCLUSIONES</u>	<u>73</u>
<u>6 RECOMENDACIONES</u>	<u>77</u>
<u>7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>78</u>
<u>8 APÉNDICES</u>	<u>84</u>
<u>9 ANEXOS</u>	<u>98</u>

Lista De Figuras

Figura 1	41
Figura 2	43
Figura 3	43
Figura 4	44
Figura 5	45
Figura 6	46
Figura 7	46
Figura 8	47
Figura 9	48
Figura 10	48
Figura 11	49
Figura 12	50
Figura 13	52
Figura 14	53
Figura 15	54
Figura 16	58
Figura 17	59
Figura 18	60
Figura 19	62
Figura 20	64
Figura 21	64
Figura 22	65
Figura 23	70

Lista De Tablas

Tabla 1	58
Tabla 2	67
Tabla 3	72

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar la marca ARVY, la cual propone un bolso que integra arte en una de sus piezas con pintura acrílica y se cubre con resina. Este producto va dirigido a consumidores que valoran el arte y lo hecho a mano donde encuentran un valor estético. La investigación se centra en la necesidad que tiene el consumidor por productos con una diferenciación única, así mismo tener una conexión e identidad con estos; ya que en el mercado se encuentran accesorios masivos. La metodología cualitativa utilizada combina análisis de tendencias, entrevistas a expertos en el mercado marroquinero y el arte, experimentos con la materia prima a usar como: el cuero, pintura acrílica, resina. Los hallazgos del proyecto evidencian que la incorporación de elementos artísticos como la pintura en un accesorio como el bolso, tan importante para una mujer, es una propuesta de valor innovadora dentro de la industria de la moda. ARVY al ofrecer un producto que responde a nuevas demandas y al aplicar arte en un accesorio de uso cotidiano promueve la valorización de lo hecho a mano. Además, durante el desarrollo del proyecto se demostró una viabilidad en las técnicas mediante experimentación en diferentes bases, como fue el cuero y lienzo, del cual se optó por el lienzo debido a su buena adsorción y flexibilidad. Asimismo, se evidenció la viabilidad de la resina epóxica como capa protectora, dando exclusividad al producto y diferenciación en el mercado

PALABRAS CLAVE: Diseño artesanal, arte aplicado, Art-to-wear, Plan de negocio, intervención artística.

Introducción

En la actualidad la industria de la moda, más específicamente el área marroquinero, ha sufrido una transformación única; ya que el valor de los productos no se limita únicamente al uso, sino también al significado que estos generen al consumidor, como lo menciona Llovet (2016), “Si el consumo de moda es especialmente un consumo emocional se debe a que la gente compra marcas más que productos, o, dicho de otro modo, que consume experiencias de marca más que bienes” (p.54). Esto nos afirma que los consumidores buscan establecer una relación con la marca. Así mismo, la búsqueda de autenticidad y lo artesanal ha llevado a la integración del arte en productos funcionales y convertirse en piezas con significado y valor.

Es así que la presente propuesta desarrolla un plan de negocio enfocado en la creación de bolsos para mujeres, que incorporen técnicas manuales y artísticas cubiertas con resina epóxica para mayor durabilidad del arte, brindándole un valor artesanal auténtico a cada bolso. Para validar la viabilidad de esta propuesta, el presente proyecto se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, siendo orientado a la creación de un producto innovador dentro de la industria marroquinera, para así posicionarse en una categoría premium mediante un bolso exclusivo. Se emplearon herramientas como el análisis de tendencias, entrevistas a expertos en arte, en modelado de bolsos y empresarios. Este acercamiento permitió entender las dinámicas del mercado y la producción de dichos bolsos, como lo menciona Alejo & Osorio (2016): “Cuando se realiza una investigación desde el paradigma cualitativo, el investigador está orientado no solo adquirir información, sino a aprender de experiencias y puntos de vista de otros individuos” (Pg. 75).

Como resultado del proceso experimental e investigativo se creó ARVY, una marca que busca ofrecer un bolso el cual tiene piezas intervenidas de arte pictórico con pintura acrílica y cubierto de resina epóxica, la cual aporta brillo, protección y

profundidad visual. La intervención artística se realiza de manera manual para así lograr acabados únicos que fortalecen la conexión emocional con el consumidor y posteriormente se agrega la resina epoxica que cubre el arte y aporta brillo para así crear el producto deseado, pero sobre todo una conexión con el consumidor, como lo menciona Nancy Rodríguez (Ver anexo B): “La conexión se genera al generar impacto la obra y el bolso complementándose y dando buen impacto al cliente” (pg. 1).

El presente proyecto se desarrolló en cuatro fases. En la primera fase, se identificaron los factores y preferencias de compras de las mujeres en la ciudad de Bucaramanga ante accesorios de moda femenina, permitiendo comprender las necesidades y gustos del segmento objetivo. En la segunda fase, se establecieron las técnicas de aplicación de la pintura acrílica y recubrimiento con resina epóxica, mediante pruebas y experimentación en diferentes materiales como el cuero y el lienzo, con el fin de obtener los acabados deseados. En la tercera fase, se llevó a cabo el proceso de diseño del producto en cuanto a su estructura, corte ensamble del bolso y la integración de técnicas manuales para garantizar la calidad y funcionalidad del producto. Finalmente, en la cuarta fase, se estructuró el modelo administrativo para la organización de un proceso productivo y financiero de ARVY para garantizar viabilidad del producto desarrollado.

1 Descripción del Trabajo de Investigación

1.1 Planteamiento Del Problema

Dentro de la industria de la marroquinería en bolsos, un problema relevante es la contaminación para tratar y dejar optimo el material a usar como el cuero. También, la falta de uso de materiales con mejor calidad causa desventajas para generar una visualización llamativa al público, así este pierde interés al momento de ver los productos. Además, el uso de cuero sintético abarca gran parte de la industria a nivel nacional lo que genera productos más económicos con menos calidad y diseño, debido a esto se dificulta un posicionamiento y crecimiento en la industria lo que deja una necesidad por abarcar.

En el mercado actual de marroquinería, los consumidores tienen una postura más crítica y selectiva; por lo cual buscan marcas que transmitan diseños con innovación y autenticidad donde se centra en la moda del slow fashion; por el contrario, encuentra diseños sin propósito e identidad. Así mismo, la comercialización de bolsos con materiales de baja calidad, la vinculación de material sintético, también insumos que no tienen estándar de un producto premium, la falta de creatividad y aplicación de técnicas manuales innovadoras como acrílico y resina dándole más identidad a un producto y eso hace que no se encuentre gran oferta en el mercado, siendo este de gran importancia.

La problemática actual que tienen las mujeres en Bucaramanga es la falta de exclusividad y valor artesanal en bolsos siendo esta ciudad un centro marroquintero. Mediante la carencia del uso de técnicas pictóricas, la incorporación del acrílico con la resina epóxica es una propuesta exclusiva que no se ve en este mercado, para así lograr un bolso que se adapte a diferentes ocasiones de uso. Además, gran parte de la oferta no logra abarcar de manera adecuada estas demandas. ARVY

como empresa busca atender esta necesidad de una manera artesanal creativa, usando acabados obtenidos por la incorporación de estas dos técnicas, asumiendo un reto de innovar y probar nueva técnica.

La innovación es un factor de competitividad fundamental, tan importante como la calidad de los productos y de servicios a clientes y más importante que la reducción de costes y precios, de acuerdo a esto la dinámica empresarial actual exige a los emprendimientos implementar procesos de innovación para generar valor para los clientes, ganar competitividad y ser sostenibles en el mercado (Buenahora, 2024, p.19).

1.2 Justificación

La propuesta de este plan de negocio se enfoca en la creación de bolsos para mujeres, que incorporen técnicas manuales y artísticas cubiertas con resina epóxica para mayor durabilidad del arte, brindándole un valor artesanal auténtico a cada bolso. Así, cada bolso lleva una pieza de diseño tendrá una intervención pictórica al acrílico, permitiendo una visualización con relieve. Posteriormente, se protege con resina epóxica para obtener un acabado vitrificado y limitado. El incorporar estas dos técnicas da una exclusividad premium al bolso y mayor protección al arte. Adicionalmente, crear un catálogo con plantillas descriptivas en tamaños, funcionalidad y la calidad de materiales para la elaboración de los bolsos.

De esta manera, la propuesta se posiciona en el mercado como una alternativa con diferenciador artístico y proceso artesanal y exclusividad. El mercado femenino actual es muy importante, ya que requiere productos que ofrezcan mayor calidad, autenticidad y opciones sostenibles. Dado que las mujeres son el segmento de mayor consumo de productos de moda, por lo que es muy importante diseñar bolsos que brinden comodidad, pero además que generen sentido de exclusividad y pertenencia. Los bolsos son un buen ejemplo de la forma como se puede atraer al consumidor en este caso las mujeres para ofrecerles productos que estén

enfocados en sus perfiles de consumidor y sus actividades cotidianas. En este contexto, García et al. (2024) considera que:

la capacidad de innovar se ha vuelto esencial para destacar y mantenerse competitivo en el mercado, ya que los avances tecnológicos y las cambiantes preferencias de los consumidores demandan constantes mejoras en el diseño y la funcionalidad de los productos (p.14).

Desde esta propuesta se busca que las ideas que surjan estén enfocadas en la creación de una marca de bolsos que cumpla la necesidad del mercado siendo más funcional y sostenible. Además, aporta al desarrollo del sector de marroquinería en la ciudad e Bucaramanga al motivar la investigación de materiales, la elaboración de nuevas propuestas de diseño, con el fin de un gran crecimiento en el mercado de bolsos femeninos. En este sentido, se genera un impacto con beneficio tecnológico y artesanal al integrar procesos artesanales dándole una durabilidad al producto. De igual manera, esto genera un impacto social por que fortalece la mano de obra artesanal y los nuevos. Finalmente, el desarrollo de este proyecto permite fortalecer las competencias profesionales en el área de diseño y emprendimiento, aportando al perfil profesional y al desarrollo académico dentro de la institución.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Formular un plan de negocio para la empresa ARVY, enfocada en la comercialización de bolsos artesanales intervenidos con la técnica del acrílico y acabado con resina epóxica, con el fin de posicionar una propuesta-durabilidad y exclusivo en el mercado femenino.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los factores y preferencias de compras de las mujeres en la ciudad de Bucaramanga en accesorios de moda femenina, mediante la aplicación de investigación de mercado, para comprender las necesidades del segmento objetivo.
- Establecer las técnicas de aplicación de la pintura al acrílico y recubrimiento con resina epóxica, para lograr acabados artísticos duraderos y diferenciadores en cada pieza.
- Definir proceso de diseño, corte y ensamble de bolsos, integrando técnicas manuales y procesos de marroquinería, para establecer estándares de calidad y funcionalidad en el producto.
- Estructurar un plan de negocio de la marca ARVY de bolsos, mediante el desarrollo de estrategias de producción, de diseño y comerciales, con el fin de posicionarlos en el mercado de accesorios femenino.

1.4 Estado del Arte

Para la construcción del estado del arte se realizó una búsqueda bibliográfica en diferentes fuentes académica principalmente en Google académico y repositorios universitarios, con el fin de recopilar información confiable y actualizada. Se emplearon palabras claves como “planes de negocio en marroquinería”, “diseño de bolsos artesanales”, “artesanía en accesorios de moda”, “uso de resina epóxica en diseño”, “*art-to-wear*” y “tendencias en accesorios sostenibles”, tanto en español como en inglés, para ampliar el alcance de los resultados. Los documentos son seleccionados principalmente en publicaciones entre los años 2020 y 2026, con el fin que la información sea más reciente a las innovaciones actuales en el diseño.

Se eligieron estos estudios por la conexión con el enfoque del proyecto de grado, su relación directa con la marroquinería, el diseño artesanal y la creación de la marca, asimismo, por la experimentación de material, de igual manera, se descartaron otras fuentes que no mostraban relevancia con la información ya recopilada.

1.4.1 Referencias Internacionales

A nivel internacional, Moya (2024) analiza en su investigación sobre el diseño de un plan de negocio destacado por la importancia de integrar elementos como la sostenibilidad, el diseño y el análisis estratégico del mercado en el sector de vestuario y accesorios. Su desarrollo se llevó mediante un análisis al mercado de oferta, demanda, tiendas físicas y redes sociales. También aplicó herramientas empresariales como análisis PESTEL e indicadores como VAN, TIR, mediante los cuales evaluaron diferentes escenarios permitiéndoles evidenciar que es un negocio viable y con alto potencial de crecimiento. De esta propuesta, se considera importante tener una estructura clara sobre cómo organizar y consolidar un emprendimiento; se evidencia la importancia de realizar una investigación previa, que permita comprender las necesidades del cliente y detectar oportunidades en el sector de la marroquinería en bolsos. En consecuencia, estos elementos permiten estructurar una marca con identidad propia y valor artesanal.

En cuanto a la marroquinería de bolsos, Tascheret (2020) plantea un proyecto de diseño con una línea temática en la revalorización de la cestería realizada en madreSelva y las posibilidades de poder implementarlo en la marroquinería actual. La realización de este planteamiento lo llevó a cabo analizando la necesidad de crear productos sustentables, con identidad cultural e intereses en marroquinería de fibras naturales. Realizó encuestas, entrevista a artesanos y observación de trabajo artesanal directo y, así, le permitió analizar las

necesidades del usuario y los procesos artesanales, para posteriormente diseñar los bolsos deseados. De esta propuesta, se extrae la importancia de saber las competencias antes de desarrollar y diseñar un producto, de la importancia de la investigación como objetivo primordial para entender las necesidades del cliente y, así, corroborar aún más que el trabajo artesanal tiene gran valor agregado y diferenciación en el mercado de la marroquinería.

Por su parte, Chávez et al. (2025) abordan en este trabajo de investigación la difusión de técnicas tradicionales en la elaboración artesanal como estrategia de su preservación en su municipio; ya que ha evidenciado las posibles pérdidas de los oficios y técnicas artesanales. Analiza y propone estrategias de difusión, mediante trabajo de campo, entrevistas a artesanos locales y análisis de procesos productivos mediante la matriz DAM. Sus resultados evidenciaron que la mayoría los productos elaborados son artesanales, con predominio de artesanos adultos y ausencia de relevo generacional. Esta investigación es un referente en la realización de crecimientos y fortalecimientos de los emprendimientos con mano de obra artesanal y, así, fortalecer más dicho proceso para que no se pierda al largo del tiempo, generar nuevos intereses en nuevas generaciones y contribuir al crecimiento local.

1.4.2 Referencias Nacionales

A nivel nacional, Cucalón (2024) investiga el uso de materiales naturales como el fique y otros materiales vegetales, abundantes en Colombia para darle uso en accesorios de moda; combinándolos con el uso de resinas de gemelas y epóxica sintéticas para así obtener variación de colores. Para llegar a las finalidades de estos usos, se realizó una investigación y experimentación con diferentes fibras; desarrollando una colección de 14 diseños de accesorios únicos y, así, determinar el ciclo de vida del producto. Se utiliza esta investigación como referente de

integración y verificación de la efectividad de la resina epóxica como un material innovador, gran valor comercial debido a su resistencia y brillo; y una integración con la mano de obra artesanal. También la variedad de analizar más fibras para el proyecto a realizar.

Respecto al *art-to-wear*, Giraldo (2026) investiga y analiza cómo la moda se convierte en arte; evidenciando cómo las marcas y los objetos de consumo funcionan como simulacros de felicidad y éxito; mediante el dibujo principalmente y la ilustración de prendas de vestir a lápiz en arte contemporáneo transformando algo que no es arte en algo que sí se percibe como arte. Este estudio se llevó a cabo mediante el análisis a la marca Kostüme, entrevistas a profundidad, interpretación de ideas, conceptos, procesos y análisis de contenido. Se toma como referente esta propuesta para el análisis del arte y la moda para que la propuesta de valor e identidad de la marca contengan un concepto e historia. En otras palabras, para que la creación de cada producto a realizar contenga una exclusividad con técnicas manuales haciendo, así, más que un bolso en un arte con alto valor visual.

En el apartado de tendencias de diseño en accesorios, Montenegro et al. (2025) analizan “cómo la integración del suprareciclaje y las técnicas artesanales del tejido en fibra de totora que puede incorporarse al diseño de accesorios de moda contemporánea, promoviendo prácticas sostenibles, fortaleciendo el patrimonio cultural inmaterial y generando impacto en el desarrollo territorial desde una perspectiva colaborativa y situada” (pg. 1). Este estudio se lleva a cabo mediante un enfoque cualitativo y proyectual basado en el modelo de Design Thinking y se diseñaron 4 tipos de accesorios con cuero reciclado y fibra de totora. Como resultado se obtuvieron gran autenticidad en sus piezas. De este trabajo, se toma la reutilización del cuero para generar un modelo de negocio sostenible y culturalmente enraizado, capaz de fortalecer la identidad y mano de obra local.

2 Marco Teórico

2.1 Marco Referencial

2.1.1 *Plan de Negocio*

2.1.1.1 Planes de negocios en ideas de moda.

En los planes de negocio en moda se enfoca en la apariencia general de las mujeres siendo uno de los factores más importante para transmitir su personalidad, cumpliendo al mercado con ideas rentables y sostenibles; para toda idea de negocio organizada y con una proyección a largo plazo es indispensable saber el público que se va a manejar, sus gustos y las necesidades que se debe suplir con productos innovadores en la industria. La creación de este se desarrolla con bases de entrevistas y encuestas hechas al segmento del mercado para así tener información real. Los planes de negocio en moda deben ser organizados con proyecciones a pequeño, mediano y largo plazo donde la marca llegue a posicionarse como una propuesta de valor artesanal en el mercado. “Este proceso, que habitualmente ayuda a las empresas de diferentes sectores en la toma de decisiones estratégicas, servirá, en el contexto de este trabajo, para definir las características que debe poseer” (Menéndez, 2021, p.14).

Un plan de negocio de un bolso con un valor agregado como lo es el arte pictórico, donde se usa el acrílico y la resina epóxica es una propuesta innovadora en la industria marroquinera. Este plan de negocio debe tener las bases reales del segmento del mercado al que se dirige. Además de realizar una investigación para así saber y estudiar la necesidad en la que se centrara la marca. Es necesario también aplicar una visualización por medio de marketing y estrategia de publicidad, además de establecer los canales de ventas asequible para los clientes, los

proveedores de materia prima, los artesanos que realizaran el arte en las piezas del bolso, control de calidad, un servicio posventa entre otros. Todos los procesos mencionados anteriormente son parte de un plan de negocio organizado donde cada detalle es importante. “El mercado de hoy en día nos ofrece una buena oportunidad de negocio con el producto que deseamos ofrecer, ya que la cartera es considerada para el público femenino como un gran complemento en la moda” (Monteblanco et al., 2019, p.27).

2.1.1.2 Tipos de estructuras para planes de negocio.

Existen diferentes estructuras para la creación de un plan de negocio, depende del modelo que se vaya a desarrollar y a quienes se va a presentar, podemos implementar una estructura adecuada obteniendo altos resultados de éxito para un negocio y así optimizar tiempo. Según Pedraza (2019), la idea de un plan de negocio es ayudar a los empresarios a pensar en todos los detalles, tanto críticos como buenos de un negocio, apoyar y dirigir la elaboración de una marca o ampliación de una ya existente. La estructura del plan de negocio ayuda a los futuros empresarios a saber si su idea de negocio es potencial o, por el contrario, se debe realizar ajustes para así tener una visualización más completa del negocio que se realizará, saber elegir qué información se recolectará además de que pasos y estructuras se debe seguir para lograr resultados favorables.

Una de las estructuras que se usa es el plan de negocio tradicional el cual es extenso, ya que contiene información detallada del producto que se quiere llevar al mercado, la cual es la propuesta de valor que se ejecutará. Además de los materiales a usar, contiene la presentación completa del segmento al que se dirige, así como el marketing a implementar y futuras metas que se proponen para posicionar la marca. Se usa formalmente para presentarse a inversionistas. También existe una estructura para microempresas que quieren manejar un plan de negocio más ágil o suelen cambiar de productos. En este caso, se implementa un

plan de negocio con puntos claves como: consumidor, producto, precio de venta y marketing, es fácil de realizar ya que su estructura es de una página, pero cuenta con la información suficiente para obtener buenos resultados. Es por eso que según Barrios “Cuando se habla de organización debemos estudiar la cadena de valor de la empresa para entender las relaciones que genera la empresa desde el aprovisionamiento hasta el cliente final” (Barrios, 2010, pg.5).

2.1.1.3 Objetivos de plan de negocio en moda.

Para un plan de negocio primordialmente uno de los objetivos es el desarrollo de un producto que tenga una funcionalidad específica y cumpla necesidades básicas del consumidor que otras marcas no están sufriendo, para así posicionarse en el mercado en altos estándares, además de poder mantenerse en este por encima de la competencia directa. El objetivo medible de un plan de negocio es de gran relevancia; porque este permite calcular un crecimiento estratégico a corto, mediano y largo plazo. Según Cucchiari (2019), desde que se forja el Plan de Negocio, se debe saber traducir y revelar la identidad de la empresa, para ser coherentes y concretos con el mensaje a dar a nuestro público. Además, como finalidad puedan incrementar sus ventas y así estar más preparados a posibles declives y crisis que pueda sufrir las marcas o emprendimientos.

También los planes de negocio en moda deben tener objetivos claros y concisos debido a que la información recolectada ayuda a implementar estrategias. Estos objetivos pueden ser una meta clara de ventas a un tiempo establecido. También definir a que plazo y en qué momento extender la marca a nuevos lugares y nuevo segmento de mercado. Estos objetivos son importantes ya que nos ayuda a tener una visualización de crecimiento en la marca, por ende,

los objetivos adicionales, que se relacionan con aspectos de negocio, sustentabilidad y desarrollo de las personas. donde se busca aspirar, por ejemplo,

a reducir sus costos unitarios, a minimizar las pérdidas y aumentar otros ingresos, desde la perspectiva del negocio” (Cravero et al.2009).

Lo anterior indica que existen objetivos de reducir costos y tener un control de calidad que ayude a minimizar perdidas y descontentos en los clientes, ya que ellos son el objetivo más grande de las marcas.

2.1.2 Teorías del Diseño y la Moda

En el diseño y la moda, el diseñador cumple un papel importante; ya que es quien se encarga de realizar la parte creativa de una colección, su personalidad ayuda a construir su identidad creativa reflejando en sus proyectos. Además, es importante la investigación que realiza y la indagación sobre el tema, ya que de ahí parte para no crear producciones masivas sin un sentido o propuesta de valor. El diseñador debe tener una visión clara de lo que va a trabajar, como los componentes que tendrá el producto la paleta de colores, la materia prima y el lugar donde se llevará a cabo el lanzamiento de su proyecto, para así lograr que este tenga innovación, pero sobre todo identidad de quien lo creo. Es ahí donde nuevas marcas aportan a la mitigación de la producción masiva. “Se deduce de esto que, en el acto creativo se construye un proceso de individualización, al configurar una visión personal para construir un discurso estético y conceptual lo que a posterior determinará el carácter de su obra” (González, 2023, p.54).

En la industria de la moda existe la producción masiva que se enfoca en la fabricación a gran escala. Es un concepto diferente a lo que un diseñador quiere transmitir a través de su identidad; ya que la producción masiva se encarga de sacar colección por cantidad sin tener un tema o una inspiración. Esta se realiza a corto tiempo y son prendas o accesorios que en muchas ocasiones no cuenta con la calidad y el material adecuado. Para Acosta (2022), la producción masiva se puede combatir por medio de materia prima sostenible, además de implementar técnicas

que se han perdido con el tiempo. Es importante que un diseñador tenga presente el crear productos limitados con conciencia y dar un toque de identidad a estos.

2.1.2.1 Teoría del Slow Fashion.

El *slow fastion* o moda lenta es un término que, en la industria de la moda, ha tomado fuerza, pero no como se requiere; ya que el crear productos duraderos con materia prima sostenible es algo que no se ve comúnmente. Además de agregar técnicas artesanales que se han ido perdiendo con la implementación de *fast fastion* es un reto que nuevos diseñadores deben acoger. La moda lenta es el futuro de nuevas marcas dirigidas a un segmento de mercado que tenga esos valores de cuidado por el medio ambiente, donde los procesos éticos son de gran relevancia. En palabras de Cristòfol et al. (2021), las empresas tienen una responsabilidad social que han de cumplir y hablar de la sostenibilidad en el contexto de la moda es un reto para ellos, ya que supone un gran compromiso con los stakeholders.

El *fast fastion* o moda rápida desde varios años atrás tomó relevancia en el mercado, ya que cada vez es más los productos en cantidades. Una implementación del *slow fastion* es contribuir al medio ambiente debido al proceso que se realiza a la materia prima. Como lo menciona Gévez (2019) “es fácil darse cuenta de que cada prenda de ropa está compuesta por materiales cuyo tratamiento y proceso de distribución desencadena unos costes mayores de lo que cuesta producirlo” (p.21). Es por eso que en países bajos las condiciones laborales son inhumanas y los productos no tienen una vida útil, pero si su descomposición es de muchos años desencadenando contaminación al medio ambiente, es allí que la creación de productos duraderos aporta a la sostenibilidad.

2.1.3 Metodología de Creación en Moda

2.1.3.1 Design Thinking

Urroz (2018) define el *Design Thinking* como una metodología de diseño centrada en el usuario, colaborativa, que se basa en la empatía, que, apuesta por la elaboración de prototipos para contrastar su efectividad. Lo anterior explica que el Design Thinking es una metodología de innovación donde se centra en el usuario o cliente. Además de estudiarse las necesidades del cliente y tenerlas en cuenta en el momento de realizar un producto funcional y creativo que no solo respondan a tendencias sino a soluciones de una problemática. Esto es lo que nos ayuda a innovar y lanzar productos duraderos y que una nueva marca aporte a la industria eficiencia, además un enfoque estético para convertirse en un punto estratégico.

Igualmente, es una metodología en moda que ayuda a la creación de nuevas ideas en la industria. Este método es el medio que muchas marcas nuevas utilizan para el estudio de su público; ya que se centra en el ser humano, como menciona Zárate et al. (2022), cuyo propósito es obtener alternativas que conduzcan a la creación de soluciones innovadoras para los negocios. Este medio contribuye a la relación significativa entre producto y cliente, así ayuda también a la fidelización de estos la cual se verifica en los servicios posventa. En conclusión, el *Design Thinking* cuando se implementa de manera adecuada los resultados son positivos.

2.1.3.2 Proceso Creativo de Graham Wallas

El proceso creativo que propone Graham Wallas es un modelo que explica las faces o etapas mentales por las que se pasa para llegar a una idea innovadora. Esas faces inician por medio de detectar un problema, una necesidad o una insatisfacción. Después se presenta esta problemática a la mente con claridad contemplando una solución que ya sería la última fase, donde la creatividad e innovación fluyen. Tal como lo plantea Gutiérrez y Rodríguez (2019) la intuición, el

gusto personal y la confianza en la idea se convierten en criterios de primer orden para tomar la decisión sobre el concepto creativo a seleccionarse. Desde la perspectiva la creatividad no es un acto intuitivo sino el resultado de unos procesos cognitivos lo que permite procesar la información y lograr posibles soluciones a la problemática estudiada con anterioridad.

2.1.4 Fundamentos del Diseño de Accesorios

2.1.4.1 Tipología de Bolsos Femeninos.

Los bolsos desde la antigüedad han sido utilizados por los cazadores para llevar sus presas, posteriormente las mujeres lo llevaban como un accesorio de lujo para después tanto hombres como mujeres lo usarán y diseñarán diferentes modelos que se ajustarán a la necesidad u ocasión (Castillo y Vasquez, 2025, p.19).

Lo anterior nos rectifica que los bolsos son accesorios irremplazables en el closet de una mujer. Es por eso que la industria marroquinera ha creado diferentes diseños de bolsos dependiendo de la ocasión de uso. En palabras más técnicas: *Tipología de bolsos*. Estos fueron hechos para que los diseñadores tuvieran una base inicial al momento de diseñar. Existen diferentes tipologías de bolsos como los *Totes* (grandes), *Hobo* (forma de media luna), *Clutch* (bolso de mano para la noche), entre otros. Estas tipologías son herramientas fundamentales al momento de querer crear uno de estos accesorios pues de allí parte la cantidad de materia prima que se necesitara.

2.1.5 Manufactura en Marroquinería

2.1.5.1 Proceso de Corte y Ensamble de Bolsos.

En la actualidad, existen diferentes métodos e implementaciones de maquinaria nueva en las empresas marroquineras, ya que esto facilita el proceso de corte y ensamble de productos fabricados en dicha industria. Teniendo en cuenta que son procesos de cuidado, tiempo y perfección, estas máquinas ayudan a

optimizar recursos, materia prima y periodos de producción. Tal como lo plantea Valdez (2015), “La inversión en tecnología es muy importante para la industria de la confección, con ello se dedica al consumo interno y externo. Así también, es importante automatizar los procesos, para ello poder capacitar al personal” (p.10). Es así como las marcas, tanto nuevas como antiguas, deben modernizar cada vez más los talleres donde se realizan las operaciones de confección, sin dejar de lado el valor del trabajo artesanal, ya que el arte hecho a mano sigue siendo un elemento diferenciador y de gran importancia en la industria.

2.1.5.2 Tipo de Técnicas Manuales en los Bolsos.

Las técnicas manuales utilizadas en la elaboración de bolsos son indispensables ya que son las que les dan un valor agregado a estas piezas. Existen diferentes técnicas como lo es el crochet, estampados, bordados entre otros. Estas se implementan de diferentes maneras, pero garantizan calidad y durabilidad. Además de reflejar identidad del diseñador, pero también riqueza artesanal. Una técnica poco usada es el arte pictórico en el cuero con acrílico y resina epóxica siendo una técnica compleja de cuidado y valor; ya que su implementación es de tiempo y dirigido a un público que valore este tipo de arte.

Según Guevara (2021) los complementos de vestuario como bolsos, mochilas, carteras, entre otros, cumplen un papel fundamental; ya que fueron creados para satisfacer la necesidad de transportar implementos de un lugar a otro. Esto nos rectifica que los bolsos son un accesorio fundamental. Es así que tanto nuevas como antiguas marcas deben implementar nuevas propuestas. Las técnicas manuales en este producto son una propuesta de valor interesante; ya que existe segmento de mercado el cual valora este arte. La combinación de resina y acrílico es una propuesta innovadora que rescata el arte y permite transmitir nuevas experiencias en el cliente.

2.1.5.3 Proceso de Producción y Acabado de Técnicas Manuales.

Las técnicas manuales se caracterizan por ser intervenidas directamente por el artesano, esto les da gran valor a los accesorios, por ende, deben tener un acabado perfecto para garantizar un producto en buenas condiciones. Los procesos de producción de bolsos a los que se les aplica el arte pictórico son previamente organizados, ya que cada uno de estos es primordial para llegar al resultado deseado.

Este medio ocasiona un cambio en las grandes compañías de textiles a nivel internacional, a partir de lo cual han creado estrategias para contrarrestar la crítica recibida por el daño ocasionado por la industria en el ámbito ambiental y su papel en el aumento del calentamiento global (Acosta,2021, p.2).

Los procesos artesanales requieren esfuerzo de quienes los realizan, ya que en estos ellos representan rasgos propios de su identidad lo que hace que los clientes tengas conexión o se sientan identificados con dicho arte. Lo anterior permite afirmar que, desde el momento del diseño hasta la obtención del producto final, cada proceso y acabado es fundamental para garantizar la calidad de cada bolso que se introduce en el mercado.

2.1.6 Teorías de las Artes Plásticas y Estética

2.1.6.1 Teoría de la Hibridación Artística.

La teoría de la hibridación artística en los medios mixtos se fundamenta en la concurrencia de lenguajes, técnicas y materiales que tradicionalmente pertenecen a disciplinas separadas, como la pintura al acrílico y el uso contemporáneo de resinas sintéticas. Este cruce no implica una simple suma de recursos; sino también una transformación profunda del acto creativo y de la experiencia estética, lo cual responde a una necesidad de expandir límites en el arte y, así, se caracteriza la tradición técnica. Asimismo, la combinación de técnicas

tradicionales y materiales modernos responde a una racionalidad contemporánea en la que las categorías artísticas pierden firmeza y se vuelven más adsorbentes.

Desde esta perspectiva, la hibridación puede entenderse como un espacio problemático desde el cual es posible replantear y experimentar de manera artística. La resina, al combinarse con el acrílico, no solo actúa como un recubrimiento, sino que también puede encapsular capas pictóricas, generar profundidad visual y transformar la percepción del espectador hacia una propuesta más pulcra y llamativa; de este modo, ya no se observa únicamente un dibujo, sino una obra más estructurada y con mayor valor artístico. Este tipo de prácticas también cuestiona la noción de obra terminada, ya que los materiales contemporáneos introducen variaciones y efectos impredecibles. En consecuencia, la hibridación artística se configura como una estrategia que amplía las posibilidades expresivas del arte, integrando tradición e innovación en un mismo objeto estético. Desde el punto de vista académico, estas prácticas evidencian cómo el arte actual se sitúa en un territorio intermedio, donde los límites entre disciplinas, técnicas y materiales se disuelven para dar lugar a nuevas formas de creación más amplias para los nuevos emprendimiento y valor artesanal. “Esto se vuelve especialmente relevante en un contexto marcado por una serie de transformaciones más recientes, que afectan de manera directa a las prácticas artísticas, a los modos de percepción y a las formas de producción de conocimiento” (Hervás & Benítez, 2025, p.9).

2.1.6.2 Teoría de la Psicología del Color.

La teoría de la psicología del color se enfoca en el estudio de cómo los colores influyen en la percepción, las emociones y el comportamiento humano y, así mismo, convirtiéndose en un elemento fundamental dentro del diseño visual. De esta manera, el color no se limita a una sola función estética, sino que actúa como un medio de comunicación que transmite sensaciones de manera

subconsciente. En la aplicación del color, se busca generar armonía entre todas las tonalidades, definiendo puntos de enfoque y más atención con combinaciones cromáticas. Por tanto, el uso del color no solo se implementa por criterios estéticos, si no en transmitir una conexión comunicativa y emocional, permitiendo que cada pieza donde se aplique tenga coherencia visual e identidad.

Por otra parte, la psicología del color establece que los diferentes tipos de colores generan sensaciones particulares que influyen en la percepción visual del espectador. Podemos observar, como lo plantea Santana (2025), que los colores cálidos suelen asociarse con emociones intensas como la energía o la pasión, mientras que los colores fríos transmiten calma, serenidad y equilibrio. Además, cada tono comunica mensajes subconscientes al consumidor siendo el color una un lenguaje visual. En este sentido, es importante destacar que existen ocho colores elementales: dos acromáticos, que son el blanco y el negro; y seis colores cromáticos, que son el rojo, amarillo, verde, cian, azul y magenta. Es así como, con base en estos colores, se tiene una amplia gama de variaciones que resultan de sus combinaciones (Campmany, 2020, como se citó en Santana, 2025).

2.1.6.3 Teoría de la Composición pictórica

La teoría de la composición pictórica se fundamenta en la organización de los elementos visuales dentro de un espacio, para así generar sentido, equilibrio y una experiencia estética más coherente. Por lo tanto, desde una perspectiva más clásica según el análisis de García (2024) la pintura se concibe de una manera como una estructura construida mediante principios geométricos y visuales; proponiendo un proceso compositivo iniciándolo con la delimitación del espacio para ser usado como base de representación, afirmando que el pintor escribe un rectángulo que es considerado como una ventana abierta a través de la cual se observa lo que será pintado. Esto permite una mayor dirección a la hora de pintar y diseñar como de manera armónica el arte se

establece sobre un objeto o superficie; de esta forma la teoría de la composición pictórica sustenta como la intervención artística en piezas de bolsos, donde la pintura en acrílico no se limita a lo decorativo, si no que responde de una manera estructural integrando formas, espacio y percepción. Así cada diseño se convierte en una construcción visualmente coherente donde se integran elementos pictóricos que conectan con la intención estética del producto.

2.1.6.4 Fundamentos de la Química de los Polímeros (Resina)

Los polímeros en artes plásticas y la estética, el uso de resina epóxica en el diseño de accesorios permiten la integración de propiedades químicas con gran valor visual. El analizar el uso de este material sintético y cómo genera el gran impacto visual, brillante y resistente tiene un gran beneficio que es generar la conservación de intervenciones artísticas como la pintura en acrílico que sería una de las prácticas a realizar y será una manera de visualizar su efectividad en el resultado en el cuero o bolso final. De esta manera, la resina no solo cumple una función protectora; sino que potencia el valor estético de cada pieza, aportando profundidad, textura y acabado visual, lo cual se alinea con el concepto deseado. Cortizo et al. (2023) considera que:

El conocimiento detallado de la estructura química de los polímeros, así como de la forma en la que las unidades estructurales se ensamblan entre sí para conformar la macroestructura es fundamental, dado que de ello dependen gran parte de sus propiedades (p.19).

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Conceptos de Diseño y Producto

2.2.1.1 Geometral.

El concepto geometral en el presente proyecto es de suma importancia; ya que de allí parte la estructura y estética del diseño de un bolso. Además de que en este se refleja los detalles que el diseño llevara como los herrajes, costuras, cortes entre otros detalles. Los geometrales para ARVY significa líneas, ángulos y como el arte irá distribuido en cada pieza del bolso. Así como lo indica Huamani (2022) “se mostrará de manera clara las proporciones y dimensiones de la prenda, tanto de la parte delantera y espalda. Las lupas son utilizadas para ampliar los detalles específicos que se desea mostrar de la prenda” (p.30). Esto nos afirma lo indispensable de tener los geometrales bien estructurados para que cada capsula lanzada al mercado tenga sentido desde el momento de su creación hasta llegar a los clientes.

2.2.1.2 Art-to-Wear (Arte para usar).

En el presente proyecto ARVY busca implementar el Art-to-Wear (arte para usar), ya que transformar cada pieza en una expresión artística donde se usa el acrílico y la resina epóxica, una innovación en la industria marroquinera. Además de que, a través de esta técnica manual, se quiere transmitir moda, concepto, un significado estético y lujo, donde sus acabados serán lo más perfectos posibles. El Art-to-Wear es un enfoque que ayudará a ARVY a diferenciarse de la producción masiva y, por el contrario, dará exclusividad, autenticidad con una propuesta de valor única; debido a que es casi imposible replicar la misma pincelada de acrílico en diferentes bolsos, así mismo que cada capsula será con cantidades limitadas.

Para entender este fenómeno se ha examinado la evolución del concepto de moda y lujo y la relación de estas con el arte. La interacción entre estos dos sectores ha sido cada vez más frecuente en los últimos años y su objetivo es lograr un beneficio

mutuo en transacciones que aseguren la preservación del arte y la continuidad de la industria del lujo (Mosteiro, 2022, p.2).

Para ARVY conservar el arte manual es una prioridad debido a que este va tomado de la mano con la moda; ya que, como lo indica Mosteiro (2022), la industria de la moda de lujo se ha caracterizado por ser frívola, clasista, superficial. Estas connotaciones niegan el lado humanístico, ya que siempre se ha relacionado con la cultura, la historia y el arte. Es por esto que el implementar el *Art-to-Wear* en este proyecto rectificamos la moda de lujo en bolsos hechos con técnicas pictóricas como el acrílico y la resina, donde el cliente tendrá la seguridad de que el producto obtenido es hecho con conciencia, significado y tendrá conexión con este. Además de que es único debido a las pocas cantidades lanzadas al mercado.

2.2.1.3 Accesorios Premium.

Para ARVY, crear accesorios premium como los bolsos es una prioridad, ya que el objetivo de este proyecto es lanzar un producto que contenga una propuesta de valor pictórica como el acrílico y la resina epóxica. Este producto tendrá unos acabados, costuras, diseño, confección de lujo lo que lo catalogará como producto premium. Como lo indica Melo (2025) Los productos premium necesitan un proveedor de materia prima premium para garantizar calidad a los clientes. Es así que ARVY busca posicionarse por encima de los productos convencionales en la industria de la moda. Conjuntamente de ser dirigido a mujeres que valoren estos productos; pero también el arte, la innovación y un nivel de sofisticación. Con este proyecto se busca cumplir con lo mencionado.

2.2.2 Conceptos de Manufactura y Técnica

2.2.2.1 Corte y ensamble.

Sin duda después de tener un diseño seleccionado de bolso, un paso muy importante en el proceso de confección es el corte de las piezas; ya que de allí parte el obtener un acabado y unas costuras de alta calidad. Es por eso que para ARVY este proceso debe ser realizado con cuidado. Inicialmente se realizará el patronaje de las piezas para posterior ubicarlas en el cuero seleccionado con ayuda de regla y cuchilla filosa se cortará con cuidado cada pieza. Posteriormente, la pieza seleccionada para la intervención artística se separa del resto; de este modo, el artesano puede realizar la pintura en acrílico y resina, mientras las demás piezas son cosidas a máquina. Una vez realizado este proceso se unirán todas piezas, ya que deben ser pasados al área de terminados quien se encarga de que el producto tenga todo en perfecto orden, así se empacará y se ubicará su ética para ser distribuido al cliente.

En la innovación de la generación de productos de excelente calidad, destaca una filosofía de apoyo productivo que ayuda a la industria a mejorar la producción, la competitividad, la calidad del producto y el tiempo del ciclo productivo, minimizando los desechos, los movimientos innecesarios, los traslados y transportes prolongados, logrando así una operación efectiva y optimizando los procesos de producción (Ordoñez & Toapanta,2024, p.4685).

2.2.2.2 El curado

En este proyecto el curado del cuero es fundamental teniendo en cuenta que de allí parte la calidad de este. Este proceso permite que ARVY obtenga un material resistente para la confección de los bolsos. De acuerdo con Chávez et al. (2025) “Es posible plantear estrategias de producción más limpia dentro de una curtiembre artesanal sin que exista la necesidad de realizar grandes inversiones o emplear maquinaria sofisticada” (p. 2591). Por esto, ARVY buscará proveedores que garanticen el menor daño posible al medio ambiente durante este proceso.

También se fusionará con otras materias primas para que en la producción de los bolsos no se malgaste el cuero, teniendo en cuenta que dicha producción es en cantidades pequeñas aportará a la sostenibilidad y la reducción de gastos en el curado.

2.2.2.3 Marroquinería Híbrida (Acrílico-Cuero)

Mediante el presente proyecto se busca encontrar los términos claves desde una perspectiva propia, el diseño y la expresión artística. De esta manera, la marroquinería híbrida en relación de acrílico y cuero que se entiende como una práctica que trasciende la función tradicional de los accesorios, integrando el material como el cuero como base con la pintura al acrílico como técnica de intervención artística. A diferencia de la marroquinería convencional, donde el valor es principalmente la calidad del material y el ensamble, para ARVY el valor se construye a partir de la unión entre el arte y objeto y, así, convirtiendo cada pieza en un diseño con gran inspiración.

Además, dentro del mercado, ARVY busca la exclusividad y la elaboración de piezas limitada con intervención artística en acrílico, donde cada trazo y grafía tienen una identidad única. De este modo, se puede definir como un producto con altos estándares en el mercado. La hibridación, por su parte, cumple un papel muy importante, al integrar el diseño de moda con la artesanía. Para finalmente obtener un concepto simbólico y emocional, posicionando cada pieza como obra de arte. Según Valdez (2024):

ayudaría a estos a ampliar sus conocimientos y prácticas con respecto a la utilización del cuero vacuno como tal y por lo consiguiente se apoyaría al productor nacional de este rubro, con sus aportes contribuirá al desarrollo de obras y técnicas artísticas sobre cuero curtido (p.9).

2.2.2.4 Definición de Bolso Artístico

El bolso además de ser un accesorio funcional de uso cotidiano ha trascendido en su evolución en diseño y funcionalidad, creándose en un medio de expresión estética y simbólica y así se incorpora lo estético con el arte. Según Cortés y Nova (2021), los bolsos inspirados en el arte son dirigidos a mujeres que les gusta estar a la vanguardia, con diseños exclusivos y originales, obteniendo diseños con gran funcionalidad. En consecuencia, a ARVY le permite la creación de piezas únicas que comunican valores culturales, emocionales, conceptuales y así continuar con la evolución de diseños artísticos en accesorios.

En relación con lo anterior, el bolso artístico se vincula con tendencias actuales como la personalización y la creación de experiencias entre el usuario y el producto. Tal como lo plantea el documento, los accesorios han adquirido un papel relevante dentro de la indumentaria, convirtiéndose en elementos que reflejan estilos de vida, creatividad e individualidad con la intervención de pintura, el uso de materiales innovadores o técnicas artesanales (como el acrílico sobre cuero en el caso de ARVY) aportan un carácter único e irrepetible. Así, este tipo de bolso se consolida como una fusión entre arte, moda y objeto, generando una conexión emocional con el usuario y diferenciándose dentro del mercado contemporáneo.

2.2.3 Lenguaje Visual y Composición

2.2.3.1 Tridimensionalidad pictórica.

La tridimensionalidad pictórica en el diseño contemporáneo se entiende como la capacidad de generar profundidad visual y sensorial a partir de la unión de materiales y efectos. En este contexto, la resina epóxica se convierte en un recurso innovador que permite superar las limitaciones de la pintura tradicional, especialmente del acrílico sobre superficies planas. A diferencia de este último, donde la profundidad es principalmente falsa, la resina epóxica permite construir

una profundidad real mediante la superposición de capas transparentes que encapsulan pigmentos y elementos visuales. Según Urgilés (2025):

El estudio parte desde la necesidad de conocer e integrar a este material al diseño interior y a la arquitectura, al resaltar su potencial para modificarlo por medio de la interacción de la luz, las texturas y la percepción espacial. Se lo hace a través de una metodología experimental, donde se llevan a cabo pruebas con diversas combinaciones matéricas con propiedades particulares, con el propósito de identificar su capacidad potenciadora en la expresividad dentro del interiorismo (p.129).

En el caso del diseño de accesorios, como los bolsos desarrollados por ARVY, esta técnica permite incorporar una dimensión escultórica y sensorial al producto, elevando su valor estético y diferenciándolo dentro del mercado. En consecuencia, la tridimensionalidad pictórica no solo cumple una función visual; sino que también aporta un carácter innovador y emocional, alineado con las tendencias actuales que integran arte, diseño y materialidad.

2.2.3.2 Acabado Vítreo:

El acabado vítreo en el diseño se define como una cualidad estética caracterizada por el alto brillo, la transparencia total y la apariencia pulida que remite visualmente al cristal. Este efecto se obtiene principalmente mediante el uso de resina epóxica, un material que, por sus propiedades físicas y ópticas, permite generar superficies lisas y altamente reflectantes. En este sentido, la aplicación de la resina no solo cumple una función protectora; sino que también intensifica los colores, encapsula los elementos visuales y aporta una profundidad que enriquece la percepción estética de la pieza. Según Porfiro (2021):

el acabado vítreo se consolida como un recurso expresivo que transforma la superficie del objeto en un elemento protagonista dentro de la composición. Esto motivó la búsqueda sobre este arte ancestral que se va perdiendo día a día, esta tesina se ocupa, brevemente, de realizar una reseña de los cambios que se producen en las vidrieras a lo largo del tiempo (p.2).

En relación con lo anterior, el acabado vítreo se vincula directamente con la interacción de la luz y la materialidad, generando efectos visuales dinámicos que elevan la experiencia sensorial del usuario. La capacidad de la resina para reflejar y refractar la luz produce una apariencia similar al vidrio o cristal, otorgando a las piezas una sensación de limpieza, sofisticación y alta calidad. Para el presente proyecto de plan de negocio de la marca ARVY, este tipo de acabado adquiere un valor diferencial; ya que potencia la propuesta de marroquinería híbrida al integrar arte y materialidad en un mismo objeto. Así, los bolsos no solo funcionan como accesorios; sino como piezas artísticas donde el brillo vítreo resalta las intervenciones en acrílico, generando un contraste entre lo pictórico y lo pulido. En consecuencia, el acabado vítreo no solo embellece el producto; sino que también refuerza su carácter exclusivo y emocional, posicionando a ARVY dentro de una línea de diseño contemporáneo que fusiona innovación, estética y experiencia.

2.2.3.3 Paleta Cromática (Psicología del color aplicada).

La paleta cromática en el diseño de productos constituye un elemento fundamental que va más allá de lo estético, ya que se relaciona directamente con la psicología del color y su impacto en la percepción del consumidor. Es decir, la selección de colores influye en las emociones, la identidad de marca y la decisión de compra, convirtiéndose en un recurso estratégico dentro del diseño. De acuerdo con Pastor (2025), el color desempeña un papel clave en la construcción de identidad visual, permitiendo que los productos se diferencien y generen una conexión con el usuario. Bajo esta investigación, la aplicación de pigmentos al acrílico sobre superficies como la del cuero posibilita la creación de composiciones cromáticas ricas en matices, texturas y contrastes, lo cual fortalece el carácter artístico del producto. En consecuencia, la elección del color no se realiza de

manera arbitraria, sino que responde a criterios conceptuales, emocionales y de mercado.

En este sentido, el proyecto de la marca ARVY define su paleta cromática a partir de cinco colores principales: rojo, amarillo, gris, negro y blanco, los cuales se integran estratégicamente para comunicar su identidad visual y propuesta de valor. Por una parte, el rojo y el amarillo aportan dinamismo, energía y creatividad, generando un alto impacto visual; mientras que, por otro lado, el gris, el negro y el blanco equilibran la composición al transmitir elegancia, sobriedad y sofisticación. Asimismo, al considerar el contexto del mercado de Bucaramanga, esta combinación cromática responde a un público que valora tanto la innovación como la estética refinada. Tal como se plantea en el documento, los accesorios deben reflejar estilos de vida e identidad personal, por tanto, la paleta de ARVY no solo cumple una función visual, sino también simbólica. De esta manera, la aplicación del acrílico permite materializar estas combinaciones de color en piezas únicas, donde cada diseño se convierte en una expresión artística que conecta emocionalmente con el usuario y fortalece el posicionamiento de la marca en el mercado.

2.3 Marco legal

2.3.1 Código de Comercio (Decreto 410 de 1971)

El Código de Comercio regula las actividades mercantiles en Colombia y establece las normas que rigen a los comerciantes, los actos de comercio y las obligaciones legales de las empresas. Este decreto constituye una base fundamental para la creación y formalización de negocios, ya que define aspectos como el registro mercantil, los contratos comerciales y la responsabilidad de los empresarios. Su aplicación permite garantizar el orden, la legalidad y la transparencia en las actividades económicas (Decreto 410 de 1971).

2.3.2 Normativas para la creación de plan de negocio

Las normativas relacionadas con la creación de un plan de negocio orientan a los emprendedores a estructurar sus ideas de forma clara y ordenada. Estas pautas permiten analizar la viabilidad, los recursos y las estrategias necesarias para que un proyecto crezca de manera sostenible. Seguir este tipo de lineamientos ayuda a reducir riesgos y a tomar decisiones basadas en información real. Además, facilitan la presentación del proyecto ante entidades financieras o instituciones de apoyo. En conjunto, estas guías fortalecen la formalidad y la proyección profesional de cualquier iniciativa empresarial. De acuerdo a la Ley 1014 de 2006:

Impulsa la cultura del emprendimiento en Colombia promoviendo las capacidades de formaciones empresariales, reconoce el plan de negocio como una herramienta clave para organizar y planificar un proyecto empresarial en el desarrollo, promueve la cultura del emprendimiento como motor de crecimiento económico y social impulsando a los creadores de plan de negocio para que tengan una ruta clara (art. 1.1.1.1).

2.3.3 Decretos para la comercialización de bolsos

Los lineamientos para la comercialización de bolsos buscan garantizar que los productos ofrecidos cumplan con estándares mínimos de calidad y transparencia para el consumidor. Estas disposiciones orientan a los emprendedores a organizar mejor sus procesos de producción, etiquetado y venta. Al seguir estas reglas, se fortalecen la confianza del cliente y la formalidad del negocio. También permiten que pequeñas marcas compitan en igualdad de condiciones dentro del mercado. En general, estos requisitos aportan orden, seguridad y profesionalización a la actividad comercial. Según el Decreto 1074 de 2015:

Reúne y organiza en el comercio, industria implementando reglas y normas que favorezcan el comercio y producción, convirtiéndose en una guía clave para el sector de marroquinería, ya que exige reglamentos técnicos, etiquetado, buenas prácticas y protección al consumidor y así poder asegurar más los productos (art. 22).

2.3.4 Leyes de reconocimientos a productos manuales

El reconocimiento a los productos manuales destaca el valor cultural, creativo y económico del trabajo artesanal. Estas iniciativas buscan rescatar técnicas tradicionales y dar visibilidad al esfuerzo detrás de cada pieza única. Al promover este tipo de producción, se impulsa el emprendimiento y se fortalece la identidad local. Además, contribuyen a que los artesanos accedan a nuevos mercados y oportunidades de crecimiento. En conjunto, estas acciones dignifican el oficio y fomentan su continuidad en el tiempo. Según Ley 2184 de 2022:

Establece que los oficios culturales son patrimonio vivo y deben ser protegidos y reconocidos en todo en el país, define quien son los portadores de saberes y como se certifican sus conocimientos de manera formal y no formales y protege el conocimiento tradicional y honra el trabajo manual dando respaldo jurídico y más formación y impulsa la sostenibilidad (art. 22).

2.3.5 Leyes de incentivos para mujeres

Las iniciativas que impulsan el crecimiento de las mujeres buscan abrir espacios donde su talento y liderazgo puedan desarrollarse plenamente. Estos esfuerzos ayudan a equilibrar las oportunidades y a reconocer el valor que aportan en la dirección de empresas y proyectos. Promover su participación en altos cargos como en bancos fortalecen la diversidad y mejora la toma de decisiones. Además, motiva a más mujeres a prepararse y asumir roles estratégicos dentro de las organizaciones. Según Ley 909 de 2004:

en el sector público fortalecen el crecimiento de la mujer brindándoles lugares de trabajo con más valoración por sus méritos y un ambiente más equitativo. Esta ley promueve programas que fortalecen el bienestar y permanencia en cargos directivos, atendiendo necesidades humanas como la protección, desarrollo personal permitiendo mejorar la calidad de vida (art. 2).

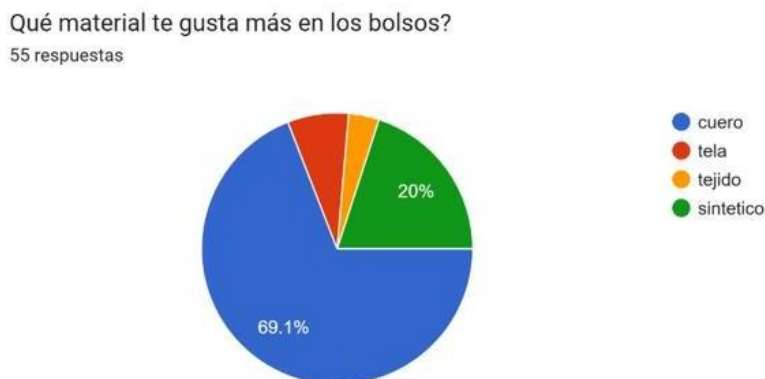
3 Desarrollo del Trabajo de Grado

3.1 Etapa 1

En esta etapa del proyecto el cual corresponde al objetivo 1: Identificar los factores y preferencias de compras de las mujeres en la ciudad de Bucaramanga en accesorios de moda femenina, se adoptó un enfoque de investigación cualitativo teniendo en cuenta que el objetivo es comprender las necesidades, gustos, y factores de preferencia del mercado al que ARVY se dirige.

Para el desarrollo de dicho objetivo se diseñó y aplicó una encuesta estructurada constituida por 15 preguntas. En cuanto al tipo de preguntas: se aplicó dos opciones, de selección múltiple y abiertas, para dar libertad a la hora de responderla; la herramienta fue elaborada mediante la plataforma de Google Forms, la cual permitió recopilar información de manera organizada, rápida y accesible. Esta se difundió a través de redes sociales como WhatsApp he Instagram, para obtener resultados tal como se observa en la siguiente imagen.

Figura 1
Encuesta



Nota: Preferencias de materiales en bolsos según encuesta realizada a 55 mujeres, el 61,1% de las encuestadas prefirió el cuero, seguido de material sintético con un 20% y por último eligieron tela y tejido lo que evidencia una mayor inclinación hacia materiales duros.

La herramienta se aplicó a 55 residentes en la ciudad de Bucaramanga. El perfil de la población analizada correspondió a mujeres entre los 25 y 55 años de edad, profesionales del área de la salud, administrativas, universitarias e independientes, teniendo en cuenta que son consumidoras frecuentes de accesorios de moda femenina y representan el público objetivo de la marca. El propósito principal del cuestionario fue validar la aceptación de la técnica artística implementada por ARVY, es decir, saber la aceptación que tendría el segmento con la resina y el acrílico implementado al bolso. Así mismo, permitió obtener datos en cuanto al tipo de bolso que prefieren en su día a día, el valor que le dan a los accesorios y el precio que están dispuestas a pagar. También

De manera complementaria, se usó *la observación no participante* en espacios públicos como el Centro Comercial Cacique, el Centro Comercial Megamall y Centro Comercial Caracolí. En cada visita, se permaneció aproximadamente entre 1 y 2 horas, la observación se realizó durante cuatro semanas, entre el 9 de abril y el 3 de mayo, llevando a cabo un total de 8 visitas en distintos días y horarios. Mediante esta técnica se observó el comportamiento de las consumidoras frente a los productos exhibidos.

Durante el proceso se utilizó un diario de campo donde se registraron apuntes relacionados con los colores, tamaños, formas, estilos y materiales de bolsos que más llamaban la atención de las mujeres. Se identificaron aspectos como la reacción frente a productos innovadores, el interés por accesorios personalizados y los detalles que influían en la decisión de compra. Además, también se realizó un registro fotográfico de accesorios exhibidos en las tiendas como Vélez, Mario Hernández, BOSI BAMBINO ADT, con el fin de tener un apunte visual del estatus y accesorios que llamaron la atención de las mujeres. Toda la información recolectada

fue de gran utilidad para comprender mejor el comportamiento del consumidor y fortalecer el desarrollo creativo y comercial de la marca ARVY.

Figura 2

Foto almacén de bolsos



Nota: Exhibición de bolsos femeninos en establecimiento comercial la imagen evidencia una predominancia de diseños en tonos oscuros, así mismo se observa diferentes tamaños y texturas.

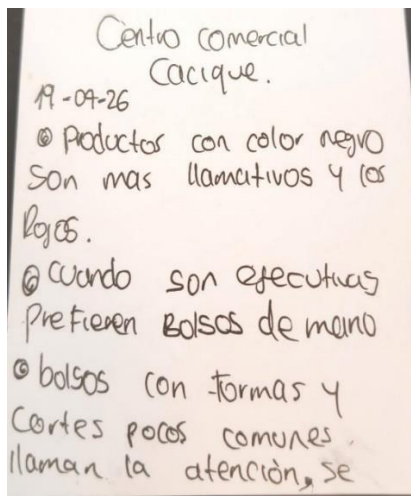
Figura 3

Stand Mario Hernández



Nota: Exhibición de bolsos femeninos en almacén Mario Hernández en establecimiento comercial la imagen evidencia una predominancia de diseños en tonos oscuros, así mismo se observa diferentes formas y diseños.

Figura 4
Diario de Campo



Nota: Observaciones obtenidas en el trabajo de campo realizado en el centro comercial cacique, los resultados evidencian que los bolsos negros y rojos son los que más llaman la atención, así mismo que las mujeres prefieren bolsos de mano y con cortes innovadores.

3.2 Etapa 2

En esta etapa del proyecto, el objetivo principal es establecer las técnicas manuales que se utilizarán para aplicar la pintura acrílica en la pieza seleccionada y, posteriormente, sellarla con resina. Acero (Ver Anexo A), en la entrevista realizada, recomienda utilizar pinceles y estiletes para porcelanacrón para un buen desarrolló pictórico. Los posibles resultados que genera su uso pueden ayudar a generar una grafía coherente con la estética de la marca. Además, se determinó el uso de los acrílicos de la marca Franco y Produart, para así realizar técnicas abstractas, técnicas de barrido, empaste, rapado con espátula para crear relieves, pinceladas a mano alzada, salpicaduras, y demás aspectos necesarios al momento de crear la pieza real que irá unida al bolso.

De igual forma, se desarrolló un proceso experimental que permitió definir los pinceles, tipos de pintura, técnicas y demás aspectos necesarios al momento de crear la pieza real que irá unida al bolso. Se realizaron pruebas en diferentes cueros para experimentar diferentes calibres y carnazas, pero finalmente, se optó

por el lienzo; debido a que la pintura no tuvo un buen adherido al cuero y mostró comportamientos que a largo plazo sería deficientes en el producto terminado.

Una vez definida la propuesta artística, se procedió con la preparación del lienzo, al cual se le aplica una capa de gesso y lija suavemente para aplicar el acrílico y, así, obtener una pieza que se puede manipular adecuadamente al momento de incorporarla al producto. Además de dar más adsorción al arte con el fin de evaluar la intensidad de los colores, la adherencia de la pintura y el comportamiento de la resina como capa protectora.

Figura 5
Lienzo Crudo



Nota: La imagen muestra un fragmento de lienzo en crudo con textura natural y acabado sin preparación previa. Se observan las fibras y el tono beige característico del material, utilizado como base para pruebas de intervención artística antes de aplicar pintura acrílica y resina.

Figura 6
Lienzo con gesso



Nota: La imagen presenta un fragmento de lienzo al que se le aplicó una capa de gesso blanco como preparación de superficie. Este recubrimiento permite sellar las fibras del lienzo, mejorar la adherencia de la pintura acrílica y proporcionar una base más uniforme para la intervención artística.

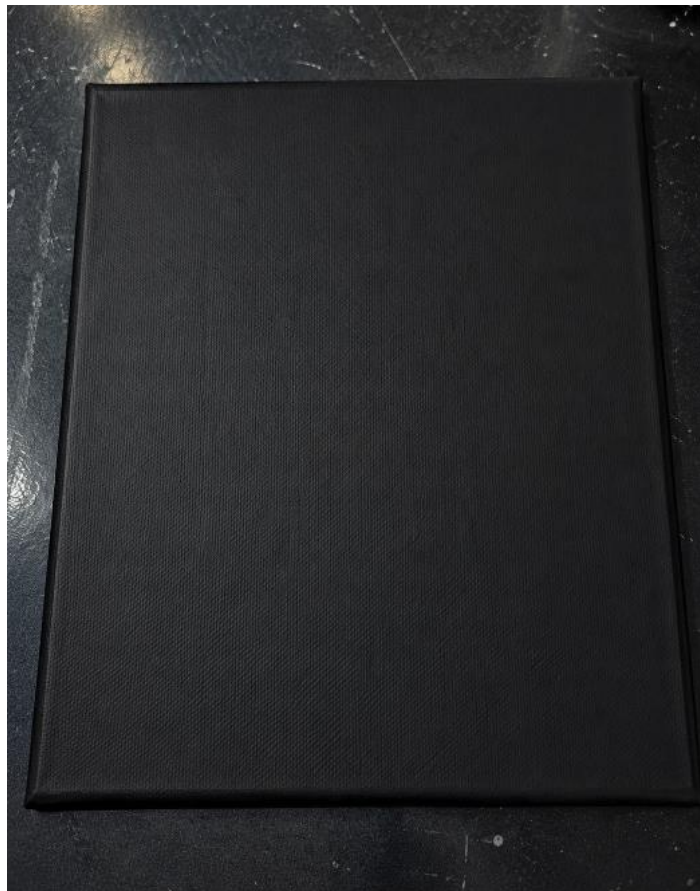
Figura 7
Lienzo terminado



Nota: lienzo blanco con una superficie más lisa y uniforme, evidenciando el proceso de lijado y preparación. Los bordes tienen una terminación más limpia y profesional.

Para crear el arte pictórico en el lienzo, se recolectó los colores necesarios como el amarillo, rojo, gris, negro, blanco y se aplicaron en diferentes espesores con ayuda de espátulas y pinceles. También se usó agua para poner más líquida la pintura blanca y amarilla con el fin de trazar líneas orgánicas y dar más fluidez al arte. Posteriormente al secado de la pintura acrílica, se aplicó la resina epóxica cuidadosamente sobre el lienzo y se esparció con un pincel para que quedara uniforme sobre el arte, después de tres a cuatro horas de secado se pudo observar el resultado final.

Figura 8
Lienzo base negra



Nota: Aplicación pintura acrílico marca produart con color negro de base

Figura 9
Grafía en lienzo (Técnica Barrido y empaste)



Nota: Aplicación pintura acrílico marca produart gris, amarillo, rojo, blanco.

Figura 10
Pieza lienzo arte final acrílico



Nota: Aplicación de técnica de salpicaduras con pincel a mano alzada y dilución de acrílico en agua siendo técnica de acrílico final.

Una vez completado el proceso de secado de la grafía sobre el lienzo, se aplicó una capa de resina epóxica transparente con el fin de proteger la superficie y proporcionar un acabado brillante. Para cubrir completamente el lienzo se utilizaron aproximadamente 60 ml del componente A (resina) y 30 ml del componente B (endurecedor).

La mezcla se realizó durante 3 a 5 minutos con movimientos suaves y constantes para garantizar una integración homogénea de ambos componentes y reducir la formación de burbujas. El vertido de la resina se efectuó lentamente sobre el lienzo y, luego, se distribuyó de manera uniforme con ayuda de un pincel plano modelo 24 cerdas suaves, asegurando una correcta nivelación y evitando acumulaciones excesivas en los bordes. Durante el proceso se realizaron revisiones periódicas para comprobar que no aparecieran imperfecciones y que la superficie permaneciera completamente lisa.

Figura 11

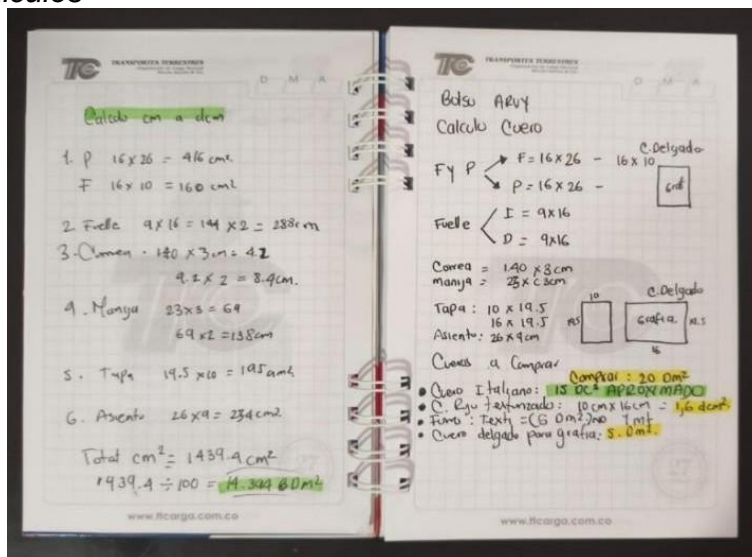
Pieza en lienzo terminado con resina epóxica



Nota: Grafía final con capa en resina epóxica para mayor cubrimiento, brillo y acabado premium y protección en la pieza.

Para el control del procedimiento se utilizó una bitácora de registro en la que se anotaron las cantidades de los componentes utilizados, los tiempos de mezclado, aplicación y secado, además de la temperatura ambiente, la cual se mantuvo entre 24 °C y 26 °C para favorecer un curado adecuado de la resina y una óptima protección de la grafía.

Figura 12
Bitácora de cálculos



Nota: registro de cálculos de cuero y materiales.

3.3 Etapa 3

En esta etapa el objetivo se definió el proceso de diseño, corte y ensamble de bolsos. Se inició con una metodología orientada a la calidad, funcionalidad, identidad e innovación del producto ARVY. El proceso inició con el diseño, donde se consolida las propuestas planteadas mediante geométrales y bocetos; ya que es la mejor técnica para definir proporciones, medidas, detalles que llevara el bolso así mismo como colores e intervenciones artísticas. Por ende, obteniendo un desarrollo coherente con la investigación de mercado hecha con anterioridad.

Dentro del diseño se tomó como pieza principal de intervención artística la tapa frontal superior del bolso, considerada el “lienzo” del producto; ya que es la zona más visible y así ser la más representativa. En esta pieza se aplicó una grafía abstracta realizada con pintura acrílica en combinación con resina, buscando transmitir exclusividad, modernidad y valor artístico. También se incorporó un corte inferior frontal en cuero rojo texturizado para generar contraste visual, la pieza destinada a la intervención artística recibió un tratamiento especial, teniendo en cuenta la recomendación de Rodríguez (Ver Anexo B) en la entrevista realizada:

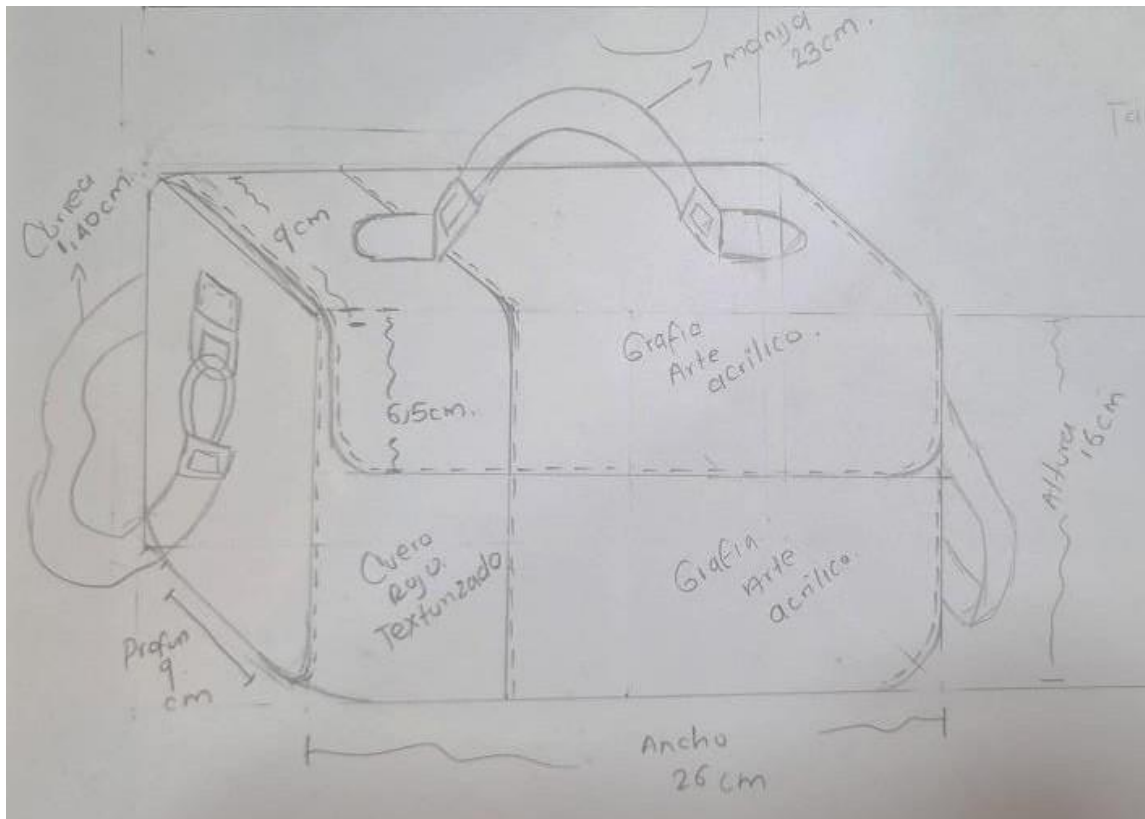
se requerirá una preparación adecuada para evitar que la pintura se cuartee sobre la superficie y buscar en el mercado pinturas acrílicas especiales para esta superficie, para lo cual recomiendo el lienzo como base ya que permite mayor absorción, durabilidad, ligero, flexibilidad lo que es ideal ya que por ello se evita que se cuartee (p. 1).

Antes del ensamble, iniciando con la limpieza y preparación de la superficie aplicando una capa delgada de gesso y lijada suavemente para asegurar una adecuada aplicación de la pintura acrílica. Posteriormente, se aplicó la grafía artística y, una vez seca, se cubrió con resina protectora para aportar brillo, resistencia y durabilidad. Durante este proceso se tuvo especial cuidado en evitar polvo sobre la pieza, respetar los tiempos de secado que fueron entre 1 a 2 horas, manipular correctamente la superficie para evitar rayones, marcas y conservar los bordes limpios y definidos.

Finalmente, se desarrolló el ensamble mediante técnicas manuales de marroquinería como lijar, pegar, coser y armar cada una de las piezas estructurales del producto. De igual manera, se verificó qué herrajes, cierres, y demás accesorios que lleva el producto queden correctamente ubicados y pegados o cocidos según lo requiera. La intervención artística se realizó inicialmente sobre una pieza en lienzo para que la grafía tuviera más adsorción; ya que en pruebas se evidenció que en lienzo se adhiere mejor la pintura en comparación al cuero. Así se aplicó la técnica de pintura acrílica y recubrimiento en resina para garantizar un mejor acabado y protección del diseño. Posteriormente, esta pieza intervenida

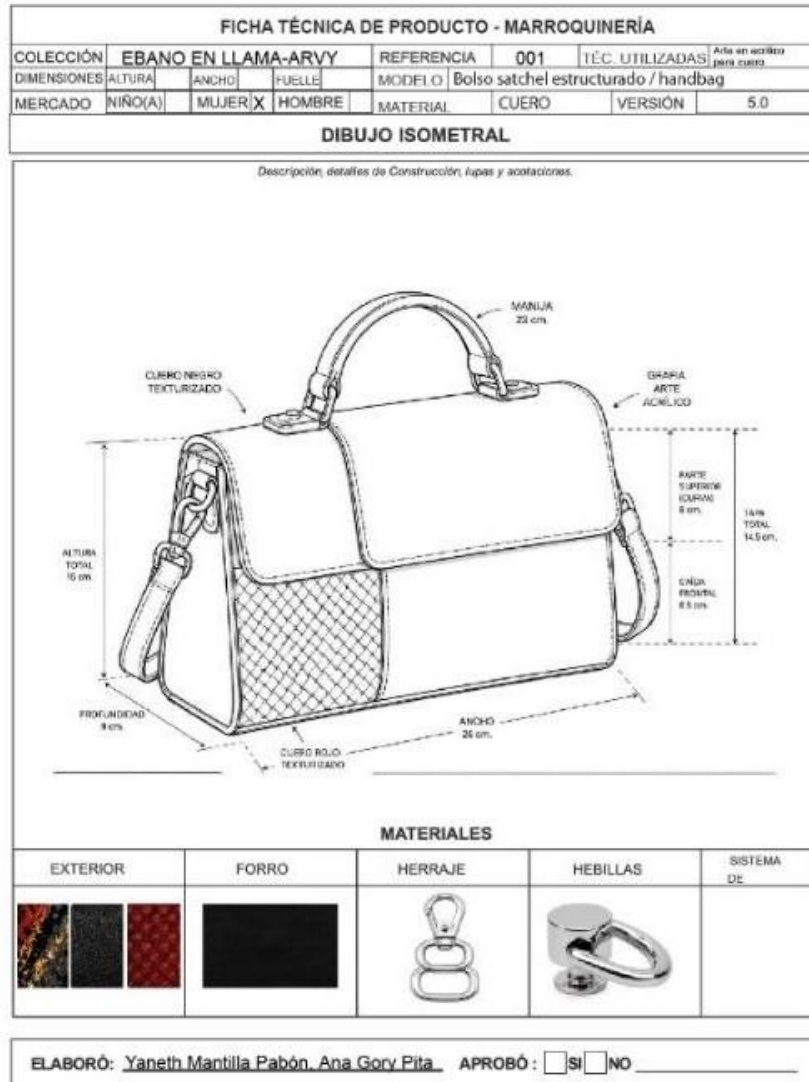
fue adherida y ensamblada sobre la tapa frontal superior en cuero, integrándola cuidadosamente al bolso durante las últimas fases del armado, con el propósito de evitar daños en la grafía y conservar el acabado artístico en óptimas condiciones. La integración de técnicas manuales permitió conservar el valor artesanal, la precisión y la identidad visual de la marca ARVY, fortaleciendo así el concepto creativo y diferenciador del producto.

Figura 13
Ilustración análoga bolso ARVY



Nota: Diseño e ilustración análogo de bolso ARVY inicial, con medidas de profundidad 9 cm, ancho 26 cm, altura 16 cm, manija 23 cm, pieza con intervención artística 18 cm aproximadamente, corte superior e inferior.

Figura 14
Dibujo geometral bolso ARVY



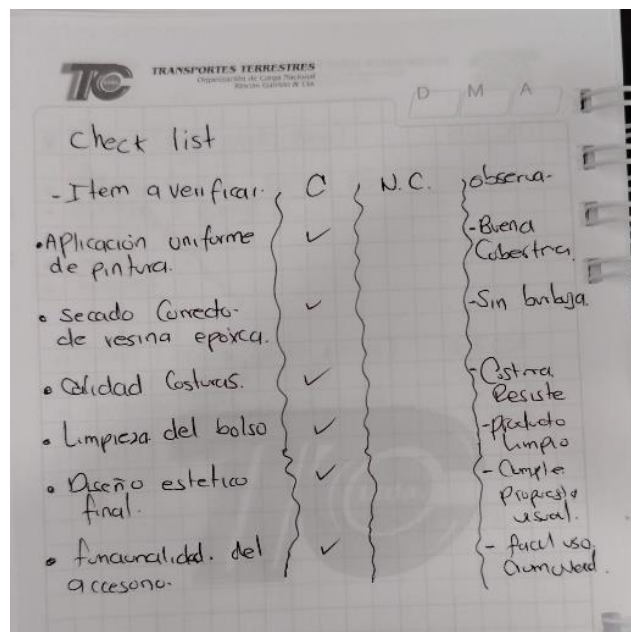
Nota: diseño geometral, con medidas de profundidad 9 cm, ancho 26 cm, altura 16 cm, manija 23 cm, pieza con intervención artística 18 cm aproximadamente, corte superior e inferior, detalles de materiales y especificaciones.

Finalmente, para el desarrollo del producto diseñado se tuvieron en cuenta criterios de calidad y verificación que permitieran evaluar la funcionalidad, los

estándares estéticos y estructurales, mediante patronaje y diseño intervención artística. Por otra parte, en materiales se eligió un cuero de placa canadiense italiana, calibre entre 1.4 mm y 1.8 mm, para proporcionar rigidez y soporte al bolso.

Asimismo, se implementó una lista de chequeo (check-list) con aspectos técnicos y visuales fundamentales para garantizar la calidad final del bolso. Esta herramienta fue fundamental para evaluar detalladamente elementos como la correcta aplicación de la pintura acrílica, la resina epóxica, limpieza del producto, acabados de costuras, estética visual y funcionalidad del accesorio. Además, el check-list ayudó a la verificación de cada etapa del proceso productivo. Así se evitó que el producto tuviera errores antes de la entrega final, así se garantiza un producto en buenas condiciones.

Figura 15
Check List



Nota: Diario de campo en resultado de check list.

Dentro de los criterios evaluados se tuvo en cuenta la resistencia de la correa y manija, asas y costuras, para verificar que soporten el uso de cada bolso. También se revisó la limpieza y precisión de las costuras, la correcta instalación de herrajes, cierres y accesorios metálicos, asegurando acabados funcionales y de calidad. Mediante esto se verificó la simetría y proporción del diseño isométrico, análogo y geometral, junto con la suavidad de los bordes y el correcto ensamblaje de las piezas. Finalmente, se evaluó que la intervención artística en acrílico y resina presentara buena adherencia, brillo uniforme y acabados limpios, reflejando la calidad e identidad artesanal de la marca ARVY.

3.4 Etapa 4

En esta etapa del proyecto, el objetivo principal fue estructurar el modelo administrativo y financiero de la marca ARVY, con el fin de garantizar la viabilidad del producto desarrollado. Para ello, se realizó un análisis detallado de los costos asociados a la elaboración del bolso, teniendo en cuenta cada uno de los materiales utilizados, como el cuero, la pintura acrílica, la resina y los herrajes, así como los procesos manuales involucrados en su fabricación. Esta fase permitió comprender no solo el valor productivo, sino también el valor agregado que aporta el componente artístico dentro del producto. Para la construcción del modelo financiero, se llevó a cabo una recolección de información basada en precios reales del mercado, consultando proveedores locales. A partir de esta información, se organizaron y analizaron los costos relacionados con materia prima, mano de obra y costos indirectos, lo que permitió establecer un precio estimado del producto acorde con su propuesta de valor.

Este ejercicio facilitó la definición de un precio competitivo, considerando la exclusividad del diseño y el carácter artesanal del bolso. En cuanto al modelo administrativo, se definieron aspectos básicos relacionados con la organización del

proceso productivo, la gestión de recursos y la proyección de la marca en el mercado. Se contemplaron tiempos de producción, distribución de actividades y posibles canales de comercialización, con el objetivo de estructurar una base sólida para el desarrollo de ARVY. De esta manera, se tuvo en cuenta los resultados obtenidos en las etapas anteriores; ya que la información recolectada ayudó al análisis de tendencias, estudio de mercado y desarrollo de producto. El modelo CANVAS es una herramienta que permite estructurar y visualizar aspectos importantes de un modelo de negocio, para así identificar de manera clara el segmento de mercado al que se va a dirigir además de la propuesta de valor, canales de distribución y recursos claves. La plantilla completa del modelo CANVAS se encuentra consignada en los apéndices del presente trabajo.

4 Resultados

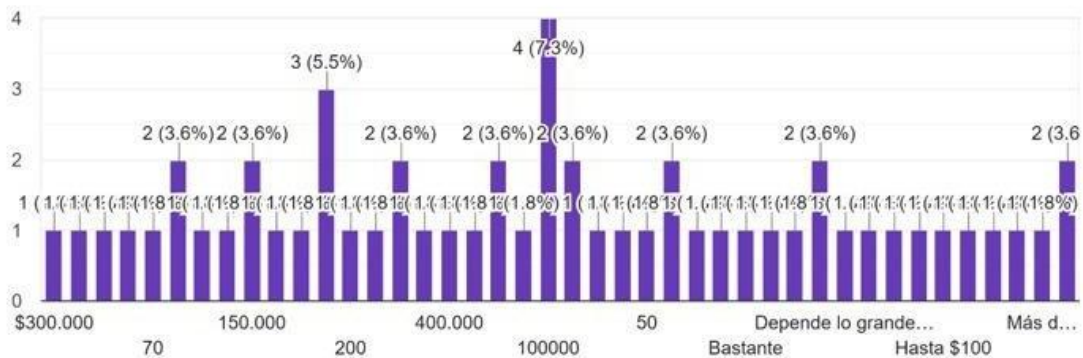
4.1 Resultado Etapa 1

En esta fase de investigación se pudo identificar cuáles son las preferencias que tienen las mujeres en Bucaramanga frente a accesorios artesanales, gracias a la encuesta realizada a 55 mujeres bumanguesas dentro del segmento establecido. Los resultados evidenciaron que existe una inclinación hacia los productos que demuestran una identidad y autenticidad; porque reflejan los colores que predominan lo que quieren reflejar como lo es el negro y el rojo. Además, que para este segmento adquirir un bolso pintado a mano genera una conexión emocional con el producto. También se identificó que la consumidora está dispuesta a pagar un valor superior. Esto se relaciona con el deseo de diferenciarse mediante un bolso con un valor artístico diferente.

Por otro lado, se detectó que los canales presenciales son los elegidos para la consumidora; debido a que, para el 90.9% de las encuestadas, es importante observar el accesorio y las opciones que tienen para realizar la compra. Además de que también estimula la conexión inmediata con el producto de mayor gusto. Por otra parte, el 9.1% de las encuestadas sí prefieren una compra virtual; ya que les brinda comodidad al no tener que desplazarse. Es por eso que Arvy implementara las dos opciones y, así, poder cubrir los gustos de todos los clientes por igual.

Tabla 1
Encuesta

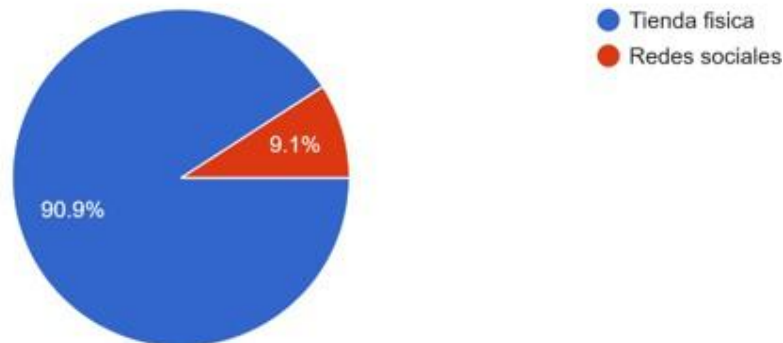
cuanto estarias dispuesto a pagar por un bolsos de buena calidad y con diseño?
55 respuestas



Nota: Imagen de pregunta de encuesta sobre valor a pagar por un bolso.

Figura 16
Encuesta

donde prefieres comprar bolsos?
55 respuestas



Nota: Imagen de preferencias de compras de mujeres profesionales.

Respecto a las preguntas relacionadas por productos elaborados a mano, el material y el diseño se evidenció una alta aceptación hacia los accesorios artesanales; debido a que son considerados productos exclusivos y un alto valor agregado. La mayoría de las encuestadas manifestó interés por querer un bolso

que refleje identidad y estilo. En cuanto al material, las encuestadas mostraron preferencia por acabados resistentes, atractivos y de calidad. Siendo este un factor importante; ya que en la observación con el diario de campo se constató que las mujeres analizaban primero la textura, firmeza y resistencia del material antes de evaluar el diseño. De igual manera, se observó que las propuestas con técnicas elaboradas a mano llamaron la atención y aceptación del público fortaleciendo la propuesta de valor de ARVY.

Figura 17
Diario de Campo



Nota: Análisis de diario de campo apuntes en canva de preferencias de mujeres.

3.2 Resultado etapa 2

Durante esta fase del proyecto, se logró establecer y comprobar cómo se comporta la resina epóxica aplicada cuando se aplica sobre pintura acrílica en lienzo y cuero. Esto permitió obtener resultados artísticos de alta calidad, tanto en la apariencia como en la resistencia. El proceso de la resina permitió generar un efecto protector y uniforme, lo que hizo que los colores parecieran más intensos, la profundidad de las grafías y el relieve generado por las técnicas pictóricas implementadas, tal como Acero (Ver Anexo A) sugirió en la entrevista:

la aplicación de resina epóxica sobre superficies intervenidas con pintura acrílica no solo cumple una función estética, sino también técnica y protectora, ya que “la resina genera una capa transparente de alta resistencia que intensifica la saturación del color, aporta profundidad visual y preserva la textura original de la obra, permitiendo mayor durabilidad frente a factores externos (p.1).

Asimismo, se evidenció una adecuada compatibilidad entre la resina epóxica, la pintura acrílica y las superficies utilizadas; ya que no se presentaron reacciones químicas negativas como burbujas excesivas, Sin embargo, en las primeras pruebas con cuero, se notaron algunas grietas.

Figura 18
Grietas en Graffa



Nota: se evidencia grietas en acrílico sobre el cuero y aun aplicando la resina epóxica

Por eso, se siguieron haciendo pruebas con diferentes materiales y se descubrió que el lienzo era el más adecuado para el arte. La transparencia que se logró fue la esperada, lo que permitió conservar las características esperadas, permitiendo conservar la definición de cada detalle artístico y aportando una apariencia sofisticada y premium al producto final. De igual manera, el proceso permitió determinar tiempos adecuados de secado y manipulación para evitar imperfecciones sobre el acabado encapsulado.

Como resultado, el bolso ARVY tiene un acabado artístico de alta calidad. Esto se debe a que se utiliza resina epóxica, que actúa como una capa protectora. Esta capa protege el bolso de rayones, humedad y desgaste diario. También ayuda a mantener el color y la belleza de la pintura acrílica con el tiempo. Asimismo, se comprobó que fortalece la percepción de exclusividad y diferenciación del producto, manteniendo el valor artesanal de cada diseño. Cada pieza presenta características visuales únicas e irrepetibles, consolidando una propuesta innovadora dentro de la marroquinería contemporánea y fortaleciendo la identidad premium de la marca ARVY. Esta fase permitió evidenciar que la correcta aplicación de materiales y técnicas especializadas puede generar acabados funcionales, resistentes y estéticamente diferenciadores en accesorios de moda artesanal.

Figura 19

Aplicación de Resina Epóxica



Nota: aplicación de resina epóxica con pincel modelo 24 plano para terminaciones premium.

3.3 Resultado etapa 3

Durante esta fase del proyecto se obtuvo la consolidación del diseño estructural y funcional del bolso ARVY, integrando procesos de marroquinería con mano de obra artesanal. Según Acero (Ver Anexo A), lo más recomendable es emplear arte manual sobre lienzo y cuero, mediante la preparación de la superficie con gesso, secado y lijado, aplicando técnicas como barrido, empaste y salpicado con acrílicos de alta calidad, posteriormente protegidos con resina epóxica. Este recubrimiento final permitió garantizar adherencia, durabilidad y protección de la grafía artística. Como resultado, se obtuvo una pieza exclusiva y limitada, donde cada intervención presenta características únicas imposibles de replicar exactamente.

Este proceso también permitió comprobar la efectividad de la resina epóxica

como material protector y potenciador estético, aportando resistencia frente a rayones, humedad y desgaste cotidiano, sin perder el valor artesanal del diseño. Esto permitió obtener un producto con identidad premium y diferenciadora, logrando una gráfica de alto impacto visual, exclusividad y valor artístico. Asimismo, se logró comprobar la efectividad de la combinación entre técnicas pictóricas y procesos de marroquinería, garantizando acabados resistentes, funcionales y estéticamente innovadores. De igual manera, esta fase permitió fortalecer la identidad visual de la marca ARVY, resaltando el valor artesanal y la propuesta exclusiva del diseño dentro del mercado femenino.

Finalmente, durante el proceso de ensamble y acabados del bolso ARVY, se seleccionaron cuidadosamente los materiales y herrajes. Para la mayor parte de la estructura del bolso se utilizó placa de cuero canadiense italiano color negro, con un calibre entre 1.4 mm y 1.8 mm, elegido por su firmeza, durabilidad y apariencia sofisticada, permitiendo conservar la estructura del bolso sin perder elegancia visual. Asimismo, incluir herrajes plateados niquelados en gama de alta calidad, seleccionados por su resistencia y el uso continuo y aporta exclusividad al diseño. De igual manera, se implementaron cremalleras y cierres negros que generan armonía visual. Para la intervención artística se utilizaron pinturas acrílicas de las marcas Produart y Franco, reconocidas por su alta pigmentación, adherencia y durabilidad sobre superficies textiles y cuero. Como resultado, se obtuvo un bolso funcional, ergonómico y resistente, con acabados de alta calidad, excelente capacidad de uso cotidiano y una propuesta visual innovadora que fortalece la identidad artesanal y exclusiva de la marca ARVY.

El diseño final del bolso se desarrolló teniendo en cuenta las preferencias identificadas durante las encuestas a las mujeres bumanguesas, observaciones realizadas en trabajo de campo y entrevistas a profesionales. La forma estructurada del accesorio fue elegida debido a que transmite elegancia, modernidad y versatilidad características valoradas por las mujeres encuestadas

para el uso diario y eventos elegantes, en cuanto a la propuesta visual del arte pictórico se implementó una composición de colores sobre fondo oscuro para generar un diseño llamativo alineado con la identidad de ARVY. También el resultado final abarca las necesidades y gustos identificados en el proceso de investigación realizada con anterioridad.

Figura 20

Cuero canadiense italiano



Nota: Muestra de placa de cuero canadiense italiano color negro, con un calibre entre 1.4 mm y 1.8 mm

Figura 21

pinturas acrílico PRODUART



Nota: Muestra de pinturas acrílicas seleccionadas, marca y colores, textura.

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

Figura 22

Diseño final bolso ARVY



Notas: Bolsos diseño final, con grafía terminada y combinación de técnicas y herrajes.

3.4 Resultado etapa 4

En esta fase se consolidó la estructura empresarial y estratégica del proyecto ARVY mediante diferentes herramientas de análisis y validación de ideas de negocio, para así formalizar la propuesta emprendedora Asimismo, a través de una segunda entrevista, Rodríguez manifestó que “la conexión graneada brinda un gran impacto a la obra y al bolso, complementándose entre sí y generando un efecto visual atractivo para el cliente”, lo cual permitió fortalecer la propuesta de valor y la percepción estética del producto.

Así mismo la implementación del modelo CANVAS F-EX -30 permitió organizar componentes claves como la problemática, las ventajas competitivas, los canales de venta, segmento de mercado, la estructura de costos y los flujos de ingresos. facilitó el análisis inicial de la propuesta (de viabilidad, potencial e

innovación), evidenciando que la combinación de arte, resina y accesorios constituye una propuesta atractiva dentro del mercado. Además, las entrevistas realizadas permitieron identificar el interés de los consumidores por productos personalizados y con identidad artística, fortaleciendo así la validación de la propuesta de negocio.

Por otro lado, en esta etapa también se desarrolló la evaluación financiera y ambiental del proyecto, donde se estableció inversión en materiales, costo de producción, mano de obra y precio de venta del producto ya que los resultaron arrojaron un precio acorde a la exclusividad, proceso manual artesanal y acabados premium. Además, se buscó minimizar el impacto ambiental a la hora de realizar el patronaje, corte y ensamble del producto ya que así se reduce los residuos y desperdicios de materia prima, esta etapa no solo aportó claridad financiera, sino que también fortaleció la proyección estratégica del proyecto, alineando el concepto creativo con una visión empresarial sostenible Finalmente se diligencio el formato de acuerdo de continuidad con el proceso de proyecto a nivel universitario el cual formaliza el seguimiento académico y la utilización institucional de la propuesta desarrollada.

Tabla 2

Formato F-EX-28: identificación de la idea de negocio

IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO						
Nombres y Apellidos: Yaneth Mantilla Pabon, Ana Y. Gory Pita		Fecha:		26	05 2026	
Correo Electrónico: yanethmantilla@uts.edu.co agory@uts.edu.co		Teléfono: 3123130688 324 2760141				
Tipo de documento: CC _x_ TI ___ CE ___		Número de identificación:		1005248563 1005332257		
Vínculo con las Unidades Tecnológicas de Santander:		Estudiante <input checked="" type="checkbox"/>	Egresado <input type="checkbox"/>	Docente <input type="checkbox"/>	Admón. <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Solo aplica para estudiantes y egresados		Semestre que cursa (Si aplica): 6 semestre				
		Programa académico: Tecnología gestión de la moda Ciudad: Bucaramanga				
1. Actualmente está en marcha su idea de negocio Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>						
2. Si su respuesta anterior fue afirmativa, hace cuánto funciona su emprendimiento:						
		Menos de 3 meses		De 6 a 12 meses		
		De 3 a 6 meses		más de 12 meses		
3. Nombre y descripción breve de su idea de negocio, especificando las características del producto o servicio.						
Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia.						
4. ¿Cuál es el problema específico que su idea de negocio busca solucionar?			5. ¿Cuál es el mercado objetivo? ¿A quién va dirigido el producto o servicio?			
ARVY busca solucionar la falta de exclusividad, innovación y valor artesanal en los bolsos del mercado marroquinero. La marca propone diseños con intervención en acrílico y resina epóxica, ofreciendo productos únicos, de alta calidad y con identidad artística.			El mercado objetivo corresponde a mujeres ejecutivas profesionales entre 28 y 55 años, residentes en Bucaramanga y su área metropolitana. Este grupo se caracteriza por valorar la elegancia, la funcionalidad, la durabilidad y la proyección de una imagen profesional moderna. Buscan productos que combinen diseño,			

	sostenibilidad, comodidad y exclusividad, reflejando seguridad y éxito personal.										
<p>6. Propuesta de valor única, ¿Qué te hace diferente a la competencia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">a. Precios razonables</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Distribución eficaz</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Presentación y beneficios</td> <td></td> </tr> <tr> <td>d. Suplir necesidades insatisfechas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>e. Otra:</td> <td>¿Cuál? C y D</td> </tr> </table>		a. Precios razonables		b. Distribución eficaz		c. Presentación y beneficios		d. Suplir necesidades insatisfechas		e. Otra:	¿Cuál? C y D
a. Precios razonables											
b. Distribución eficaz											
c. Presentación y beneficios											
d. Suplir necesidades insatisfechas											
e. Otra:	¿Cuál? C y D										
<p>7. ¿Su producto o servicio tiene sustituto? Sí ___ No <u>X</u> Si su respuesta es afirmativa, describa al producto o servicio sustituto _____</p>											
<p>8. ¿Sobre cuáles de los siguientes aspectos ha investigado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios <u> X </u> • Demanda potencial <u> X </u> • Productos similares <u> X </u> • Productos sustitutos <u> X </u> • Características claves <u> X </u> 											
<p>9. ¿Cuál es el aporte de su idea de negocio al mercado y la sociedad en general y por qué considera que su idea de negocio es innovadora?</p> <p>ARVY aporta al mercado bolsos exclusivos con intervención artística, combinando diseño, artesanía e innovación mediante el uso de acrílico y resina epóxica. Además, promueve el valor del trabajo manual y ofrece productos con identidad propia, diferenciándose de la oferta tradicional de bolsos sintéticos y diseños repetitivos.</p>											
<p>10. ¿A cuál sector de la economía pertenece su idea de negocio?</p> <p>ARVY pertenece al sector secundario o industrial, específicamente al sector de la marroquinería y moda, ya que transforma materias primas en bolsos artesanales con diseño e intervención artística.</p>											
<p>11. ¿Tiene estructurado para su idea de negocio, algún modelo de Plan de Negocio, que le indique su direccionamiento, operatividad y viabilidad? Si <u>X</u> No ___ Si su respuesta es afirmativa, haga una reseña resumen de su plan de negocio</p> <p>ARVY cuenta con un plan de negocio estructurado enfocado en el diseño y comercialización de bolsos artesanales con intervención artística en acrílico y resina epóxica. El modelo contempla el análisis del</p>											

mercado objetivo, propuesta de valor, procesos de producción, identidad de marca, estrategias de comercialización y viabilidad del proyecto. Asimismo, busca posicionarse en el sector marroquinería mediante productos exclusivos, de alta calidad y con diseño innovador dirigido a mujeres que buscan accesorios con identidad y valor artesanal.

12. ¿Conoce quiénes serían sus proveedores? ¿Qué cantidad o tipo de maquinaria requiere su idea de negocio? ¿Qué clase de mano de obra requiere su idea de negocio?

Sí, ARVY tiene identificados proveedores de materiales como cuero, herrajes, pinturas acrílicas, resina epóxica y accesorios para marroquinería. Entre la maquinaria requerida se encuentran máquina plana, máquina poste, herramientas de corte y equipos básicos para procesos artesanales y acabados manuales. Además, la idea de negocio requiere mano de obra calificada en marroquinería, patronaje, confección e intervención artística manual para garantizar productos exclusivos y de alta calidad.

13. ¿Tiene idea de cuánto requiere de inversión inicial para su idea de negocio?

Sí, se tiene una proyección aproximada de inversión inicial destinada a la compra de materiales, maquinaria básica, herramientas, insumos de producción, desarrollo de prototipos, empaque y publicidad para la marca ARVY. Esta inversión permitirá iniciar la elaboración y comercialización de bolsos artesanales con identidad artística y acabados de alta calidad.

14. ¿Qué impactos generaría su idea de negocio? (medio ambientales, sociales, solución de cuello de botella, mejora en la calidad de vida, etc.)

ARVY generaría impactos sociales y económicos al promover valor del trabajo artesanal, la creatividad y el valor del diseño manual dentro del sector marroquinería. Asimismo, busca ofrecer productos de mayor calidad y exclusividad, mejorando la experiencia y satisfacción del consumidor. En el aspecto ambiental, se pretende optimizar el uso de materiales y procesos para reducir desperdicios durante la producción, el uso de base con lienzo como base natural. Además, ARVY impulsa la innovación mediante técnicas artísticas que aportan diferenciación y valor agregado al mercado.

15. ¿Cuáles riesgos podría afectar su idea de negocio? (a nivel comercial, financieros, tecnológicos, productivos y legales). Enúncielos:

- Comercial: alta competencia
- Financieros: aumento en costos de materiales, baja rentabilidad o falta de capital para producción y comercialización
- Tecnológicos: dificultades en la aplicación de técnicas como resina epóxica y acabados artesanales
- Riesgos productivos: retrasos en la producción, desperdicio de materiales o fallas en los acabados del producto
- Riesgos legales: incumplimiento de normas relacionadas con marca, derechos de autor, formalización del negocio o uso de materiales

16. **¿Cuáles son los aspectos que más desconoce de su idea de negocio? (a nivel comercial, financieros, tecnológicos, productivo y legal). Enúncielos:**

- Aspectos comerciales: estrategias de posicionamiento, expansión de mercado y comportamiento futuro del consumidor.
- Aspectos financieros: proyección exacta de costos, rentabilidad y manejo de inversión a largo plazo.
- Aspectos tecnológicos: implementación de nuevas técnicas y optimización de procesos de producción artesanal.
- Aspectos productivos: producción a mayor escala manteniendo la calidad y exclusividad del producto.
- Aspectos legales: procesos de registro de marca, propiedad intelectual y requisitos para formalización empresarial.

Nombre del docente extensionista: Édgar Fabián Amaya Güiza

Firma: _____

Programa Académico: Profesional en Diseño de moda Ciudad: Bucaramanga

Al diligenciar este formulario autorizo a UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER, ubicada en Calle de los estudiantes 9-82 Ciudadela Real de Minas y con teléfono de contacto 6076917700, para que recolecte, almacene, use, circule y/o suprima mis datos personales y los de mis representados, incluyendo el consentimiento para tratar datos de menores de edad, aun conociendo que no estoy obligado a autorizar su tratamiento. Lo anterior para dar cumplimiento a las finalidades incorporadas en la Política de Tratamiento de Información disponible en www.uts.edu.co, la cual declaro conocer. Así mismo, conozco que como titular me asisten los derechos a conocer, actualizar, rectificar y suprimir mis datos y revocar la autorización.

Figura 23
Modelo CANVAS

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

<p>PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> Alta oferta de bolsos masivos sin diferenciación. Dificultad para encontrar productos que combinen arte, funcionalidad y exclusividad. Falta de propuestas innovadoras en marroquinería con identidad artesanal. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño y fabricación artesanal de bolsos. Desarrollo de colecciones limitadas. Selección de materiales premium. Personalización (grafías y pintura a mano). Marketing digital y ventas. Control de calidad. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> Bolsos ejecutivos exclusivos que combinan elegancia, funcionalidad y arte. Satisfacen la necesidad de versatilidad, espacio y estilo en un solo producto. Diferenciación mediante diseño artesanal, personalización y ediciones limitadas. 	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> Técnicas manuales y artísticas únicas. Diseño exclusivo con identidad cultural. Personalización artesanal. Producción sostenible. Ediciones limitadas. Marca enfocada en empoderamiento femenino. 	<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> Mujeres ejecutivas de 28 a 55 años en Bucaramanga. Buscan elegancia, funcionalidad, exclusividad y diseño con identidad.
	<p>MÉTRICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Unidades vendidas. Crecimiento en redes sociales. Tasa de conversión. Satisfacción del cliente. Recompra. Tiempo de producción. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Instagram, Facebook, WhatsApp Business. Página web / tienda online. Ferias de moda. Publicidad física. Venta directa. Stands en centros comerciales. 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos fijos y variables (producción, servicios, transporte). Materias primas (cuero, herrajes, pinturas). Mano de obra artesanal. Marketing, empaques y mantenimiento. 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Venta de bolsos premium. Ediciones limitadas y colecciones especiales. Personalización de productos. 		

Nota: captura modelo Canvas desarrollado para ARVY.

Tabla 3
Tabla de presupuestos

REALIZO:	YANETH AMNTILLA- ANA GORY						
REFERENCIA:	BOLSO ARVY						
CUERO							
CUERO 1 negro	cantidad	medida cm	total	decímetro			
TAPAS	1X1	19,5*10	250	3,125			
ASIENTO	1X1	26*9	234	2,925			
MANIJAS	2X1	23*3	138	1,725			
POSTERIOR	2x1	16*26	1200	15			
FUELLES	2X1	9*16	288	3,6			
correa	2x1	140*3	1500	18,75			
FRENTE	2x1	16*26	1200	15			
		+ %DESP. 10	TOTAL	COSTO			
TOTAL	60,125	6,0125	66,1375	\$ 46.296			
CUERO							
CUERO 2 rojo	cantidad	medida cm	total	decímetro			
frente	1X1	16*10	250	3,125			
		+ %DESP. 10	TOTAL	COSTO			
TOTAL	3,125	0,3125	3,4375	\$ 4.469			
FORRO:	cantidad	medida cm	total	COSTO	FORRO MT	\$FORRO CM	
FORRO FRENTE Y POSTERIOR	2x1	16*26	1200		15000	1374,0	
FORRO ASIENTO	1X1	9*10	90		10000		
FORRO FUELLE	2X1	9*16	288			1,5	
BOLSILLO INTERNO	1X1	16*15	240	TOTAL COSTO	\$ 26.818		
		TOTAL	1818				
CONFECCION	cantidad	costo unitario	total				
Ensamble	1	140000	140000				
Modelado	1	140000	140000				
		TOTAL	\$ 280.000				
Pinturas - lienzo	cantidad	costo unitario	total		MANO DE OBRA	280000	
Pintura negra	1	9500	9500		Sello	70000	
Pintura roja	1	9500	9500		VALOR AGREGADO X DISEÑO	300000	
Pintura Blanca	1	9500	9500		TOTAL	\$ 650.000	
Pintura Gris	1	9500	9500				
Pintura Amarilla	1	9500	9500				
Lienzo	1	9500	9500				
Resina	1	50000	50000				
		TOTAL	\$ 107.000				
PRECIO TOTAL PRODUCTO	\$ 1.114.583						

Nota: tabla realizada en Excel de costos y presupuesto para la realización de bolso ARVY.

5 CONCLUSIONES

En conclusión, el desarrollo del primer objetivo permitió establecer de manera clara la funcionalidad, estética y gusto que busca la mujer bumanguesa, para así establecer una idea clara del producto que se desarrolló y poder cumplir con los estándares e innovación que esta busca, siendo así ARVY coherente con la propuesta de valor. La encuesta fue fundamental para la aceptación comercial del concepto del proyecto, porque nos permitió saber si el producto le gustaría al segmento. Además, gracias al *diario de campo* se pudo establecer colores y formas llamativas para el segmento de mercado; ya que son de gran importancia. Por otro lado, también se evidenció que la integración de resina y pintura acrílica fue de gran impacto en el consumidor.

Por otra parte, se constató que la integración de la resina epóxica aporta un gran valor al producto diferenciándolo en el mercado, permitiendo obtener acabados artísticos y visualmente valorados. El uso de la resina epóxica fue muy acertado porque aportó resistencia, durabilidad y un acabado vitreo logrando el efecto esperado por la propuesta. De igual manera, la pintura acrílica sobre el lienzo permitió el desarrollo de composiciones creativas y acabados personalizados deseados para ARVY.

Así mismo, la experimentación pictórica fue fundamental, debido a que permitió llegar al lienzo como soporte ideal para aplicar el acrílico y la resina y, así, garantizar la calidad de las piezas. Asimismo, las entrevistas nos aportaron ideas y nos confirmaron la aceptación de las técnicas elegidas y su efectividad para desarrollar un producto con arte, exclusividad y trabajo artesanal como según Rodríguez (Ver Anexo B):

Generar una conexión con una obra de arte, es algo que comienza en la creación de la propuesta. En esta parte, la técnica, el simbolismo y la representación de experiencias compartidas juega un papel importante. Hoy se habla de transformación, resiliencia, fortaleza, cotidianidad entre muchas ideas y así establecer una serie de metáforas que conectaran al momento de observar la obra (p.4).

También se evidencio la importancia de la estandarización de procesos durante la elaboración del producto, en etapas como diseño, patronaje, corte y ensamble. Sin embargo, debido a que dos piezas, piza 1 superior de la tapa, pieza 2 inferior de frente del bolso fue intervenida manualmente, se reconoce que cada bolso posee características únicas, convirtiendo cada diseño en una pieza exclusiva y el desarrollo del geometral permitió definir detalladamente cada componente del producto premium, facilitando la selección adecuada de materiales, combinación cromática y acabados finales.

Finalmente, en la última etapa se logró el cumplimiento de la estructura del modelo de negocio que se implementó para ARVY, con ayuda de las herramientas del modelo CANVAS se obtuvo la información necesaria para que se abarcara la necesidad del segmento, propuesta de valor entre otros aspectos importantes. Gracias a las bases solida de las anteriores etapas se logró disminuir los residuos en la etapa de fabricación y, así, poder tener un bolso amigable con el medio ambiente dentro de los parámetros posibles en su elaboración del producto, buscando minimizar residuos y generar procesos más amigables con el medio ambiente. De igual manera, se concluye que el modelo de negocio presenta posibilidades de ser rentable, escalable y competitivo dentro del mercado de accesorios de diseño artesanal.

Por último, se deja constancia de que la estudiante Yaneth Mantilla continuará con el desarrollo y ejecución de la idea del proyecto de grado y modelo de negocio, dando seguimiento al proceso académico planteado inicialmente. Así mismo, se informa que ambas estudiaste elaboraron una carta de acuerdo de continuidad, mediante la cual Ana Gory cede los derechos correspondientes de dicho proyecto a Yaneth Mantilla, con el fin de garantizar el proceso de fortalecimiento académico bajo los lineamientos establecidos por la institución.

ACUERDO DE CONTINUIDAD DEL PROYECTO DE GRADO

Fecha: Bucaramanga, 26 de mayo de 2026

Señores

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Coordinación Académica
Programa Tecnología en Gestión de la Moda

Asunto: Acuerdo de continuidad del proyecto de grado

Yo, Ana Yuley Gory pita, identificada con documento de identidad No. 1005332257, estudiante del programa Tecnología en Gestión de la Moda, me permito manifestar que, en relación con mi Proyecto de grado titulado "Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia", he tomado la decisión de ceder los derechos del mismo para que pueda ser continuado por Yaneth Mantilla Pabon, identificada con documento de identidad No. 1005248563, si así lo dispone la institución.

Lo anterior, teniendo en cuenta que por el momento no continuaré con el ciclo profesional, y con el fin de que el proyecto no se vea interrumpido y pueda ser aprovechado académicamente.

De esta manera, autorizo a la institución para que gestione la continuidad del proyecto bajo los lineamientos que considere pertinentes.

Agradezco la atención prestada.

Cordialmente,



Ana Yuley Gory Pita

Nombre completo
Cédula 1005332257
Teléfono 3242760141
Correo electrónico agory@uts.edu.co

ACUERDO DE CONTINUIDAD DEL PROYECTO DE GRADO

Fecha: Bucaramanga, 26 de Mayo de 2026

Señores

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Coordinación Académica
Programa Tecnología en Gestión de la Moda

Asunto: Continuidad del proyecto de grado y ciclo profesional

Yo, Yaneth Mantilla Pabon, identificada con documento de identidad No. 1005248563, estudiante del programa Tecnología en Gestión de la Moda, me permito manifestar que continuaré con el desarrollo de mi proyecto de grado titulado "Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia", así como con el ciclo profesional correspondiente.

De esta manera, confirmo mi compromiso con la continuidad y culminación del proyecto académico, dando cumplimiento a los lineamientos establecidos por la institución.

Asimismo, expreso mi interés en seguir fortaleciendo el proceso académico y profesional, con el fin de finalizar satisfactoriamente tanto el proyecto de grado como mi formación profesional.

Agradezco la atención prestada.

Cordialmente,



Yaneth Mantilla Pabon

Nombre completo
Cédula 1005248563
Teléfono 312 3130688
Correo electrónico yanethmantilla@gmail.com

6 RECOMENDACIONES

Se recomienda a futuros proyectos relacionados con accesorios artesanales continúen explorando e integrando arte y moda como estrategia de diferenciación dentro del mercado, debido a que esta combinación permite generar propuestas innovadoras, exclusivas y con alto valor agregado. Se aconseja ampliar la exploración de otras técnicas artísticas: como el óleo, pintura fluida, los relieves y texturas tridimensionales. Para desarrollar estas técnicas mencionadas se debe realizar un trabajo de investigación, entrevistas, exploración para que se pueda lograr un buen resultado. Así mismo, se recomienda trabajar el óleo como pintura principal, pero se recomienda planificar debido al tiempo de oxidación. Además, se sugiere realizar pruebas con soportes intervenidos con yeso para lograr relieves y texturas tridimensionales 3D antes de aplicar el color. También se aconseja optimizar el proceso del acabado vitreo mediante el control adecuado de temperatura, humedad y manejo de burbujas durante la aplicación de la resina epóxica.

Por otra parte, se recomienda explorar mercados internacionales para llegar a nuevos segmentos de mercado, además de crear tiendas virtuales para llegar a más público mediante la comodidad, así mismo se recomienda proyectar futuras expansiones hacia plataformas de e-commerce con ayuda del Leans canvas. También explorar nuevos productos y accesorios como zapatos, cinturones y otros productos de marroquinería donde se puede aplicar las técnicas descubiertas; finalmente se recomienda indagar nuevas resinas que sean amigables con el medio ambiente u otro producto que sirva para sellar el arte.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, A. (2026). Licenciado en artes plásticas pintor de la boca de la asociación boca y pie. [entrevista, universidad santo tomas]
- Acosta, L. (2022). Moda Sostenible en Colombia: ¿utopía o posibilidad? Episteme. Revista de divulgación en estudios socio territoriales, 14(1). Pg. 85-89
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/episteme/article/view/8344/7729>.
- Alejo, M., & Osorio Acosta, B. E. (2016). El informante como persona clave en la investigación cualitativa. Gaceta de Pedagogía, (35), 74–85.
<https://www.academia.edu/download/96061796/512.pdf>
- Arévalo, J. (2026). *Marcas que nos dibujan: Arte y sociedad de consumo*. [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/fbb76772-77f9-4401-949e-b04c8e0649fa>.
- Barrios, M. (2010). *modelo de negocio* [Trabajo de pregrado, Universidad Americana.] [academia.edu](https://www.academia.edu).
- Buenahora, L., & Hurtado, L. (2024). *Análisis del efecto de la innovación en la sostenibilidad de las MiPymes del sector del calzado en la ciudad de Bucaramanga*, [Trabajo de grado, UNIMINUTO] <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/9974da9b-dac5-49b1-9c84-076f20d68b46/content>.
- Castillo, D., & Vásquez, M. (2025). Plan de negocios para la creación de una empresa diseñadora, productora y comercializadora de bolsos multifuncionales elaborados en fibras vegetales en la ciudad de Pasto [Trabajo de pregrado, Universidad CESMAG]. <http://repositorio.unicesmag.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1494/CEAE062-AE%20C352%202025.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chávez, A., Montiel, S., López, L., & Delgado, G. (2025). Difusión de técnicas tradicionales para la elaboración de artesanías como estrategia de preservación. *Revista ciencia Multidisciplinar*, 9(2), 2591-2607. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10131102>.

- Cortés, N., & Nova, L. (2021). Plan de negocios para la exportación de bolsos artesanales, inspirados en el Art Déco, fabricados con material reciclado [Trabajo de grado, Universidad ECCI]. [file:///C:/Users/YANETH%20UTS/Downloads/Plan de negocios para la exportacion de.pdf](file:///C:/Users/YANETH%20UTS/Downloads/Plan%20de%20negocios%20para%20la%20exportacion%20de.pdf).
- Cortizo, M., Oberti, T., Perruzo, P. (2014). *La Incorporación del Registro de Obras y Autores de una institución: estudio de caso SEDICI-UNLP-Scopus*. [Trabajo de grado, Universidad Nacional de LaPlata.] Repositorio Institucional [https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/161059/Documento completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/161059/Documento%20completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Cravero, A., Sepulveda, S. Trujillo, J., & Mazon, J. (2009). *El Alineamiento de Objetivos de la Organización como propuesta para el Análisis de Requisitos en Almacenes de Datos* [TRABAJO DE GRADO, Universidad De La Frontera Chile.] Repositorio Institucional http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-558/Art_7.pdf.
- Cristófol, C., McQuillan, K., & Segarra, J. (2021). La comunicación de la sostenibilidad como herramienta de ventas y de cambio social: Fast fashion vs slow fashion. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 17–37. <https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/667/1483>
- Cucalón, I. (2024). *Experimentación con resina y fibras para accesorios en el sector de la moda*. [Trabajo de grado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.] <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/items/1b674f10-248f-4fa9-83e1-ef1855eb8e4a>.
- Cucchiari, C. (2019). *Identidad Corporativa: planificación estratégica generadora* [trabajo de grado, universidad nacional del cuyo.] Repositorio Institucional <https://n9.cl/akiql>.
- Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio. Diario Oficial No. 33.33 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>
- Decreto 1074 de 2015. (2015). Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. <https://suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30019935>
- García, M. (2024). Literatura y práctica de la pintura: análisis retórico-poético de un pasaje de L. B. Alberti. *Aisthesis*, (75).

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812024000100110&script=sci_arttext

García, D., Vargas, S., & Medivelso, F. (2024). Relación entre innovación en productos y competitividad del sector cuero y marroquinería en barrio Restrepo de Bogotá [Trabajo de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO)].

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/2506b92c-f8ce-4688-a7ff-cf7478a7f794/content>

Gélvez, M. (2019). Sostenibilidad y moda: Del fast fashion al slow fashion [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Comillas].

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27593/TFG-%20Galvez%20Alfonso%2c%20Monica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, L. (2023). Análisis del proceso creativo en el diseño de moda: Un estudio de las herramientas de expresión de la identidad creativa [Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos].

<https://burjcdigital.urjc.es/bitstreams/fccdb672-05a5-4495-9636-40b5af8ca14f/download>

Guevara, T. (2021). Línea de bolsos a base de la técnica del tejido de Shigra del pueblo Chibuleo [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].

<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/36d71a6a-cf4d-4e1c-8874-e007384b699b/content>

Gutiérrez, J., & Rodríguez, G. (2020). Generación del concepto creativo publicitario en función del modelo de fases sugerido por Graham Wallas: un estudio cualitativo basado en las teorías asociacionista y gestáltica.

Brazilian Journal of Development, 6(1).

<https://www.academia.edu/download/98309135/5346.pdf>

Hervás, M., & Benítez, A. (2025). Las artes en la intersección: hibridaciones y propuestas intermediales en el arte actual. Umática. Revista sobre Creación y Análisis de la Imagen, 8.

<https://revistas.uma.es/index.php/umatica/es/article/view/22999>

Huamani, M. (2022). Fichas técnicas para la elaboración de prendas en cuero [Trabajo de grado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle].

<https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/48d15322-46db-423a-9065-476c5cd75f2a>

- Ley 909 de 2004. (2004). Plan de bienestar social e incentivos. <https://www.dane.gov.co>
- Ley 1014 de 2006. (2006). Por la cual se dictan disposiciones para fomentar la cultura del emprendimiento. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Ley 2184 de 2022. (2022). Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. <https://www.sic.gov.co/content/informe-de-seguimiento-legislativo-del-primer-semester-de-2022>
- Llovet, C. (2016). Contribución del perfil emocional del consumidor de moda a la comunicación de la marca. *Sphera Publica*, 1(16), 42–60. <https://www.academia.edu/download/48609552/Llovet-Rodriguez.pdf>
- Márquez, M., Owseykoff, T., & Galván, M. (2021). Trabajo artesanal: Valor cultural e influencia globalizada. *Newman Business Review*, 7(1), 26–39. <https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/NBR/article/view/231>
- Melo, M. (2025). Elementos de proveeduría para bolsos premium con tecnología de impresión 3D [Trabajo de grado, Universidad El Bosque]. <https://repositorio.unbosque.edu.co/items/56534185-6880-421e-89cc-fae9a8734ed5>
- Menéndez, J. (2021). Estudio de viabilidad de un nuevo modelo de negocio sobre moda online [Trabajo de grado, Universidad Politécnica de Madrid]. https://oa.upm.es/82323/1/TFG_JUAN_MENENDEZ_GARCIA.pdf
- Monteblanco, L., López, W. Montoya, J. Arista, M. Rueda, A. (2019). *cartera multiusos* [Trabajo de grado, Universidad San Ignacio De Loyola] <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/295a2bdf-2ed8-40c5-863a-bb1699efd9f2>.
- Montenegro, P., Valerezco, A., & Ocaña, S. (2025). Diseño sostenible y patrimonio inmaterial: integración del suprareciclaje y técnicas artesanales en accesorios de moda contemporánea. *Horizon*, 3(1). <https://editorialsphaera.com/index.php/hor/article/view/97>.

- Mosteiro, H. (2022). Cuando la moda se encuentra con el arte: Estudio de casos [Trabajo de grado, Universidad de da Coruña]. <http://hdl.handle.net/2183/32113>
- Moya, F. (2024). Diseño de un plan de negocios para una marca independiente de vestuario y accesorios [Trabajo de pregrado, Universidad de Chile].
- Ordoñez, C. P. D., Gómez, L. Á. O., & Cuaspud, H. A. R. (2024). Estrategias de producción más limpia en el proceso artesanal de curtición del cuero. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 4676–4695., <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/10886/16014>.
- Ordoñez, M., & Toapanta, D. (2024). Optimización de los procesos productivos del área de corte y ensamble de la empresa Sacha Textil mediante la aplicación de la metodología lean manufacturing [Trabajo de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
- Pastor, O. (2025). Impacto del color en las elecciones del consumidor: Una perspectiva desde la psicología del color [Trabajo de grado, Universidad Hosanna]. <https://uhektenos.com/index.php/Uhektenos/article/view/104/72>
- Pedraza, O. (2019). Modelo Del Plan De Negocios Para Micro Y Pequeña Empresa. Grupo Editorial Patria S.A. OHP Rendón.
- Porfiro, S. (2021). El arte del vitral: Aspectos técnicos en tiempos históricos específicos y aportes contextuales desde su circuito de producción [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Bellas Artes]. <https://l1nq.com/vfvd75n>
- Santana, M. (2025). Psicología del color como parte del diseño de interfaces gráficas de usuario [Trabajo de grado, Universidad Nacional Autónoma de México]. <https://ru.dgb.unam.mx/server/api/core/bitstreams/3f5e86dc-2068-4840-b29a-360a570c9477/content>
- Tascheret, J. (2021). Proyecto de diseño: Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería [Trabajo de grado, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.21.edu.ar/items/b4d76ffd-a259-4626-9125-099712c9edd7>
- Urgilés, M. (2025). La reflectividad como elemento compositivo en el diseño interior: El recurso expresivo de la resina epóxica [Proyecto investigativo, Universidad

del Azuay].
<https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/937/1439>

Urroz, A. (2018). Diseño y desarrollo: La innovación responsable mediante el Design Thinking. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, 69, 1–6. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232018000400015&script=sci_arttext

Valdez, N. (2024). Posibilidades plásticas del cuero vacuno curtido como soporte para la producción pictórica [Trabajo de grado, Universidad de Panamá]. https://up-rid.up.ac.pa/9657/1/nelso_valdes.pdf

Valdez, R. (2015). Plan de negocios para la elaboración de bolsos y estuches para celular de materiales reciclados [Trabajo de grado, Universidad de Las Américas (UDLA)]. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5089/1/UDLA-EC-TIC-2016-10.pdf>

Zárate, R., Amado, A., & Parra, S. (2022). Design thinking para el emprendimiento social: Una revisión de literatura. Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 30(1), 113–130. http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052022000100113

8 APÉNDICES

A. FORMATO DE ENTREVISTA

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE LA MODA</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO</p> <p>Estudiante/s:</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA 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:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 2:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 3:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 4:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 5:</p> <p>Respuesta:</p>

B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMATO

TÍTULO DEL PROYECTO	
Descripción	
Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "TÍTULO DEL PROYECTO". Esta investigación es realizada por "NOMBRE DE ESTUDIANTE/S", estudiantes de VI semestre de la Tecnología en Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander.	
Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.	
La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.	
Confidencialidad	
La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.	
Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Gestión de la Moda 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 Gestión de la Moda 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 _____	
Firma _____	Fecha _____
He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.	
Nombre del investigador o persona designada _____	
Firma _____	Fecha _____

C. FORMATO DE FICHA DE DISEÑO

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO - MARROQUINERÍA									
COLECCIÓN	EBANO EN LLAMA-ARVY			REFERENCIA	001	TÉC. UTILIZADAS	Arte en acrílico para cuero		
DIMENSIONES	ALTURA	ANCHO	FUELLE	MODELO					
	MERCADO	NIÑO(A)	MUJER X	HOMBRE	MATERIAL	VERSIÓN	5.0		
DIBUJO ISOMETRAL									
<i>Descripción, detalles de Construcción, lujos y acotaciones.</i>									
<div style="text-align: center; margin-top: 100px;"> MATERIALES </div>									
EXTERIOR	FORRO	HERRAJE	HEBILLAS	SISTEMA DE					
ELABORÓ: <u>Yaneth Mantilla Pabón, Ana Gory Pita</u> APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____									



D. FORMATO DE OBSERVACIÓN

Fecha	Actividad	Observación	Resultado

E. FORMATO DE USO DE IMAGEN

CONTRATO USO DE IMAGEN

En Bucaramanga, día de mes de año

Yo _____ con CC. _____ Y domiciliado en
_____ 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 utilidades 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.

F. FORMATO MODELO CANVAS

Nombre(s) y apellidos del (os) emprendedor(es)			
Cedula de ciudadanía:			
Programa académico al que pertenece			
Correo Electrónico			
Teléfonos celulares			
Tipo de vínculo con las UTS			
Estudiante		Graduado	Sector Externo, ¿cuál?

Nombre de su empresa	Nombre de su proyecto de emprendimiento

El Lean Canvas es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas en fase de arranque o emprendimientos empresariales que están iniciando. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas a prototipado para verificar si el mercado objetivo puede aprobar estas soluciones que usted está proponiendo.

El propósito principal de este formato estándar de plan de negocio Lean Canvas, es ofrecer una metodología de ayuda al emprendedor en su propósito de estructurar su plan de negocio, iniciando con la recopilación de la mayor cantidad de información de cada negocio o proyecto de emprendimiento y que puedan impactar para la construcción de contenido de cada uno de los 9 cajoncitos que componen el Lean Canvas de su empresa.

PROBLEMA 1. Lista de 3 dolores del cliente 2. Como estos problemas son solucionados hoy	ACTIVIDADES CLAVE 1. Que actividades requiere nuestra propuesta de valor? Mercadeo/cliente	PROPUESTA DE VALOR 1. Por que es necesario el producto 2. Que necesidad satisface mi producto 3. Cuales son mis valores diferenciales	VENTAJA COMPETITIVA 1. Que es lo que te hace difícil de copiar	SEGMENTO DE MERCADO 1. Lista de consumidores 2. Características de consumidor ideal
	METRICAS 1. Recursos que garantizan las actividades clave 2. Perfiles necesarios 3. Patentes licencias, instalaciones, dominios?		CANALES 1. Cual es la ruta hacia tu consumidor	
ESTRUCTURA DE COSTOS 1. Costeo (fijo, variable, directo, indirecto) 2. Principales partidas de costos 3. Recursos clave mas caros 4. Actividades clave mas caras			FLUJO DE INGRESOS 1. Lista de fuentes de ingreso 2. Precios fijos o variables, puntuales o recurrentes 3. Estacionalidad?	

A continuación, encontrara el detalle de los 9 elementos que componen el Lean Canvas, para iniciar la construcción de cada uno de los 9 cajones del plan de negocio, con base en la información recibida en los 16 módulos del Diplomado y que pueda impactar la naturaleza y objetivo de cada cajoncito. El detallado y estudioso diligenciamiento de este formato, va a permitir la construcción de un plan de negocio equilibrado y sostenible que garantice éxito en su futura gestión comercial.

1. Segmento de mercado	
2. Problema	
3. Propuesta de valor	
4. Actividades clave	
5. Canales	
6. Flujo de ingresos	
7. Estructura de costos	
8. Métricas	
9. Ventaja competitiva	

G. FORMATO F-EX-28

IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO					
Nombres y Apellidos:			Fecha:		
Correo Electrónico:			Teléfono:		
Tipo de documento: CC __TI__CE__			Número de identificación:		
Vínculo con las Unidades Tecnológicas de Santander:			Estudiante <input type="checkbox"/>	Egresado <input type="checkbox"/>	Docente <input type="checkbox"/>
Solo aplica para estudiantes y egresados		Semestre que cursa (Si aplica):			
		Programa académico:			
17. Actualmente está en marcha su idea de negocio <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No					
18. Si su respuesta anterior fue afirmativa, hace cuánto funciona su emprendimiento:					
		Menos de 3 meses		De 6 a 12 meses	
		De 3 a 6 meses		más de 12 meses	
19. Nombre y descripción breve de su idea de negocio, especificando las características del producto o servicio.					
20. ¿Cuál es el problema específico que su idea de negocio busca solucionar?			21. ¿Cuál es el mercado objetivo? ¿A quién va dirigido el producto o servicio?		
22. Propuesta de valor única, ¿Qué te hace diferente a la competencia?					
		a. Precios razonables			
		b. Distribución eficaz			
		c. Presentación y beneficios			

d. Suplir necesidades insatisfechas	
e. Otra:	¿Cuál?
<p>23. ¿Su producto o servicio tiene sustituto? Sí ___ No ___ Si su respuesta es afirmativa, describa al producto o servicio sustituto _____</p>	
<p>24. ¿Sobre cuáles de los siguientes aspectos ha investigado?</p> <p>a. Precios _____</p> <p>b. Demanda potencial _____</p> <p>c. Productos similares _____</p> <p>d. Productos sustitutos _____</p> <p>e. Características claves _____</p>	
<p>25. ¿Cuál es el aporte de su idea de negocio al mercado y la sociedad en general y por qué considera que su idea de negocio es innovadora?</p>	
<p>26. ¿A cuál sector de la economía pertenece su idea de negocio?</p>	
<p>27. ¿Tiene estructurado para su idea de negocio, algún modelo de Plan de Negocio, que le indique su direccionamiento, operatividad y viabilidad? Si ___ No ___ Si su respuesta es afirmativa, haga una reseña resumen de su plan de negocio</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	
<p>28. ¿Conoce quiénes serían sus proveedores? ¿Qué cantidad o tipo de maquinaria requiere su idea de negocio? ¿Qué clase de mano de obra requiere su idea de negocio?</p>	
<p>29. ¿Tiene idea de cuánto requiere de inversión inicial para su idea de negocio?</p>	

<p>30. ¿Qué impactos generaría su idea de negocio? (medio ambientales, sociales, solución de cuello de botella, mejora en la calidad de vida, etc.)</p>
<p>31. ¿Cuáles riesgos podría afectar su idea de negocio? (a nivel comercial, financieros, tecnológicos, productivos y legales). Enúncielos:</p>
<p>32. ¿Cuáles son los aspectos que más desconoce de su idea de negocio? (a nivel comercial, financieros, tecnológicos, productivo y legal). Enúncielos:</p>

Nombre del docente extensionista: _____

Firma: _____

Programa Académico: _____

Al diligenciar este formulario autorizo a UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER, ubicada en Calle de los estudiantes 9-82 Ciudadela Real de Minas y con teléfono de contacto 6076917700, para que recolecte, almacene, use, circule y/o suprima mis datos personales y los de mis representados, incluyendo el consentimiento para tratar datos de menores de edad, aun conociendo que no estoy obligado a autorizar su tratamiento. Lo anterior para dar cumplimiento a las finalidades incorporadas en la Política de Tratamiento de Información disponible en www.uts.edu.co, la cual declaro conocer. Así mismo, conozco que como titular me asisten los derechos a conocer, actualizar, rectificar y suprimir mis datos y revocar la autorización.

H. FORMATO F-EX-22

Nombre de la Idea de Negocio:

Nombre(s) del (os) emprendedor (es):

Programa Académico: _____

Correo electrónico: _____ Teléfono de contacto:

Fecha de evaluación: _____ Idea evaluada por:

Conceptos Evaluativos	Aprobado _____ Aplazado _____		
	CRITERIO	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Valoración cualitativa
Marque con una X según corresponda			Califique de 1 a 5, donde 1 es lo mínimo y 5 lo máximo
1. Pertinencia de la idea de Negocio	Aprovecha nicho de mercado		
	Tradicional para competir		
	Innovadora y/o creativa		
	Resuelve un claro problema		
2. Materialización de la idea de Negocio	Fácil materialización		
	Difícil materialización		
	Imposible materialización		
3. Estado de avance en la construcción de su plan de negocio	Iniciando su construcción		
	mediana estructuración		
	Finalizado		
4. Nivel de inversión financiera del proyecto empresarial	Realizable		
	Difícilmente realizable		
	No realizable		
5. Posibilidades de un óptimo mercado potencial por explotar	Suficiente		
	Insuficiente		
	Inexistente		
6. Presentación y sustentación de la idea de negocio (pitch)	Seguridad, fuerza e impacto		
	Comunicación no verbal		
	Presentación ordenada		
	Expresión, oratoria y fluidez		
7. Diferenciación frente a otros	Claramente superior		

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

productos competencia	Con posibilidad de competir		
	Muy inferior		
PUNTAJE TOTAL DE LA IDEA			
Observación complementaria de la evaluación:			

Nota: Cada uno de los 7 criterios tienen entre 3 y 4 indicadores, los cuales pueden ser tanto excluyentes como complementarios mutuamente, reflejando con ello la real caracterización de cada idea de negocio. **Conceptúe:** APROBADA O APLAZADA, (según su calificación sea superior o inferior a 21 puntos).

Validado por:

Nombre de evaluador: _____ Firma del evaluador:
 Programa _____ Académico:

Al diligenciar este documento, autorizo de manera previa, expresa e inequívoca a UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER a dar tratamiento de mis datos personales aquí consignados, incluyendo el consentimiento explícito para tratar datos sensibles aun conociendo la posibilidad de oponerme a ello, conforme a las finalidades incorporadas en la Política de Tratamiento de Información publicada en www.uts.edu.co y/o en Calle de los estudiantes 9-82 Ciudadela Real de Minas, que declaro conocer y estar informado que en ella se presentan los derechos que me asisten como titular y los canales de atención donde ejercerlos.

I. FORMATO FICHA BASE TEXTIL

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

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

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

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



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

J. FORMATO RUTA OPERACIONAL

FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL						
COLECCIÓN				REFERENCIA		
UNIVERSO				PRENDA	TALLA	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	HOMBRE	TEJIDO	N.º PIEZAS	
					VERSIÓN	5.0

						
No.	SIMBOLO	PROCESO	MAQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCION POR HORA	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
TOTAL TIEMPO DE CONFECCION				0		

ELABORÓ: _____ APROBÓ: SI NO _____



9 ANEXOS

A. FORMATO DE ENTREVISTA A ALEX ACERO DURÁN

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE LA MODA</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocio para la empresa ARVY sobre bolsos con técnicas manuales en pintura acrílica cubierto con resina epoxica. Estudiante/s: Ana Yuley Gory Pita Yaneth Mantilla Pabón</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: 22/04/2026 Nombre del entrevistado: Alex Acero Duran Profesión: Licenciado en artes plásticas universidad santo tomas, pintor de la boca de la asociación boca y pie</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 opinas sobre llevar el arte a objetos funcionales como bolsos o accesorios? ¿Por qué? RTA: Me parece una idea innovadora y acertada, porque permite convertir el arte en algo útil y cotidiano. Además, los bolsos y accesorios artísticos ayudan a expresar la personalidad y hacen que cada pieza sea única y especial.</p>
<p>Pregunta 2: Según tu experiencia, ¿cómo describirías el proceso de trabajar con pintura acrílica en una obra artística? RTA: Trabajar con pintura acrílica es práctico y versátil, ya que seca rápido y permite corregir errores fácilmente. También existen acrílicos especiales para cuero y tela, ideales para bolsos y accesorios. Para mayor durabilidad, es importante aplicar barniz o sellador.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Has trabajado con resina y pintura acrílica? En caso de hacerlo, ¿qué consideraciones técnicas y creativas crees importantes para lograr un buen resultado? RTA: Aunque no he trabajado directamente con resina, sé que aporta brillo y protección a la pieza. Es importante usar materiales de buena calidad, aplicar correctamente la mezcla y proteger el trabajo con barniz o sellador para evitar daños con el tiempo.</p>
<p>Pregunta 4: Desde tu perspectiva, ¿qué factores hacen que una pieza artística genere una conexión emocional con una mujer? RTA: La conexión emocional se genera cuando la pieza transmite autenticidad y exclusividad. También influyen los colores, diseños y detalles, ya que permiten que la persona se identifique y sienta una conexión especial con el producto.</p>
<p>Pregunta: Según tu experiencia en el desarrollo artístico, ¿qué tipos de marcas o superficies consideras más adecuadas para trabajar con pintura acrílica? RTA: He trabajado con marcas como ACRILAT y PEBEO, que ofrecen buena calidad y durabilidad. Las superficies más adecuadas son cuero sintético, tela gruesa y materiales preparados correctamente para que la pintura tenga mejor adherencia.</p>

B. FORMATO DE ENTREVISTA A NANCY RODRÍGUEZ PINZÓN

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE LA MODA</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO Plan de negocio para la empresa ARVY sobre bolsos con técnicas manuales en pintura acrílica cubierto con resina epoxica. Estudiante/s: Ana Yuley Gory Pita Yaneth Mantilla Pabón</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: 22/04/2026 Nombre del entrevistado: Nancy Rodríguez Pinzon Profesión: Artista plástico egresado de la Universidad EMA.</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 opinas sobre llevar el arte a objetos funcionales como bolsos o accesorios? ¿Por qué? RTA: Considero que es una excelente forma de combinar creatividad y moda, ya que convierte un accesorio cotidiano en una pieza con valor artístico. Además, este tipo de productos suelen llamar más la atención porque reflejan originalidad y permiten que las personas se identifiquen con diseños únicos y personalizados.</p>
<p>Pregunta 2: Según tu experiencia, ¿cómo describirías el proceso de trabajar con pintura acrílica en una obra artística? RTA: Trabajar la pintura acrílica requiere tener en cuenta el soporte, háblese de muro, lienzo, madera, entre otras. La imprimación con gesso es un factor importante porque el se constituye como intermediario para evitar la absorción de la pintura. Si se quiere trabajar texturizados, se necesitaría materiales que al mezclarlos con el acrílico permita modelar la superficie y alcanzar una riqueza táctil. Además de visualizar el que se quiere y el cómo se desea presentar, las herramientas también cumplen su función: pinceles, brochas, paletas húmedas y protección de la obra para la presentación final.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Has trabajado con resina y pintura acrílica? En caso de hacerlo, ¿qué consideraciones técnicas y creativas crees importantes para lograr un buen resultado? RTA: No lo he trabajado; sin embargo, sé que es necesario considerar las proporciones de los dos materiales para definir brillo y acabados.</p>
<p>Pregunta 4: Desde tu perspectiva, ¿qué factores hacen que una pieza artística genere una conexión emocional con una mujer? RTA: Generar una conexión con una obra de arte, es algo que comienza en la creación de la propuesta. En esta parte, la técnica, el simbolismo y la representación de experiencias compartidas juega un papel importante. Hoy se habla de transformación, resiliencia, fortaleza, cotidianidad entre muchas ideas y así establecer una serie de metáforas que conectaran al momento de observar la obra.</p>
<p>Pregunta: Según tu experiencia en el desarrollo artístico, ¿qué tipos de marcas o superficies consideras más adecuadas para trabajar con pintura acrílica? RTA: Teniendo en cuenta la preparación de la superficie, se puede trabajar sobre papel, pared, madera. Sobre cuero que puede considerarse un material natural, se requerirá una preparación adecuada para evitar que la pintura se cuartee sobre la superficie y buscar en el mercado pinturas acrílicas especiales para esta superficie.</p>

C. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE YESID ALEXANDER ACERO DURÁN

Desarrollo del Plan de negocio para la empresa ARVY

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia." Esta investigación es realizada por "YANETH MANTILLA PABON, ANA YULEY GORY PITA", estudiantes de VI semestre de la Tecnología en Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander.

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

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

Confidencialidad

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

Firma 

Fecha 23/04/2026

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 YANETH MANTILLA PABON.

Firma 

Fecha 23/04/2026

D. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE NANCY RODRÍGUEZ PINZÓN

Desarrollo del Plan de negocio para la empresa ARVY

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre “Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia Esta investigación es realizada por “YANETH MANTILLA PABON, ANA YULEY GORY PITA”, estudiantes de VI semestre de la Tecnología en Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander.

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

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

Confidencialidad

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

Firma 

Fecha 23/04/2026

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 YANETH MANTILLA PABON, ANA YULY GORY PITA .

Firma  

Fecha 23/04/2026

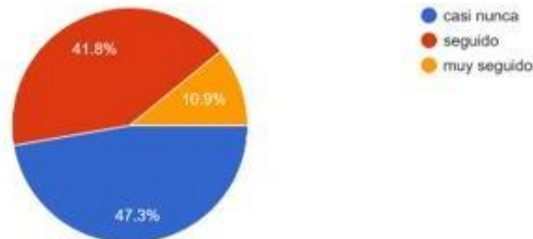
E. RESULTADO DE ENCUESTA

ANALISIS ENCUESTA

Ana Gory- Yaneth Mantilla

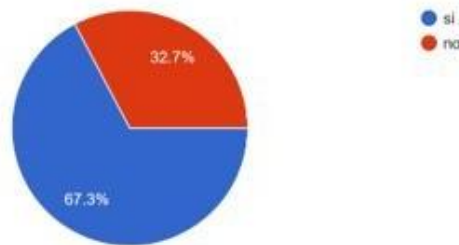
Que tan frecuente compras accesorios?

55 respuestas



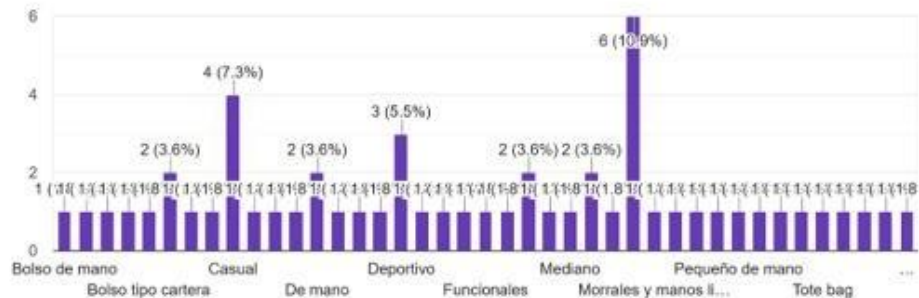
cambias de bolso dependiendo de la ocasion?

55 respuestas



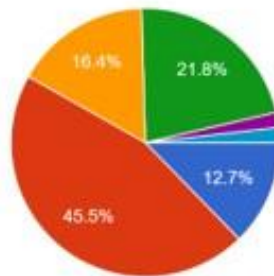
que tipo de bolso utilizas frecuentemente?

55 respuestas



que te motiva a comprar un bolsos nuevo?

55 respuestas



- emocion
- necesidad
- promocion
- calidad
- Tendencia
- Necesidad y calidad, que me garantice durabilidad y resistencia a la tracción

que te hace decidir entre comprar o no un bolso?

55 respuestas

- Si me gusta
- la necesidad
- La utilidad
- Que uso le daré
- Calidad, presupuesto
- Ocasión
- El material, funcionalidad y precio
- Lo funcional
- Diseño y calidad
- Su precio y la calidad
- El diseño
- Precio
- Si lo necesito o no
- El precio
- El diseño y la funcionabilidad
- Necesidad

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

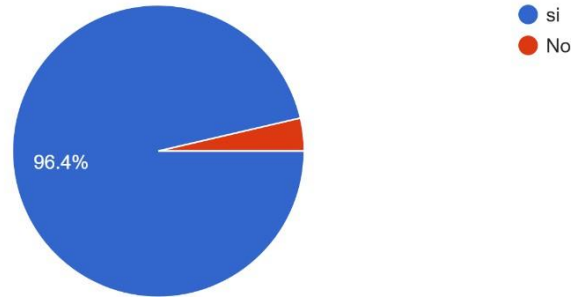
Porque son necesarios	
Lo comodo practico y bonito	
La emoción	
Que lo necesito	
Me gusta ir con bolso	Que cumpla con las características que requiero para su uso
Qué es útil y necesario	Que no este a mi gusto
El precio, si esta dentro mi presupuesto,y la calidad	Ocasion
Si lo necesito o no	El valor
Que sea bonito	Diseño
	Si es un gasto de mas o no
	El diseño, el color

Que no me llame la atención el estilo o la calidad
Lo que me hace decidir si comprar o no un bolso es la calidad, el precio, la comodidad y el diseño
El recurso que tenga, la calidad y el diseño del bolso
Su calidad estilo y precio
Calidad
Que se feteri
La posibilidad de poder adicionar muchos elementos, sin afectar el peso
Que lo necesito en verdad

Porque son necesarios	Que sea bonito
Lo comodo practico y bonito	Que me guste
La emoción	La funcionalidad y estética
Que lo necesito	La necesida
Me gusta ir con bolso	Necesidad
Qué es útil y necesario	Pues que nunca son suficientes para mi
El precio, si esta dentro mi presupuesto,y la calidad	Que lo necesite
Si lo necesito o no	Si me gusta o no
	Que es uno de los accesorios mas importantes

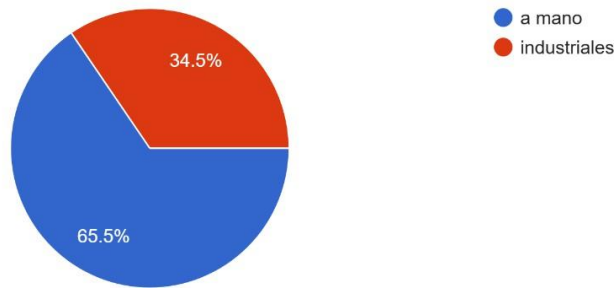
recomiendas marcas cuando te gusta sus accesorios?

55 respuestas



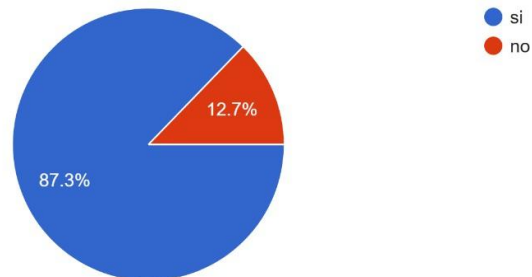
prefieres comprar accesorios hechos a mano o industriales?

55 respuestas



te gustan los accesorios premium ?

55 respuestas



F. ANALISIS RESULTADOS DE ENCUESTA A MUJERES BUMAGUENSAS

Ítem	Variable analizada	Resultados	Interpretación	Decisión Estratégica ARVY
1	Frecuencia de compra de accesorios	47.3% casi nunca compra 41.8% compra seguido 10.9% compra muy seguido	La compra de accesorios no es frecuente en la mayoría, lo que indica decisiones más planificadas. Existe un segmento relevante con compra constante.	Ofrecer productos duraderos y de alta calidad. Crear colecciones limitadas. Posicionar el bolso como inversión de estilo y funcionalidad.
2	Cambio de bolso según la ocasión	67.3% sí cambia 32.7% no cambia	El bolso cumple función estética y funcional. Se evidencia la necesidad de versatilidad en el producto.	Diseñar bolsos adaptables a diferentes contextos. Incluir correas ajustables, tamaños funcionales y diseño elegante.
3	Tipo de bolso más utilizado	Preferencia por bolsos pequeños de mano y estilos casuales/funcionales. Otros: morrales, medianos, tipo cartera	Se prioriza la practicidad, comodidad y estética. El consumidor busca equilibrio entre diseño y funcionalidad.	Desarrollar bolso ejecutivo mediano, bolso de mano elegante y bolso estructurado funcional.
4	Factores de compra	Calidad, diseño, precio, comodidad, funcionalidad	La decisión de compra integra factores funcionales y emocionales. La calidad es el factor más determinante.	Priorizar materiales de alta calidad, acabados artesanales, funcionalidad y resistencia. Reforzar posicionamiento premium.
5	Motivaciones de compra	Necesidad, utilidad diaria, estética, gusto personal	El bolso tiene doble función: funcional y emocional. Es parte de la identidad y estilo personal.	Comunicar elegancia, identidad, empoderamiento femenino y exclusividad.

G. FORMATO MODELO CANVAS

Nombre(s) y apellidos del (os) emprendedor(es)	Ana Yuley Gory Pita Yaneth Mantilla Pabón				
Cedula de ciudadanía:	1005332257-1005248563				
Programa académico al que pertenece	Tecnología en gestión de la moda				
Correo Electrónico	agory@uts.edu.co yanethmantilla@uts.edu.co				
Teléfonos celulares	3242760141-3123130688				
Tipo de vínculo con las UTS					
Estudiante	x	Graduado		Sector Externo, ¿cuál?	

Nombre de su empresa	Nombre de su proyecto de emprendimiento
ARVY	Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia.

El Lean Canvas es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas en fase de arranque o emprendimientos empresariales que están iniciando. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas a prototipado para verificar si el mercado objetivo puede aprobar estas soluciones que usted está proponiendo.

El propósito principal de este formato estándar de plan de negocio Lean Canvas, es ofrecer una metodología de ayuda al emprendedor en su propósito de estructurar su plan de negocio, iniciando con la recopilación de la mayor cantidad de información de cada negocio o proyecto de emprendimiento y que puedan impactar para la construcción de contenido de cada uno de los 9 cajoncitos que componen el Lean Canvas de su empresa.

A continuación, encontrará el detalle de los 9 elementos que componen el Lean Canvas, para iniciar la construcción de cada uno de los 9 cajones del plan de negocio, con base en la información recibida en los 16 módulos del Diplomado y que pueda impactar la naturaleza y objetivo de cada cajoncito. El detallado y estudioso diligenciamiento de este formato, va a permitir la construcción de un plan de negocio equilibrado y sostenible que garantice éxito en su futura gestión comercial.

10. Segmento de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres ejecutivas profesionales. Entre los 28 a 55 años. Estilo de vida moderno y gusto por los productos hechos a mano.
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Valoran la elegancia, funcionalidad y proyección de su imagen personal.
11. Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de variedad de productos con innovación. • Carencia de productos que refleje su esencia y autenticidad. • Falta de productos de calidad y funcionalidad. • Ofrecer un producto con variedad de colores, técnicas e innovación. • Ofrecer un producto que les permita transmitir su personalidad y elegancia. • Brindar un producto de alta calidad con funcionalidad para distintas ocasiones.
12. Propuesta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Un bolso para mujeres ejecutivas es necesario porque es el accesorio que complementa la personalidad de esta, también es un bolso es exclusivo, elegante y funcional. • Nuestro bolso es un producto que cubre la necesidad de complementar diferentes ocasiones de uso, pero también la necesidad de tener un bolso espacioso donde pueden llevar diferentes implementos sin perder la elegancia. • Este producto tiene un valor diferencial a la competencia y es transmitir mediante grafías y pinturas a mano personalidades, autenticidad y sobre todo el valor de los productos manuales.
13. Actividades clave	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y fabricación artesanal con técnicas manuales. • Elaboración de prototipos y colecciones ejecutivas. • Selección de materiales de alta calidad. • Personalización y bordados artesanales. • Marketing digital (Instagram, Facebook, WhatsApp). • Control de calidad y ventas online
14. Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp Bussiness. • Mediante campañas publicitarias como ferias de moda, volantes y vallas publicitarias. • venta directa personalizada • tiendas online/página web
15. Flujo de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de bolsos ejecutivos premium. • Ediciones limitadas. • Personalización (bordados, iniciales, Grafías). • Colecciones especiales corporativas.

<p>16. Estructura de costos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materias primas: cuero, textiles, herrajes (top cueros, mil herrajes) • Mano de obra artesanal. • Equipos y herramientas. • Marketing y publicidad. • Empaques premium. • Servicios básicos y transporte. • Mantenimiento de maquinaria. • Costos producción.
<p>17. Métricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades vendidas por colección. • Crecimiento y alcance en redes sociales. • Tasa de conversión digital. • Nivel de satisfacción del cliente. • Recompra. • Tiempo de producción por bolso. • Costo por adquisición.
<p>18. Ventaja competitiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas manuales aplicada a bolsos ejecutivos. • Identidad cultural y diseño exclusivo. • Producción responsable y sostenible. • Personalización artesanal elección de graffía. • Ediciones limitadas (capsulas 6 bolsos). • Marca emocional enfocada en empoderamiento femenino y arte manual. • Funcionalidad ejecutiva superior, elegancia.

H. FICHAS TÉCNICAS DE PRODUCTO - MARROQUINERÍA

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO - MARROQUINERÍA										
COLECCIÓN	EBANO EN LLAMA-ARVY			REFERENCIA	001	TÉC. UTILIZADAS	Arte en acrílico para cuero			
DIMENSIONES	ALTURA	16	ANCHO	26	FUELLE	9	MODELO	Bolso satchel estructurado / handbag		
MERCADO	NIÑO(A)		MUJER	X	HOMBRE		MATERIAL	CUERO	VERSIÓN	5.0
DIBUJO ISOMETRAL										
<i>Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>										
MATERIALES										
EXTERIOR	FORRO	HERRAJE	HEBILLAS	SISTEMA DE						
ELABORÓ: <u>Yaneth Mantilla Pabón, Ana Gory Pita</u> APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO										

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO - MARROQUINERÍA							
COLECCIÓN	EBANO EN LLAMA-ARVY			REFERENCIA	001	TÉC. UTILIZADAS	Arte en acrílico para cuero
DIMENSIONES	ALTURA	ANCHO	FUELLE	MODELO	Bolso satchel estructurado / handbag		
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER <input checked="" type="checkbox"/>	HOMBRE	MATERIAL	CUERO	VERSIÓN	5.0

DIBUJO ISOMETRAL

Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.

MATERIALES				
EXTERIOR	FORRO	HERRAJE	HEBILLAS	SISTEMA DE

ELABORÓ: Yaneth Mantilla Pabón, Ana Gory Pita **APROBÓ:** SI NO _____

I. FICHA COSTOS DEL PRODUCTO

REFERENCIA:	BOLSO ARVY					
CUERO						
CUERO 1 negro	cantidad	medida cm	total	decimetro		
TAPAS	1x1	19,5*10	250	3,125		
ASIENTO	1x1	26*9	234	2,925		
MANIJAS	2x1	23*3	138	1,725		
POSTERIOR	2x1	16*26	1200	15		
FUELLES	2x1	9*16	288	3,6		
correa	2x1	140*3	1500	18,75		
FRENTE	2x1	16*26	1200	15		
		+ %DESP. 10	TOTAL	COSTO		
TOTAL	60,125	6,0125	66,1375	\$ 46.296		
CUERO						
CUERO 2 rojo	cantidad	medida cm	total	decimetro		
frente	1x1	16*10	250	3,125		
		+ %DESP. 10	TOTAL	COSTO		
TOTAL	3,125	0,3125	3,4375	\$ 4.469		
FORRO:	cantidad	medida cm	total	COSTO	FORRO MT	\$FORRO CM
FORRO FRENTE Y POSTERIOR	2x1	16*26	1200		15000	1374,0
FORRO ASIENTO	1x1	9*10	90		10000	
FORRO FUELLE	2x1	9*16	288		1,5	
BOLSILLO INTERNO	1x1	16*15	240	TOTAL COSTO	\$ 26.818	
		TOTAL	1818			
CONFECCION	cantidad	costo unitario	total			
Ensamble	1	140000	140000			
Modelado	1	140000	140000			
		TOTAL	\$ 280.000			
Pinturas - lienzo	cantidad	costo unitario	total		MANO DE OBRA	280000
Pintura negra	1	9500	9500		Sello	70000
Pintura roja	1	9500	9500		VALOR AGREGADO X D	300000
Pintura Blanca	1	9500	9500		TOTAL	\$ 650.000
Pintura Gris	1	9500	9500			
Pintura Amarilla	1	9500	9500			
Lienzo	1	9500	9500			
Resina	1	50000	50000			
		TOTAL	\$ 107.000			
PRECIO TOTAL PRODUCTO	\$ 1.114.583					

J. FICHA TÉCNICA BASE TEXTIL O TEJIDO

FICHA TÉCNICA BASE TEXTIL O TEJIDO						
COLECCIÓN	EBANO EN LLAMAS		REFERENCIA	001	TALLA	
UNIVERSO			PRENDA	Bolso de mano	N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER <input checked="" type="checkbox"/>	HOMBRE	TEJIDO	VERSIÓN	







	MATERIAL:	Lienzo		
	NOMBRE TÉCNICO:	Lienzo de algodón		
	NOMBRE COMERCIAL:	Lienzo blanco		
	COMPOSICIÓN:	100% algodón		
	TEXTIL DE LINEA:	<input checked="" type="checkbox"/>	TEXTIL DE TEMPORADA:	
	PROVEEDOR:	Arti Canvas / Grumbacher / Mont Marte		
	USOS Y APLICACIONES:	pintura acrílica, óleo, mixta, decorativa y artística.		
DESCRIPCIÓN:	El lienzo de algodón es una base resistente y versátil, ideal para pintura acrílica, óleo y técnicas mixtas. Ofrece buena adherencia y durabilidad.			

	MATERIAL:	Lienzo		
	NOMBRE TÉCNICO:	Lienzo de algodón con grafía		
	NOMBRE COMERCIAL:	Lienzo estampado / impreso		
	COMPOSICIÓN:	100% algodón		
	TEXTIL DE LINEA:	<input checked="" type="checkbox"/>	TEXTIL DE TEMPORADA:	
	PROVEEDOR:	Arti Canvas / Yes Leather Print		
	USOS Y APLICACIONES:	decoración de interiores, arte moderno, espacios contemporáneos.		
DESCRIPCIÓN:	El lienzo con grafía es una impresión artística de alta definición sobre lienzo de algodón, ideal para decoración y expresión contemporánea.			

PROCESO: Selección del lienzo → Impresión de la grafía → Revisión de calidad → Embalaje.

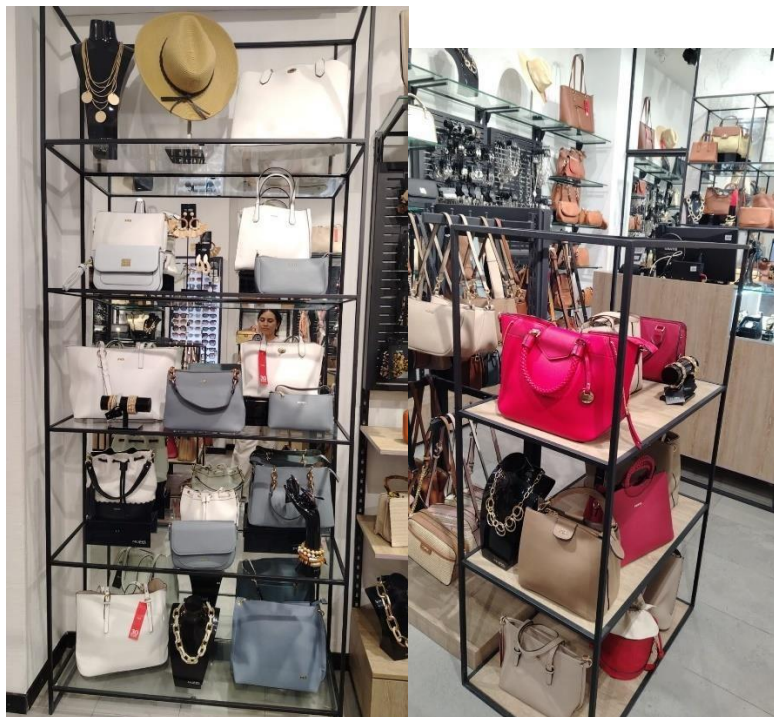


K. FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL

FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL								
COLECCIÓN	EBANO EN LLAMA-ARVY			REFERENCIA	001	TALLA		
UNIVERSO	BOLSO			PRENDA	Satchel estructurado	N.º PIEZAS		
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	X	HOMBRE	TEJIDO	CUERO	VERSIÓN	5.0
								
	OPERACIÓN	OPERACIÓN/ACCIÓN	ALMACENAMIENTO	DEMORA	TRANSPORTE	INSPECCIÓN		
No.	SÍMBOLO	PROCESO		MÁQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCIÓN POR HORA		
1	○	Revisión de ficha técnica y materiales		Mesa de trabajo	5	12		
2	○	Trazar moldes sobre cuero negro		Mesa de corte	8	7		
3	○	Trazar moldes sobre cuero rojo texturizado		Mesa de corte	5	12		
4	○	Trazar moldes para grafía arte acrílico		Mesa de corte	4	15		
5	○	Corte de piezas en cuero negro		Máquina cortadora / bisturí	12	5		
6	○	Corte de piezas en cuero rojo texturizado		Máquina cortadora / bisturí	6	10		
7	■	Inspección de piezas cortadas		Mesa de inspección	3	20		
8	○	Desvaste de bordes		Desbastadora	10	6		
9	○	Aplicación de entretela y refuerzos		Prensa manual	8	7		
10	○	Preparación de pieza para pintura (limpieza)		Mesa de trabajo	5	12		
11	○	Pintura acrílica artística sobre tapa		Manual	30	2		
12	■	Secado de pintura		Área de secado	20	-		
13	○	Aplicación de resina epóxica		Manual	15	4		
14	■	Curado de resina		Área de secado	30	-		
15	○	Costura de bolsillo interno		Máquina plana	5	12		
16	○	Unión de forro y piezas internas		Máquina plana	10	6		
17	○	Armado de fuelles laterales		Máquina plana	8	7		
18	○	Unión de frente y posterior		Máquina plana	12	5		
19	○	Armado de tapa estructurada		Máquina plana	10	6		
20	○	Elaboración de manija		Máquina plana	12	5		
21	○	Instalación de herrajes negros (argollas y mosquetones)		Manual	8	7		
22	○	Colocación de broches magnéticos		Remachadora	5	12		
23	○	Unión de correa lateral		Máquina plana	8	7		
24	■	Revisión de costuras y simetría		Mesa de inspección	4	15		
25	○	Limpieza de excedentes y acabados		Manual	6	10		
26	○	Aplicación de sellador final		Manual	5	12		
27	■	Control de calidad final		Mesa de inspección	5	12		
28	⇒	Traslado a empaque		Área logística	2	30		
29	○	Empaque final		Mesa de empaque	4	15		
30	▲	Almacenamiento producto terminado		Bodega	2	30		
TOTAL TIEMPO DE CONFECCIÓN					267 MINUTOS APROX.			

ELABORÓ: <u>Yaneth Mantilla Pabón, Ana Gory Pita</u>	APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____
--	--

L. EVIDENCIAS DE OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

M. EVIDENCIA DE APLICACIÓN Y SECADO DE ACRÍLICO- SELLO ARVY



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

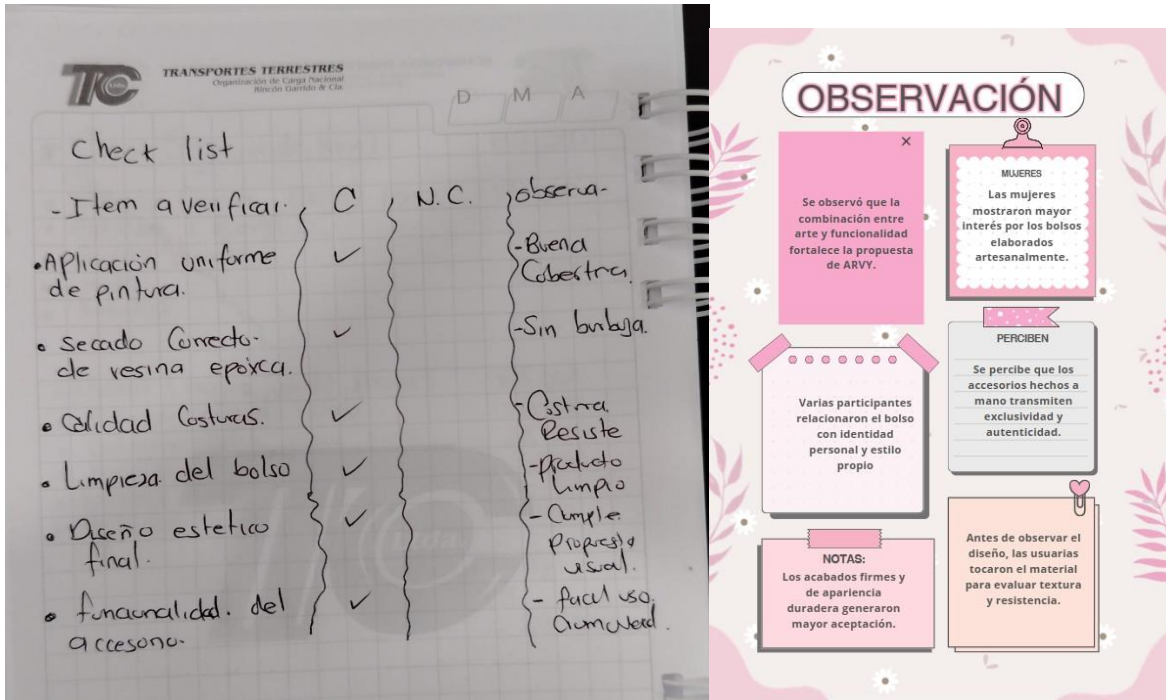
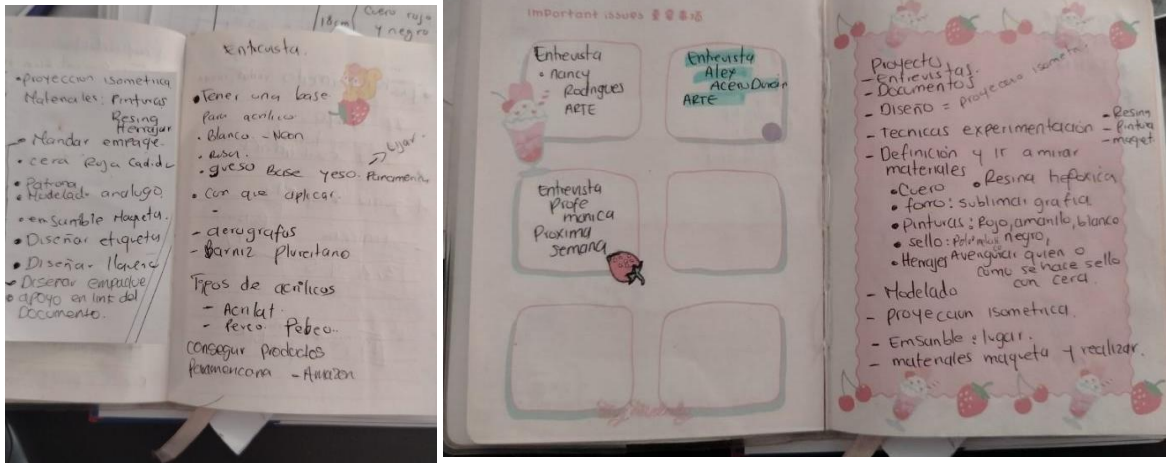


ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

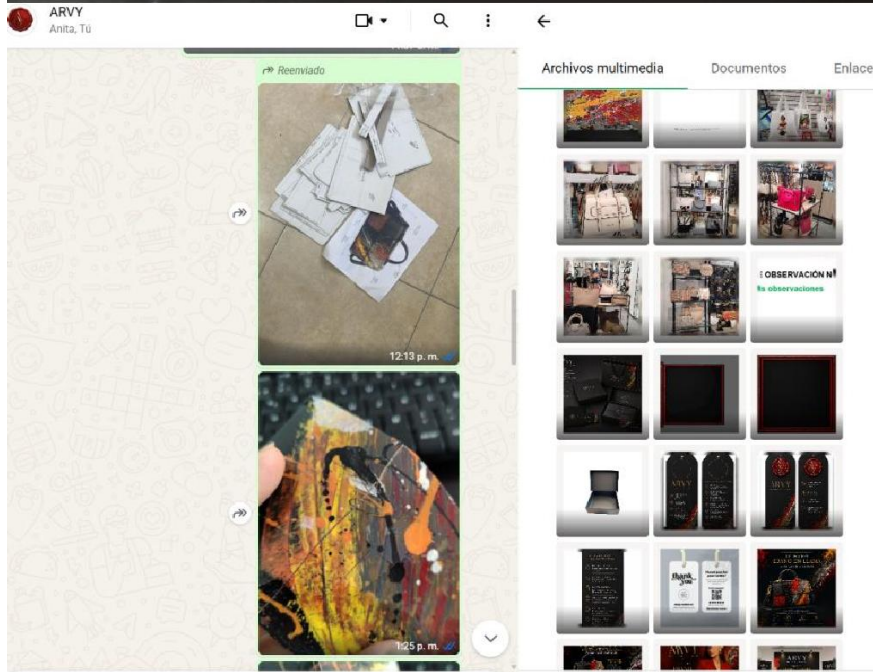
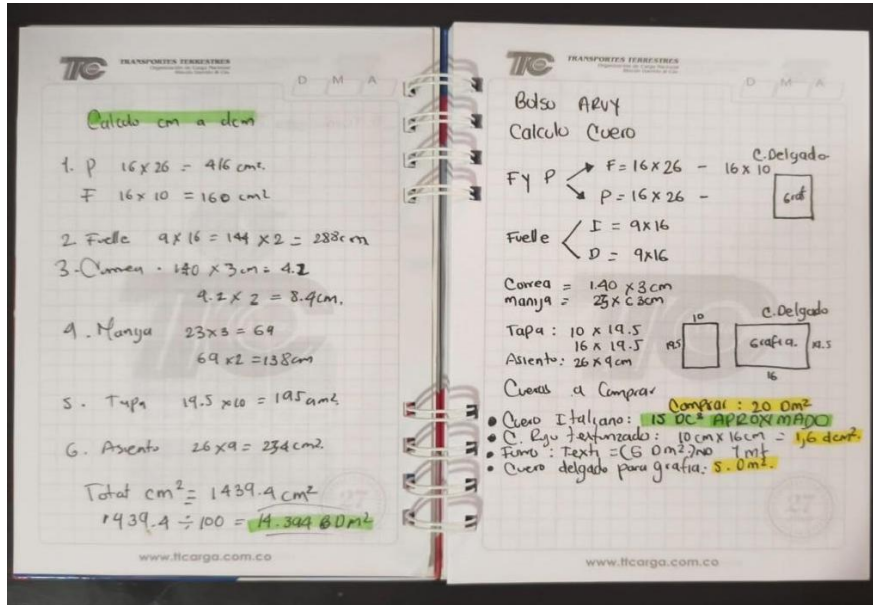
N. DIARIO DE CAMPO



ELABORADO POR:
 Docencia

REVISADO POR:
 Sistema Integrado de Gestión

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



O. FORMATO MODELO CANVA ARVY

Nombre(s) y apellidos del (os) emprendedor(es)	Ana Yuley Gory Pita Yaneth Mantilla Pabón
Cedula de ciudadanía:	1005332257-1005248563
Programa académico al que pertenece	Tecnología en gestión de la moda
Correo Electrónico	<u>agory@uts.edu.co</u> <u>yanethmantilla@uts.edu.co</u>
Teléfonos celulares	3242760141-3123130688
Tipo de vínculo con las UTS	
Estudiante	<input checked="" type="checkbox"/> Graduado <input type="checkbox"/> Sector Externo, ¿cuál?

Nombre de su empresa	Nombre de su proyecto de emprendimiento
ARVY	Desarrollo del plan de negocio para la empresa ARVY basado en técnicas de diseño artesanal y acabados sintéticos de alta resistencia.

El Lean Canvas es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas en fase de arranque o emprendimientos empresariales que están iniciando. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas a prototipado para verificar si el mercado objetivo puede aprobar estas soluciones que usted está proponiendo.

El propósito principal de este formato estándar de plan de negocio Lean Canvas, es ofrecer una metodología de ayuda al emprendedor en su propósito de estructurar su plan de negocio, iniciando con la recopilación de la mayor cantidad de información de cada negocio o proyecto de emprendimiento y que puedan impactar para la construcción de contenido de cada uno de los 9 cajoncitos que componen el Lean Canvas de su empresa.

<p>PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> Alta oferta de bolsos masivos sin diferenciación. Dificultad para encontrar productos que combinen arte, funcionalidad y exclusividad. Falta de propuestas innovadoras en marroquinería con identidad artesanal. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño y fabricación artesanal de bolsos. Desarrollo de colecciones limitadas. Selección de materiales premium. Personalización (grafías y pintura a mano). Marketing digital y ventas. Control de calidad. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> Bolsos ejecutivos exclusivos que combinan elegancia, funcionalidad y arte. Satisfacen la necesidad de versatilidad, espacio y estilo en un solo producto. Diferenciación mediante diseño artesanal, personalización y ediciones limitadas. 	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> Técnicas manuales y artísticas únicas. Diseño exclusivo con identidad cultural. Personalización artesanal. Producción sostenible. Ediciones limitadas. Marca enfocada en empoderamiento femenino. 	<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> Mujeres ejecutivas de 28 a 55 años en Bucaramanga. Buscan elegancia, funcionalidad, exclusividad, sostenibilidad y diseño con identidad.
	<p>MÉTRICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Unidades vendidas. Crecimiento en redes sociales. Tasa de conversión. Satisfacción del cliente. Recompra. Tiempo de producción. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Instagram, Facebook, WhatsApp Business. Página web / tienda online. Ferias de moda. Publicidad física. Venta directa. Stands en centros comerciales. 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos fijos y variables (producción, servicios, transporte). Materias primas (cuero, herrajes, pinturas). Mano de obra artesanal. Marketing, empaques y mantenimiento. 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Venta de bolsos premium. Ediciones limitadas y colecciones especiales. Personalización de productos. 		

A continuación, encontrara el detalle de los 9 elementos que componen el Lean Canvas, para iniciar la construcción de cada uno de los 9 cajones del plan de negocio, con base en la información recibida en los 16 módulos del Diplomado y que pueda impactar la naturaleza y objetivo de cada cajoncito. El detallado y estudioso diligenciamiento de este formato, va a permitir la construcción de un plan de negocio equilibrado y sostenible que garantice éxito en su futura gestión comercial.

19. Segmento de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres ejecutivas profesionales. Entre los 28 a 55 años. Estilo de vida moderno y gusto por los productos hechos a mano. Valoran la elegancia, funcionalidad y proyección de su imagen personal.
20. Problema	<ul style="list-style-type: none"> Falta de variedad de productos con innovación. Carencia de productos que refleje su esencia y autenticidad. Falta de productos de calidad y funcionalidad. Ofrecer un producto con variedad de colores, técnicas e innovación. Ofrecer un producto que les permita transmitir su personalidad y elegancia. Brindar un producto de alta calidad con funcionalidad para distintas ocasiones.

<p>21. Propuesta de valor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un bolso para mujeres ejecutivas es necesario porque es el accesorio que complementa la personalidad de esta, también es un bolso es exclusivo, elegante y funcional. • Nuestro bolso es un producto que cubre la necesidad de complementar diferentes ocasiones de uso, pero también la necesidad de tener un bolso espacioso donde pueden llevar diferentes implementos sin perder la elegancia. • Este producto tiene un valor diferencial a la competencia y es transmitir mediante grafías y pinturas a mano personalidades, autenticidad y sobre todo el valor de los productos manuales.
<p>22. Actividades clave</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y fabricación artesanal con técnicas manuales. • Elaboración de prototipos y colecciones ejecutivas. • Selección de materiales de alta calidad. • Personalización y bordados artesanales. • Marketing digital (Instagram, Facebook, WhatsApp). • Control de calidad y ventas online
<p>23. Canales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp Bussiness. • Mediante campañas publicitarias como ferias de moda, volantes y vallas publicitarias. • venta directa personalizada • tiendas online/página web
<p>24. Flujo de ingresos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de bolsos ejecutivos premium. • Ediciones limitadas. • Personalización (bordados, iniciales, Grafías). • Colecciones especiales corporativas.
<p>25. Estructura de costos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materias primas: cuero, textiles, herrajes (top cueros, mil herrajes) • Mano de obra artesanal. • Equipos y herramientas. • Marketing y publicidad. • Empaques premium. • Servicios básicos y transporte. • Mantenimiento de maquinaria. • Costos producción.

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

<p>26. Métricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades vendidas por colección. • Crecimiento y alcance en redes sociales. • Tasa de conversión digital. • Nivel de satisfacción del cliente. • Recompra. • Tiempo de producción por bolso. • Costo por adquisición.
<p>27. Ventaja competitiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas manuales aplicada a bolsos ejecutivos. • Identidad cultural y diseño exclusivo. • Producción responsable y sostenible. • Personalización artesanal elección de grafía. • Ediciones limitadas (capsulas 6 bolsos). • Marca emocional enfocada en empoderamiento femenino y arte manual. • Funcionalidad ejecutiva superior, elegancia.

P. FOTOGRAFÍAS DE LA ESTRATEGIA

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	RESULTADO
12/3/2026	Selección de materiales	El cuero y el lienzo presentaron buena calidad y resistencia.	Materiales aprobados para el bolso ARVY.
15/3/2026	Desarrollo del patronaje	Las medidas permitieron buena estructura del bolso.	Patrón funcional y equilibrado.
18/3/2026	Corte de piezas	El lienzo necesitó mayor cuidado durante el corte.	Piezas obtenidas correctamente.
22/3/2026	Ensamble	La unión entre cuero y lienzo fue firme.	Buena estabilidad estructural.
25/3/2026	Aplicación de grafía	La pintura acrílica generó un acabado moderno y artístico.	Identidad visual destacada.
30/3/2026	Evaluación final	El bolso fue cómodo y funcional.	Producto terminado satisfactoriamente.



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder 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



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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