



Plan de negocio de la empresa Contoura para el diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable en contornos dirigida a mujeres plus size en Bucaramanga.

Plan de negocio

Slendy Nanmey Viviescas Portilla
1095834955

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, 30 junio 2026



Plan de negocio de la empresa Contoura para el diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable en contornos dirigida a mujeres plus size en Bucaramanga.

Plan de Negocio

Slendy Nanmey Viviescas Portilla
1095834955

Trabajo de grado para optar el título de
Tecnólogo en gestión de la moda

DIRECTOR

Mg. Ariel Gómez Mantilla

Grupo de investigación Moda, cultura y ambiente- GIMOCA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, 30 junio 2026

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado en modalidad trabajo de 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. 09-2026 de 30 de junio de 2026 del comité de Trabajo de grado.



Firma del Evaluador

Chiquinquirá Romero Quintero



Firma del Director
Ariel Gómez Mantilla

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi hija, quien ha sido mi mayor inspiración y la principal razón para esforzarme y alcanzar esta meta, su amor y compañía me motivaron a seguir adelante en cada etapa de este proceso. También lo dedico a mis padres por el apoyo, sus consejos y la confianza que siempre depositaron en mí. Gracias por estar a mi lado, brindándome fortaleza y motivación para superar cada desafío. Este logro es el resultado del amor, la dedicación y el apoyo que he recibido de ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Un sincero agradecimiento a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesaria para terminar satisfactoriamente este proyecto.

A mi familia por su apoyo, comprensión y motivación durante cada una de las etapas de formación académica y del desarrollo de esta investigación.

Un especial agradecimiento a los docentes de las Unidades Tecnológicas de Santander, quienes a través de sus conocimientos, orientaciones y acompañamiento contribuyeron a mi formación profesional.

Finalmente, mi agradecimiento a todas las mujeres que participaron en la investigación, ya que su colaboración y disposición para compartir sus experiencias hicieron posible la recopilación de información fundamental para el desarrollo de este trabajo de grado.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>10</u>
INTRODUCCIÓN	12
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u>	<u>15</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. JUSTIFICACIÓN	18
1.3. OBJETIVOS	20
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	20
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
1.4. ESTADO DEL ARTE	21
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	<u>25</u>
<u>2.1 MARCO TEORICO</u>	<u>25</u>
2.1.1 REPRESENTACIÓN Y ACEPTACIÓN SOCIAL DEL CUERPO PLUS SIZE EN LA MODA	25
2.1.2 NECESIDADES DE VESTUARIO EN MUJERES PLUS SIZE	26
2.1.3 INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD CORPORAL EN COLOMBIA	28
2.1.4 ESTRUCTURA Y COMPONENTES DE UN PLAN DE NEGOCIO EN EL SECTOR MODA.	30
2.1.5 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LA MODA FEMENINA	32
2.1.6 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR DE LA MODA.....	33
<u>2.2 MARCO CONCEPTUAL</u>	<u>35</u>
2.2.1 EVOLUCIÓN DE LA BLUSA COMO PRENDA ESENCIAL EN EL VESTUARIO FEMENINO	35
2.2.2 SILUETAS, CORTES Y MATERIALES APLICADOS AL DISEÑO DE BLUSAS	37
2.2.3 FUNCIONALIDAD Y ESTÉTICA EN EL DISEÑO DE BLUSAS	39
2.2.4 DISEÑO Y ADAPTABILIDAD EN LA MODA FEMENINA	41
2.2.5 APLICACIÓN DE ALFORZAS, ENCAUCHADOS Y RECURSOS AJUSTABLES EN PRENDAS.....	43
2.2.6 INNOVACIÓN EN EL DISEÑO DE PRENDAS ADAPTABLES	44
<u>2.3 MARCO LEGAL</u>	<u>46</u>

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

2.3.1	DERECHOS A LA IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN DE LAS MUJERES PLUS SIZE EN EL MARCO CONSTITUCIONAL COLOMBIANO	46
2.3.2	REGULACIONES SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS EN COLOMBIA	47
2.3.3	NORMATIVAS SOBRE INNOVACIÓN Y ADAPTABILIDAD EN EL DISEÑO TEXTIL COLOMBIANO	48
2.3.4	LEGISLACIÓN NACIONAL SOBRE EMPREDIMIENTO Y PLANES DE NEGOCIO EN EL SECTOR MODA	48
3.	<u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	49
4.	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	50
4.1	IDENTIFICACIÓN DE CARACTERÍSTICAS, TALLAJES Y PERFILES DE LAS MUJERES PLUS SIZE	51
4.2	DISEÑAR UNA CAPSULA DE BLUSAS ADAPTABLES PARA MUJERES PLUS SIZE	71
4.3	DETERMINAR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, COSTOS Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BLUSAS ADAPTABLES PARA MUJERES PLUS SIZE	76
4.4	COMERCIALIZACIÓN DE LA LÍNEA DE BLUSAS ADAPTABLES	80
5.	<u>RESULTADOS</u>	82
5.1	CAPSULA CONTOURA	82
6.	<u>CONCLUSIONES</u>	89
7.	<u>RECOMENDACIONES</u>	91
8.	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	92
9.	<u>ANEXOS</u>	104

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	<i>Resultados encuesta 1</i>	51
Figura 2	<i>Resultados encuesta 2</i>	52
Figura 3	<i>Resultados encuesta 3</i>	53
Figura 4	<i>Resultados encuesta 4</i>	54
Figura 5	<i>Resultados encuesta 5</i>	55
Figura 6	<i>Resultados encuesta 6</i>	56
Figura 7	<i>Resultados encuesta 7</i>	57
Figura 8	<i>Resultados encuesta 8</i>	58
Figura 9	<i>Resultados encuesta 9</i>	59
Figura 10	<i>Resultados encuesta 10</i>	60
Figura 11	<i>Resultados encuesta 11</i>	61
Figura 12	<i>Resultados encuesta 12</i>	62
Figura 13	<i>Resultados encuesta 13</i>	63
Figura 14	<i>Resultados encuesta 14</i>	64
Figura 15	<i>Resultados encuesta 15</i>	65
Figura 16	<i>Resultados encuesta 16</i>	66
Figura 17	<i>Resultados encuesta 17</i>	67
Figura 18	<i>Resultados encuesta 18</i>	68
Figura 19	<i>Resultados encuesta 19</i>	69
Figura 20	<i>Resultados encuesta 20</i>	70
Figura 21	<i>Capsula</i>	72
Figura 22	<i>Moodboard</i>	73
Figura 23	<i>Linea de producto</i>	74
Figura 24	<i>Trendboard</i>	75
Figura 25	<i>Proceso de producción</i>	77
Figura 26	<i>Modelo canvas</i>	81
Figura 27	<i>Ficha Técnica blusa aura delantero y posterior</i>	83
Figura 28	<i>Ficha Técnica blusa esencia</i>	84
Figura 29	<i>Ficha Técnica blusa armonía</i>	85
Figura 30	<i>Ficha Técnica kimono balance</i>	87
Figura 31	<i>Ficha Técnica blusa vital</i>	88
Figura 32	<i>Ficha Técnica costos y presupuestos</i>	104
Figura 33	<i>Ficha técnica dibujo geometral 1 delantero</i>	105
Figura 34	<i>Ficha técnica dibujo geometral 1 posterior</i>	106
Figura 35	<i>Ficha técnica dibujo geometral 2</i>	107
Figura 36	<i>Ficha técnica dibujo geometral 3</i>	108
Figura 37	<i>Ficha técnica dibujo geometral 4</i>	109
Figura 38	<i>Ficha técnica dibujo geometral 5</i>	110

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 <i>Materia prima</i>	79
Tabla 2 <i>Mano de obra directa</i>	79
Tabla 3 <i>Total costos</i>	79

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocio para la empresa CONTOURA enfocado en el diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable a contornos para mujeres plus size en la ciudad de Bucaramanga. La propuesta surgió a partir de la necesidad de ofrecer prendas que respondan a las características corporales y preferencias de este segmento de mercado promoviendo la comodidad, funcionalidad y estética en una misma prenda.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo. Como instrumento de recolección de información se aplicó una encuesta a mujeres consumidoras de prendas femeninas, con el propósito de identificar sus necesidades, hábitos de compra y principales dificultades relacionadas con el ajuste de las blusas. La información obtenida sirvió como base para el desarrollo de la propuesta de diseño y la formulación del plan de negocio.

Los resultados evidenciaron que las consumidoras presentan dificultades para encontrar prendas que se adapten adecuadamente a su cuerpo, especialmente en aspectos relacionados con el ajuste en contornos, la comodidad y la funcionalidad. Así mismo, se identificó una aceptación favorable hacia

propuestas de vestuario que incorporen características adaptables y respondan a las necesidades reales de las mujeres plus size.

Se concluye que existe una oportunidad de negocio en el mercado de la moda femenina plus size debido a la demanda de prendas más inclusivas y funcionales. Además, la propuesta desarrollada permite aportar a la diversidad corporal dentro de la industria de la moda ofreciendo una alternativa que integra diseño, comodidad y adaptabilidad, al tiempo que establece bases para la creación y fortalecimiento de un emprendimiento con potencial de crecimiento en la ciudad de Bucaramanga.

PALABRAS CLAVE.

Plan de negocio, Mujeres, plussize, blusa adaptable, moda femenina, Diversidad.

INTRODUCCIÓN

La moda ha sido históricamente un medio de expresión personal, cultural y social; sin embargo, durante muchos años ha estado influenciada por estándares de belleza limitados que han restringido la representación de diversos tipos de cuerpo. En consecuencia a esto las mujeres plus size han enfrentado dificultades para encontrar prendas que respondan a sus necesidades de comodidad, funcionalidad y diseño, situación que ha generado una brecha dentro de la industria de la moda.

De acuerdo con Feijoo et al. (2024), la búsqueda de una imagen ideal ha sido promovida históricamente por la industria de la moda, influyendo en la percepción de la belleza y en los hábitos de compra de las personas. Así mismo, Vidal (2020) afirma que la inclusión y la diversidad constituyen elementos estratégicos para el crecimiento de las organizaciones permitiendo responder a las necesidades de una sociedad cada vez más diversa. Estas perspectivas evidencian la importancia de desarrollar propuestas que promuevan una moda más inclusiva y representativa.

Dentro de este contexto, surge la necesidad de diseñar prendas que respondan a las características reales de las mujeres plus size, ofreciendo alternativas que integren estética, comodidad y adaptabilidad. Aunque existe

información relacionada con la inclusión en la moda y el crecimiento del mercado de tallas grandes, aún se identifican oportunidades para el desarrollo de propuestas de diseño enfocadas en las necesidades específicas de este segmento, especialmente desde una perspectiva de emprendimiento y generación de valor.

El presente trabajo tiene como propósito desarrollar un plan de negocio para la empresa CONTOURA, orientado al diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable a contornos para mujeres plus size en la ciudad de Bucaramanga. La propuesta surge a partir de la necesidad de ofrecer prendas que se ajusten de manera adecuada a las diferentes características corporales de este segmento de mercado, integrando aspectos de comodidad, funcionalidad y diseño. Para el desarrollo de la investigación se empleó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, utilizando como instrumento de recolección de información una encuesta aplicada a mujeres consumidoras, con el fin de identificar sus necesidades, preferencias y dificultades relacionadas con el uso de blusas. Los hallazgos obtenidos permitieron establecer los criterios para el desarrollo de la propuesta de diseño y la formulación del plan de negocio.

De esta manera, el proyecto busca aportar al fortalecimiento de la oferta de moda para mujeres plus size, promoviendo el reconocimiento de la diversidad corporal y contribuyendo al desarrollo de iniciativas emprendedoras que respondan

a las necesidades actuales del mercado. Los aspectos metodológicos, el desarrollo de la propuesta y los resultados obtenidos se presentan en los capítulos siguientes.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con los resultados reportados por la encuesta Nacional de Situación Nutricional (ENSIN), La obesidad es más frecuente en las mujeres en edad de 18 a 60 años con un 22,4% que en los hombres con un 14,4% ICBF (2020). Esta población refleja cambios importantes en las características corporales de la población femenina y genera una mayor necesidad de prendas diseñadas para tallas plus size.

Aunque las características de la población han evolucionado en los últimos años, la oferta local especializada en moda plus size continúa siendo limitada y se concentra principalmente en prendas básicas o de carácter informal. Esta situación evidencia una brecha entre la demanda real del mercado y la propuesta de diseño disponible. En el 2025 el sector moda colombiano ha mostrado crecimiento según inexmoda (2025) del 6, 44%, pero la participación del segmento plus size permanece marginal, lo que sugiere una oportunidad estratégica poco explorada desde el diseño y la innovación.

En el contexto local se identifican pocas marcas especializadas en tallas grandes, como Gorditas y Algo Más, Curvy Boutique y ADA Oficial, cuyos catálogos se dirige principalmente a ropa casual (jeans, blusas amplias y prendas básicas).

Aunque representan alternativas dentro del mercado, su propuesta no cubre de manera integral la diversidad de estilos, ocasiones de uso ni necesidades funcionales de las mujeres adultas de la ciudad, especialmente en contextos universitarios, laborales y formales.

Este panorama se relaciona con una problemática estructural dentro del diseño de modas: los sistemas de tallaje estandarizados no corresponden a la morfología real de la mujer colombiana. De acuerdo con Gómez (2025), las tallas actuales en la industria de la moda no se ajustan a la realidad corporal de las mujeres plus size en Colombia, lo que genera problemas de ajuste y limita la oferta de prendas adecuadas para este segmento.

Como consecuencia, las mujeres plus size enfrentan limitaciones en la expresión de identidad a través del vestuario, reducción de opciones estilísticas y dependencia de prendas básicas o adaptaciones no especializadas. Esto impacta no solo el consumo, sino también la percepción de inclusión dentro del sistema moda.

En una ciudad como Bucaramanga, Santander reconocida por su tradición textil y de confección, según la cámara de comercio (2025), Santander ha tenido un auge en la moda gracias a su gran tradición textil y a la capacidad de sus empresarios para adaptarse a las tendencias en el mundo. Esta brecha evidencia una falta de innovación en diseño inclusivo y una oportunidad para el desarrollo de

propuestas que integren investigación morfológica, patronaje especializado y diversidad estética. La ausencia de estas propuestas limita la competitividad de las marcas locales frente a una demanda creciente que requiere soluciones de diseño centradas en la usuaria real.

Pregunta de investigación

¿Cómo desarrollar un plan de negocio de la empresa Contoura para el diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable dirigida a mujeres plus size en el mercado de Bucaramanga?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio sobre una blusa adaptable a contornos para mujeres plus size está orientada a un perfil del consumidor vanguardista y pragmático, conformado por mujeres entre los 40 y los 60 años que buscan prendas modernas, versátiles y que realcen su figura. Por medio de alforzas, encauchados o tiras decorativas se plantea un diseño innovador que permita ajustar las prendas al contorno del cuerpo, logrando un equilibrio entre funcionalidad y estética. Esta propuesta ofrece una alternativa distinta a las blusas convencionales, promoviendo inclusión, seguridad y confianza a través de la moda.

De acuerdo con Giraldo (2018) Lo correcto no es hacer tallajes a gran escala si no realizar tallajes de acuerdo con su contextura y cuerpo, dándoles así más importancia a todas las mujeres que a tan solo una parte de la población femenina.

En el mercado local, la propuesta cobra importancia porque responde a una necesidad insatisfecha en el segmento plus size, donde las opciones se concentran en básicos de uso limitado. Este segmento enfrenta múltiples barreras al momento de adquirir prendas que se ajusten adecuadamente a sus características corporales debido en gran medida a la falta de estandarización en el sistema de tallaje en Colombia. Esta situación genera inconsistencias entre marcas, limitando la disponibilidad de prendas que ofrecen un ajuste adecuado, comodidad y estética,

impactando negativamente la experiencia al momento de realizar una compra y la percepción de seguridad y confianza.

Desde un punto de vista fisiológico, las mujeres entre los 40 y 60 años experimentan cambios hormonales, los cuales pueden influir en la composición corporal, la distribución de grasa y otras características físicas que impactan la forma en que las prendas se ajustan al cuerpo (Organización Mundial de la Salud, 2024). Estos cambios pueden generar aumento de peso y una mayor acumulación de grasa en zonas como el abdomen, la cintura y la espalda, lo que modifica su figura. Además factores los cambios en la piel afectan la manera en que la ropa se ajusta a su cuerpo. Por esta razón es necesario diseñar una blusa que se adapte mejor a estas características, ya que los sistemas de tallaje tradicionales no responden adecuadamente a las necesidades reales de este grupo de mujeres.

Para facilita este grupo de mujeres el uso de prendas de vestir confortables, las blusas adaptables permitirían brindar seguridad y confianza en los diferentes espacios en que se desempeña dando a las mujeres plus size variedad en estilos y mayor representatividad en el vestuario. Esta solución amplía la oferta existente, fortalece la satisfacción de las mujeres y genera un valor agregado al posicionar a Bucaramanga como un referente en moda inclusiva en la región.

Este plan de negocio representa un aporte al desarrollo de blusas más inclusivas que superen los estándares tradicionales. Bucaramanga, reconocida por su

tradición textil, puede aprovechar esta iniciativa para fortalecer su competitividad mediante innovación en el diseño plus size. Con la aplicación de técnicas como cortes con alforzas, encauchados laterales y detalles decorativos se consolidan propuestas que integran funcionalidad y estética. Así se contribuye al crecimiento de un sector más equitativo y diverso respondiendo a las características reales de la población femenina.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocio de la empresa CONTOURA para el diseño, producción y comercialización de una blusa adaptable en contornos para mujeres plus size, En la ciudad de Bucaramanga.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características y tallajes de las mujeres plus size.
- Diseñar una capsula de blusas adaptables para mujeres plus size.
- Determinar los procesos de producción, costos y comercialización de la línea de productos de blusas adaptables para mujeres plus size.

1.4. ESTADO DEL ARTE

A nivel internacional, diferentes investigaciones han abordado la necesidad de desarrollar propuestas empresariales y comerciales dirigidas al mercado plus size, evidenciando la existencia de una demanda creciente y una oferta limitada de prendas adaptadas a las necesidades de mujeres de tallas grandes.

Armijo Núñez (2019), de la Universidad de Chile, desarrolló la investigación *Diseño de un plan de negocio para una empresa de venta de ropa plus size*. El estudio tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio para la comercialización de prendas de talla grande en la región de Valparaíso, identificando una oferta limitada y una creciente demanda por parte de las consumidoras de este segmento, para esto realizó estudios de mercado, análisis y encuestas dirigidas a mujeres plus size, permitiendo conocer sus necesidades y hábitos de compra. Los resultados evidenciaron que la demanda de estas prendas era superior a la oferta disponible y que existía inconformidad frente a la escasa variedad de diseños. Además, la evaluación financiera demostró que el proyecto era viable y contaba con potencial de crecimiento dentro de la industria de la moda. Este estudio aporta al presente proyecto porque demuestra la importancia de desarrollar propuestas especializadas para mujeres plus size y confirma la viabilidad comercial de este segmento de mercado.

De manera similar Peña Mamani, Quispe Choque y Delgado Arvorco (2021), del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann de Tacna, Perú, desarrollaron la investigación Formulación de un plan de negocios para la implementación de una boutique de ropa para mujeres ejecutivas de tallas grandes en la ciudad de Tacna. Las autoras identificaron que las mujeres de tallas grandes contaban con opciones limitadas de vestuario adecuado para su entorno profesional. Para responder a esta problemática formularon un plan de negocio respaldado por estudios de mercado, análisis y evaluación financiera. Los resultados demostraron una demanda insatisfecha por prendas que combinaran elegancia, comodidad y variedad de diseños concluyendo que este nicho representa una oportunidad de crecimiento para la industria de la moda. Este antecedente resulta relevante porque evidencia la importancia de desarrollar propuestas comerciales enfocadas en las necesidades reales de las mujeres plus size.

En Colombia también se han desarrollado investigaciones orientadas a comprender las necesidades de las mujeres plus size y evaluar la viabilidad de proyectos empresariales enfocados en este segmento.

Rey Munevar y Suárez Rodríguez (2010), estudiantes de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana, desarrollaron la investigación *Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá.*

El estudio tuvo como objetivo determinar la viabilidad de crear una empresa especializada en el diseño y comercialización de prendas para mujeres de tallas grandes. Realizaron estudios de mercado, análisis, evaluación administrativa y proyecciones financieras. Los resultados demostraron la existencia de una demanda insatisfecha y evidenciaron condiciones favorables para el desarrollo del negocio.

Quintero Monsalvo (2022), de la Universidad Cooperativa de Colombia, desarrolló el proyecto *Plan de negocio Exclusive Fashion Plus*, orientado a la comercialización de prendas para mujeres plus size. La investigación incluyó estudios de mercado, análisis y estrategias comerciales que permitieron identificar las necesidades de las consumidoras y evaluar la factibilidad del negocio. Los resultados evidenciaron una demanda creciente de prendas especializadas y la necesidad de fortalecer la oferta existente mediante productos que integran calidad, comodidad y diseño.

A nivel local, se identifican investigaciones desarrolladas en Bucaramanga y Santander que permiten comprender las oportunidades existentes dentro del mercado de mujeres plus size.

Carreño Bohórquez (2022), estudiante de las Unidades Tecnológicas de Santander, desarrolló el proyecto *Elaboración de un plan de negocio para diseñar pijamas dirigidos a mujeres de talla grande en la ciudad de Bucaramanga*. La

investigación tuvo como objetivo formular un plan de negocio enfocado en la creación de una línea de pijamas para mujeres plus size. Mediante un estudio de mercado y un análisis de viabilidad se identificó que las consumidoras valoran aspectos como la comodidad, la calidad de los materiales y la adaptación de las prendas a sus necesidades corporales. Los resultados evidenciaron una oportunidad de negocio dentro del mercado local y la importancia de desarrollar productos especializados para este segmento.

La revisión de antecedentes internacionales, nacionales y locales nos permite concluir que existe una demanda creciente de prendas diseñadas específicamente para mujeres plus size. Las investigaciones coinciden en que la oferta disponible continúa siendo limitada y que las consumidoras buscan productos que integren comodidad, funcionalidad, diseño y adaptación a sus características corporales. Así mismo los estudios demuestran la viabilidad de desarrollar modelos de negocio enfocados en este segmento, lo que respalda la pertinencia del presente proyecto y fortalece la propuesta de Contoura como una alternativa innovadora dentro del mercado de la moda inclusiva.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Representación y aceptación social del cuerpo plus size en la moda.

La representación del cuerpo plus size en la moda ha cobrado una importancia significativa en los últimos años, impulsando debates sobre inclusión, diversidad corporal y la necesidad de ampliar los estándares tradicionales de belleza. Impulsado por movimientos sociales que buscan acabar con los estereotipos de belleza que se han impuesto. Aunque, esta representación sigue siendo limitada, pues en muchos casos se reduce a campañas temporales o a estrategias publicitarias que no reflejan un verdadero compromiso con la diversidad corporal.

Según Feijoo et al. (2024), los ideales de belleza promovidos por la industria del consumo han influido en la manera en que las personas perciben su imagen corporal, incentivando el consumo de productos de moda y estética para ajustarse a esos estándares.

Aceptar el cuerpo plus size implica un cambio de pensamiento en la industria textil, donde los diseñadores deben asumir la responsabilidad de hacer visible la diversidad corporal de forma auténtica. La representación más allá del tallaje:

implica reconocer las identidades, estilos de vida y emociones que acompañan a cada cuerpo, validando su presencia dentro de los estándares de belleza actuales.

Garrote (2023) plantea que la representación del cuerpo en la moda refleja dinámicas sociales y culturales que moldean la percepción de la belleza. Incluir a las mujeres plus size en la narrativa estética no solo amplía los horizontes del diseño, sino que contribuye a un cambio en la manera en que la sociedad comprende la diversidad física.

El reto de la aceptación social del cuerpo plus size se basa en eliminar la visión de que estos cuerpos son excepciones dentro del sistema de la moda. La verdadera inclusión ocurre cuando la industria integra sus necesidades y proporciones desde el diseño, permitiendo que la belleza y la comodidad coexistan como valores complementarios.

De acuerdo con Holguín (2022) la representación de los cuerpos Plus size dentro de la moda no puede entenderse solo como una estrategia de mercado. Debe centrarse como un ejercicio de justicia simbólica que reivindica la identidad femenina y promueve la igualdad estética en un contexto históricamente excluyente.

2.1.2 Necesidades de vestuario en mujeres plus size.

Las necesidades de vestuario de las mujeres plus size han sido ignoradas por la industria de la moda, que se ha enfocado en patrones corporales

estandarizados. Este grupo de mujeres requiere prendas que no solo sean funcionales y cómodas, sino que también proyecten estilo y seguridad. La falta de opciones adecuadas genera frustración y exclusión en la experiencia de compra, Dejando a simple vista una deuda pendiente en términos de inclusión y diseño consciente.

“Las limitaciones que se encontró durante el desarrollo de las encuestas fueron que muchas mujeres eran difíciles de exponer sus cuerpos debido a que no se sentían seguras y cómodas con las prendas que utilizaban” (Arellan, L y Perez, J 2021, p. 23).

Las mujeres plus size no solo buscan prendas más grandes, también buscan diseños que comprendan y vayan acordes a sus necesidades reales de movimiento, proporción y estética. El desarrollo de moldes específicos que respeten su anatomía favorece la comodidad, mejora la autoestima y fomenta el consumo de moda consciente.

De acuerdo con Sarmiento y Sancristoful (2021) explican que la falta de estudios ergonómicos aplicados al vestuario femenino plus size ha limitado la creación de prendas verdaderamente adaptadas. Cuando el diseño se enfoca en el cuerpo real de las usuarias, se logra una experiencia integral que combina estética, confort y autopercepción positiva, mejorando significativamente su relación con la moda y la autoimagen.

El diseño para mujeres plus size debe trascender la visión comercial y convertirse en un compromiso ético de inclusión. Escuchar sus opiniones, entender su cotidianidad y atender sus diferencias corporales son acciones fundamentales para lograr prendas que dignifiquen y acompañen a cada mujer en su entorno diario.

Según Dotor y Aldana (2024) aunque muchas marcas de moda afirman promover la inclusión, continúan utilizando sistemas de tallas basados en estándares europeos y norteamericanos, lo que excluye a una gran diversidad de cuerpos latinos y reproduce ideales corporales poco representativos de la población colombiana.

2.1.3 Inclusión y diversidad corporal en Colombia.

La inclusión y la diversidad corporal son elementos esenciales en la moda actual. Considero que representar diferentes tipos de cuerpos va más allá de crear prendas en distintas tallas; significa reconocer la diversidad de las personas y diseñar pensando en sus necesidades reales. De esta manera, la moda no solo viste, sino que también transmite mensajes de respeto, aceptación y valoración de la identidad de cada individuo. En Colombia, este proceso apenas comienza, y aún persisten barreras culturales y estructurales que dificultan la aceptación de la diversidad física dentro del entorno de la moda.

"Una empresa moderna deberá considerar la inclusión, diversidad y no discriminación como un activo, pues identificará en estos conceptos líneas estratégicas de desarrollo, con potencial de crecimiento, en el corto, mediano y largo plazo" (Vidal, 2020, p. 86).

La diversidad corporal no solo debe entenderse como una respuesta al mercado, también como una oportunidad de replantear la función social del diseño, Las prendas deben reflejar la realidad física y cultural de las mujeres plus size en Colombia, dándole reconocimiento de que la identidad nacional también se representa a través de la variedad de cuerpos y tallajes que componen la población.

De acuerdo con Robayo y Adana (2022) la moda colombiana ha reproducido durante décadas una estética de dominio que limita la representación de cuerpos no normativos. La publicación plantea que incluir diversidad corporal en el diseño no solo amplía el mercado, sino que también transforma los valores culturales y el sentido social del vestir, al reconocer la belleza desde múltiples identidades y contextos.

Una industria textil verdaderamente incluyente debe diseñar desde la observación, la empatía y la técnica. Las mujeres de diferentes tallas necesitan verse representadas y respetadas en el producto final. La diversidad corporal es una oportunidad para construir identidad cultural y fomentar el respeto hacia todos los cuerpos.

Según Castro Restrepo y Zapata Cano (2024) el sistema de tallaje utilizado por las marcas colombianas mantiene aún patrones basados en estereotipos de belleza tradicionales que no reflejan la diversidad corporal de las mujeres reales. Las autoras evidencian que las medidas y proporciones en la producción de prendas se centran en cuerpos particularmente delgados, lo que provoca que las mujeres plus size, no encuentren prendas que se ajusten a su cuerpo. Esta falta de representación genera una afectación en la reforzando así la idea de que solo ciertos tipos de figuras corporales son válidos dentro de los cánones de belleza.

2.1.4 Estructura y componentes de un plan de negocio en el sector moda.

En la moda, igual que cualquier otro sector productivo se requiere de una estructura empresarial sólida que permita materializar ideas creativas en propuestas sostenibles. Un plan de negocio bien elaborado es como una guía estratégica que define los objetivos, recursos, costos y estrategias para lograr que un proyecto de diseño se consolide en el mercado de manera efectiva y rentable.

"Colombia tiene una ventaja muy importante y es el potencial que posee en la variedad de sus telas y acabados de las mismas, las cuales son muy apetecidas en mercados internacionales" (Pinilla et al., 2020, p. 15).

Los componentes en un plan de negocio nos permiten transformar la inspiración en estrategia. Cuando el diseñador entiende su entorno competitivo, el

público objetivo y los recursos disponibles, puede darle una proyección a su marca con más claridad, en la moda esto adquiere un valor agregado, ya que equilibra la creatividad con la lógica empresarial.

Según Ascuntar y Ayala (2021) un plan de negocio exitoso en el sector moda integra tres pilares fundamentales: la investigación del consumidor, la innovación en el producto y la proyección de marca. Esta estructura les permite a los diseñadores consolidar su propuesta de valor y adaptarse a las dinámicas del mercado, fortaleciendo su competitividad y capacidad de permanencia.

El desarrollo de un plan de negocio en moda no debe verse como una obligación académica, sino como un proceso de autoconocimiento del proyecto. Permite identificar los puntos fuertes, los riesgos y las oportunidades de mejora, asegurando que la propuesta tenga identidad, coherencia y proyección comercial a largo plazo.

Arriagada (2020) sostiene que un plan de negocio en el sector de la moda debe construirse desde una mirada integral que combine análisis financiero, estudio del mercado y posicionamiento estratégico. Este enfoque convierte al plan en una herramienta dinámica que impulsa la creatividad y la innovación empresarial dentro del sector textil.

2.1.5 Estrategias de posicionamiento en el mercado de la moda femenina.

El posicionamiento de una marca de moda femenina va más allá de ofrecer prendas de calidad, también implica la manera en que la marca logra conectar emocionalmente con sus consumidores, así que una estrategia efectiva debe reflejar autenticidad, valores y propósito, construyendo así una identidad sólida. La mujer actual busca identificarse con marcas que representen su diversidad y fortalezcan su autoestima.

“Las alianzas clave son colaboraciones que permiten a la marca operar de manera eficiente y acceder a recursos esenciales.” (Moya, 2024, p. 56).

Una marca femenina que busca posicionarse debe construir su identidad sobre la coherencia entre teoría y acción. La comunicación visual, los materiales utilizados y el enfoque inclusivo deben hablar entre sí. Las marcas que incorporan valores como la sostenibilidad o la diversidad corporal logran diferenciarse en un mercado saturado de propuestas homogéneas.

Según Arévalo y Yancce (2024) El estudio de negocio propone una estrategia integral que incluye la comprensión sobre las necesidades del público objetivo, la creación de una oferta diferente y el fortalecimiento del posicionamiento de la marca a través de políticas comerciales y canales de venta eficientes, la propuesta pretende generar inclusión, rentabilidad y reconocimiento de marca dentro del

sector. Además, el enfoque estratégico que plantea puede convertirse en un modelo de referencia para otras empresas.

El mercado de moda femenina demanda estrategias de posicionamiento que reconozcan la pluralidad de mujeres, sus contextos y necesidades. La personalización de la experiencia y el fortalecimiento de la identidad de marca son claves para mantenerse vigentes. Posicionar no es solo vender, sino conectar con historias, valores y estilos de vida reales.

León A (2021) sostiene que las estrategias de posicionamiento exitosas en la moda femenina surgen de una comprensión profunda del consumidor. Analizar los comportamientos, motivaciones y aspiraciones de las mujeres permite diseñar estrategias más efectivas, donde la marca se percibe como una extensión de la identidad y no como un simple producto de consumo.

2.1.6 Importancia del emprendimiento en el sector de la moda.

El emprendimiento en la moda ha brindado la oportunidad de que nuevas voces creativas transformen el panorama del diseño. A través de propuestas independientes, los emprendedores pueden explorar temas como la inclusión, la sostenibilidad y la identidad cultural. Estos proyectos no solo fortalecen la economía creativa, sino que generan innovación social, ofreciendo oportunidades de empleo y promoviendo una visión más humana dentro de la industria.

"Es importante creer en este tipo de emprendimientos sociales y más pensar que es para beneficio de la comunidad femenina" (Suárez et al., 2023, p. 19).

Los emprendimientos de moda surgen como espacios de libertad creativa y representación cultural. Este espacio permite que los diseñadores locales expresen su identidad y respondan a las necesidades reales de su entorno. Estos proyectos fortalecen la independencia económica y cultural, impulsando nuevas formas de producción más conscientes, en contraste con los modelos industriales masivos.

De acuerdo con Fajardo (2023) el fortalecimiento del sector moda en Colombia depende de la formación empresarial de los diseñadores y la integración de modelos de gestión sostenibles. El estudio plantea que el emprendimiento impulsa la formalización del trabajo artesanal, la equidad de género y la proyección internacional de marcas emergentes, esto como factores esenciales para el desarrollo competitivo del país.

Emprender en moda no solo significa crear productos, sino construir propósitos. Cada emprendimiento con visión social aporta a la transformación cultural de la industria, demostrando que la moda puede ser ética, accesible e inclusiva. Este tipo de proyectos reflejan un cambio generacional hacia una producción más consciente y responsable.

Castaño y Trujillo (2022) sostienen que los emprendimientos de moda desempeñan un papel clave dentro de la economía creativa, al integrar diseño, cultura y sostenibilidad. Los emprendedores de moda no solo generan valor económico, sino que también promueven un consumo responsable.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Evolución de la blusa como prenda esencial en el vestuario femenino

La evolución de la blusa dentro del vestuario femenino ha cambiado constantemente junto con la manera en que las mujeres se expresan y se representan dentro de la sociedad. Con el tiempo esta prenda dejó de verse únicamente como una pieza básica para vestir y comenzó a tener más importancia dentro de la moda permitiendo reflejar estilos, personalidad y diferentes formas de identidad femenina. La blusa se convirtió en una prenda versátil que puede adaptarse a distintos espacios sociales y laborales demostrando que la moda también comunica emociones y formas de vivir.

"La moda no solamente es considerada como una actividad que pertenece a las esferas de lo económico o productivo, sino que además se considera un complejo arte con capacidad para generar y comunicar experiencias" (Rueda, 2020, p. 71).

La blusa logró consolidarse como una de las prendas más importantes dentro del closet femenino debido a su facilidad de adaptación a diferentes épocas, estilos y necesidades del cuerpo femenino. A medida que las mujeres fueron participando más en entornos laborales y sociales, el vestuario también empezó a transformarse incorporando prendas más cómodas y funcionales. Esto permite entender que la ropa no solamente responde a tendencias estéticas sino también a cambios sociales y culturales que influyen directamente en la manera en que las mujeres sienten que son representadas a través de la moda.

Según González, Rodríguez y Ochoa (2024), en el sector de la moda ha evolucionado en gran medida hasta convertirse en un fenómeno social donde las prendas funcionan como representaciones culturales y formas de diferenciación dentro de la sociedad.

Actualmente, la evolución de la blusa también ha permitido que salgan propuestas enfocadas en la inclusión y en la diversidad corporal, dado que la moda femenina ha comenzado a desarrollar prendas pensadas para diferentes tipos de cuerpo y no únicamente desde medidas estandarizadas. En el caso de las mujeres plus size, la blusa representa una prenda importante porque puede brindar comodidad, seguridad y confianza cuando es diseñada teniendo en cuenta las características reales de su cuerpo y sus necesidades de uso.

De acuerdo con Yacsayauri (2018) la evolución de la ropa femenina durante la edad moderna y contemporánea permitió que prendas como la blusa adquirieran mayor importancia dentro de la moda actual ya que comenzaron a combinar funcionalidad, estética y expresión de identidad femenina.

2.2.2 Siluetas, cortes y materiales aplicados al diseño de blusas.

Las siluetas, los cortes y los materiales son parte importante dentro del diseño de una blusa ya que son los elementos que permiten que una prenda tenga mejor forma, comodidad y adaptación al cuerpo femenino. Dependiendo de la silueta y del tipo de corte que se utilice una blusa puede hacer que la mujer se sienta más cómoda y segura con su imagen. Además, los materiales ayudan a que la prenda tenga mejor caída, movimiento y ajuste permitiendo que el diseño no solo se vea bien, sino que también sea funcional para el uso diario.

Según Chávez (2017), el desarrollo de blusas requiere un proceso donde se analicen diferentes aspectos relacionados con el patronaje, los materiales y la interpretación de diseños debido a que cada uno de estos elementos influye directamente en la estructura final de la prenda. La elaboración de una colección femenina no solamente depende de la parte estética sino también de la correcta selección de recursos técnicos que permitan crear prendas cómodas, funcionales y adaptables a diferentes tipos de cuerpo.

Los cortes dentro de las blusas permiten crear diferentes estilos y formas que ayudan a mejorar visualmente la estructura de la prenda. Actualmente el diseño femenino busca incorporar cortes más modernos y estratégicos que favorezcan distintos tipos de cuerpo y que permitan mayor comodidad en el movimiento. Esto demuestra que el diseño de moda no consiste solamente en crear prendas visualmente atractivas sino también en pensar en cómo se comporta la prenda sobre el cuerpo de la mujer y cómo puede adaptarse mejor a sus necesidades.

“Los cortes y detalles aplicados en la confección permiten mejorar la presentación y adaptación de las blusas al cuerpo femenino” (Capcha de la Cruz, 2018, p. 37).

Los materiales también cumplen una función importante dentro de la elaboración de blusas ya que cada tela transmite sensaciones diferentes relacionadas con comodidad, elasticidad y adaptación corporal. Elegir materiales adecuados permite que las prendas tengan mejor ajuste y que puedan responder a diferentes tipos de siluetas. En las mujeres plus size esto resulta aún más importante, debido a que los textiles pueden ayudar a brindar mayor comodidad y seguridad al momento de usar la prenda.

Según Carrasco (2019), la aplicación de técnicas como drapeados, cortes y estructuras asimétricas dentro del diseño de blusas permite desarrollar prendas con mayor dinamismo visual y mejor adaptación al cuerpo femenino. Además, la autora

explica que estos recursos ayudan a generar propuestas más creativas y funcionales dentro de la confección permitiendo que las prendas tengan diferentes formas, caídas y estilos según el diseño aplicado...

2.2.3 Funcionalidad y estética en el diseño de blusas

La funcionalidad y la estética son dos aspectos que actualmente tienen gran importancia dentro del diseño de blusas debido a que las mujeres ya no buscan únicamente prendas visualmente bonitas sino también cómodas y adaptables a sus necesidades diarias. Durante mucho tiempo gran parte de la moda femenina estuvo enfocada principalmente en la apariencia estética dejando de lado aspectos relacionados con la comodidad y la movilidad del cuerpo. Sin embargo, con el tiempo el diseño de vestuario comenzó a integrar propuestas más pensadas desde la experiencia de uso y desde la realidad corporal de las mujeres.

Según Barrera y Torres (2019), muchas mujeres presentan dificultades al momento de encontrar blusas que realmente se ajusten a sus cuerpos especialmente cuando existen diferencias entre busto, cintura y cadera. A partir de esto se plantean propuestas de diseño enfocadas en mejorar el soporte, el ajuste y la comodidad de las prendas demostrando que la funcionalidad dentro de la moda femenina puede influir directamente en la seguridad y bienestar de las mujeres.

La estética dentro del diseño de blusas sigue siendo un elemento importante porque permite que las mujeres expresen su personalidad, estilo e identidad a través de la moda. Actualmente la estética también se relaciona con la manera en que una prenda puede hacer sentir a la persona más segura y cómoda con su cuerpo. Esto demuestra que la moda no solo comunica tendencias visuales sino también emociones, confianza y representación corporal dentro de la sociedad.

"En la historia, tanto del vestuario como de la moda, han influido diferentes factores que alteran su forma y función en la sociedad. Materiales, jerarquías y tradiciones son los componentes más visibles en su desarrollo" (Siguelnitzky, 2018, p. 7).

El diseño de blusas contemporáneo busca lograr un equilibrio entre estética y funcionalidad permitiendo crear prendas que además de verse bien también respondan a las necesidades reales de las mujeres. Elementos como cortes estratégicos, soportes internos, materiales cómodos y sistemas de ajuste permiten que las prendas tengan mejor adaptación al cuerpo y generen mayor comodidad durante su uso. En el caso de las mujeres plus size esto resulta aún más importante ya que muchas veces las prendas disponibles en el mercado priorizan únicamente la apariencia y no consideran la comodidad o funcionalidad del diseño.

Según Baquero y Baena (2007), una prenda de vestuario no debe pensarse únicamente desde la apariencia estética, sino también desde la comodidad y la

funcionalidad que ofrece al usuario. Las autoras explican que el diseño de una prenda implica considerar aspectos como el ajuste al cuerpo, la ergonomía, el confort y las necesidades específicas de quien la utiliza, ya que estos elementos aportan valor agregado y permiten que el producto sea más competitivo dentro del mercado textil y de la moda.

2.2.4 Diseño y adaptabilidad en la moda femenina

El diseño adaptable dentro de la moda femenina se da como una respuesta a la necesidad de crear prendas versátiles siendo capaces de ajustarse a diferentes contextos y características corporales. A diferencia del diseño tradicional donde las prendas se elaboraban bajo medidas estandarizadas, la adaptabilidad busca que la ropa pueda modificarse o ajustarse de acuerdo con las necesidades de cada usuaria. Esto ha permitido que el diseño de moda evolucione hacia propuestas más dinámicas y funcionales.

Según Zambrini (2018), la indumentaria funciona como una forma de representación social y cultural, ya que a través del diseño las prendas comunican características relacionadas con identidad, estética y corporalidad dentro de la sociedad. Además, la autora plantea que la moda ha evolucionado constantemente junto con las transformaciones sociales y las maneras en que las personas expresan su imagen mediante el vestuario.

Actualmente muchas propuestas de moda femenina incorporan sistemas de ajuste, piezas removibles y estructuras más flexibles que permiten que una misma prenda tenga diferentes posibilidades de uso. Esto demuestra que la adaptabilidad no solamente se relaciona con la comodidad sino también con la versatilidad y la capacidad de personalización dentro del diseño contemporáneo.

“Moda y arquitectura han seguido caminos paralelos en sus procesos de creación y construcción” (Sevillano Fernández, 2022, p. 6).

La adaptabilidad también ha realizado cambios importantes en la manera de desarrollar patrones y estructuras dentro del diseño de vestuario. Hoy en día los diseñadores buscan crear prendas más pensadas desde la experiencia real de las personas permitiendo que exista mayor interacción entre cuerpo, movimiento y funcionalidad. Esto ha llevado a que la moda femenina explore propuestas más innovadoras donde el diseño pueda transformarse sin perder estética.

De acuerdo con Restrepo (2023) la innovación en el vestuario actual se basa en desarrollar prendas que puedan responder a diferentes necesidades de uso y contextos corporales permitiendo que la moda sea más flexible y cercana a la realidad de las mujeres.

2.2.5 Aplicación de alforzas, encauchados y recursos ajustables en prendas

La aplicación de alforzas, encauchados y elásticos ajustables dentro del diseño de prendas ha permitido que la moda femenina incorpore soluciones más prácticas y versátiles al momento de adaptarse al cuerpo. Estos elementos no solamente cumplen una función estética dentro de la prenda sino que también ayudan a mejorar el ajuste, la movilidad y la comodidad durante el uso. Actualmente muchos diseños utilizan este tipo de recursos para lograr prendas más funcionales sin perder el estilo ni la apariencia visual.

Según Cardona & Ceballos, (2018). Investigaciones sobre confección modular, los sistemas aplicados al diseño y producción de prendas permiten desarrollar piezas más versátiles y adaptables mediante procesos de construcción que facilitan modificaciones, ajustes y mejor aprovechamiento de recursos dentro de la confección femenina. Además estos métodos ayudan a crear prendas más funcionales y dinámicas para diferentes necesidades de uso.

Las alforzas y los encauchados también brindan estructura a las prendas permitiendo crear diferentes efectos visuales sobre la silueta. Además estos detalles ayudan a que una misma prenda pueda ajustarse mejor a distintos cuerpos sin necesidad de modificar completamente el diseño original. Esto demuestra que pequeños recursos de confección pueden generar grandes cambios en la experiencia de uso y en la percepción estética de la prenda.

“Los recursos textiles y constructivos permiten mejorar la adaptación de la indumentaria al cuerpo y aportar mayor versatilidad en el diseño” (Sarmiento, 2018, p. 42).

Dentro de la moda femenina actual, los sistemas ajustables se han convertido en herramientas importantes para desarrollar prendas más flexibles y funcionales. Elementos como elásticos, recogidos alforzas y encauchados permiten que las prendas tengan mayor facilidad de adaptación y puedan responder mejor a los movimientos y necesidades cotidianas. En el caso de las mujeres plus size estos recursos ayudan a generar mayor comodidad y seguridad al momento de vestir.

De acuerdo con Terán (2017) investigaciones relacionadas con el diseño y confección de vestuario femenino y la incorporación de recursos ajustables han permitido desarrollar prendas más cómodas y adaptables, favoreciendo tanto la funcionalidad como la estética dentro de las propuestas de moda.

2.2.6 Innovación en el diseño de prendas adaptables

La innovación dentro del diseño de moda nos ha permitido desarrollar nuevas formas de crear prendas más funcionales y pensadas desde las necesidades reales de las personas. Actualmente la industria de la moda ya no se enfoca únicamente en seguir tendencias sino también en buscar soluciones que mejoren La adaptación de la prenda al cuerpo. Esto ha llevado a que muchos diseñadores incorporen

nuevas técnicas, materiales y procesos creativos que permitan desarrollar prendas más adaptables y versátiles.

Según Pérez (2023) la innovación y diseño de vestuario, el proceso creativo dentro de la moda implica analizar las necesidades de las mujeres para generar propuestas más funcionales donde la adaptabilidad y la experiencia de uso tengan un papel importante dentro del desarrollo de las prendas.

La innovación también ha cambiado la manera en que se entiende el diseño femenino, permitiendo que las prendas se desarrollen desde una visión más cercana a la diversidad corporal y a las dinámicas actuales de las mujeres. Hoy en día muchas propuestas buscan integrar funcionalidad y transformación haciendo que las prendas puedan responder a diferentes contextos y estilos de vida sin perder estética ni identidad visual.

“Las nuevas tendencias en diseño de modas plantean la necesidad de crear prendas más funcionales, sostenibles y adaptables a los requerimientos actuales de los usuarios” (Picón & Huamani, 2025, p. 211).

Además, la innovación en prendas adaptables nos ha permitido explorar nuevas posibilidades dentro del patronaje, la confección y la selección de materiales. Esto demuestra que la moda puede evolucionar constantemente y adaptarse a los cambios sociales y corporales de las personas. En el caso de la

moda femenina plus size innovar significa crear prendas que realmente respondan a las características del cuerpo y no únicamente ampliar tallas tradicionales.

De acuerdo con Carvajal (2017) estudios relacionados con innovación y diseño textil, las prendas adaptables representan una evolución dentro de la moda porque integran funcionalidad, creatividad y necesidades reales de la mujer, permitiendo desarrollar propuestas más inclusivas y versátiles dentro de la industria del vestuario.

2.3 MARCO LEGAL

2.3.1 Derechos a la igualdad y no discriminación de las mujeres plus size en el marco constitucional colombiano.

El reconocimiento legal sobre el derecho a la igualdad resulta fundamental para visibilizar a las mujeres plus size dentro del sector de la moda. Esto nos muestra la necesidad de combatir prácticas discriminatorias que han limitado su representación y participación. La normativa existente requiere reforzarse para garantizar que la diversidad corporal sea respetada en los procesos creativos, comerciales y comunicacionales del sector.

La Ley 1482 de 2011 establece que toda persona debe recibir un trato igualitario en cualquier contexto, prohibiendo así conductas discriminatorias

basadas en características como la apariencia física o el cuerpo, lo que respalda la protección legal de mujeres con tallas diversas en entornos sociales y comerciales.

2.3.2 Regulaciones sobre la producción y comercialización de blusas en Colombia.

Las normas que regulan la producción y comercialización de prendas en Colombia cumplen un papel esencial en la calidad, la transparencia y la formalidad del sector. Sin embargo, estas regulaciones muestran vacíos respecto a la diversidad corporal, especialmente en lo relacionado con tallajes amplios. Una reglamentación más actualizada permitiría crear prendas que respondan a segmentos ignorados como el plus size.

La Ley 1480 de 2011 determina que los productos ofrecidos en el mercado deben brindar información clara y completa sobre sus características, obligando a los fabricantes y comerciantes de prendas a garantizar transparencia en aspectos como tallas, materiales y condiciones de uso para proteger los derechos del consumidor.

2.3.3 Normativas sobre innovación y adaptabilidad en el diseño textil colombiano.

El marco normativo sobre innovación en el diseño textil abre oportunidades para desarrollar productos más funcionales y adaptables. Este tipo de normativas fortalece procesos orientados a mejorar el ajuste, la comodidad y la inclusión. La adaptabilidad requiere respaldo técnico y regulatorio que incentive soluciones acordes con las necesidades reales de los usuarios, incluidas las mujeres plus size.

Según la Ley 1618 de 2013, el Estado debe promover ajustes razonables que garanticen accesibilidad y participación plena, lo que respalda la creación de prendas adaptables y funcionales que respondan a las necesidades de diversos cuerpos, incluyendo propuestas innovadoras dentro del diseño textil colombiano.

2.3.4 Legislación nacional sobre emprendimiento y planes de negocio en el sector moda.

La legislación en materia de emprendimiento constituye un soporte clave para la consolidación de proyectos en la industria de la moda. Estas normas facilitan la formalización, el acceso a beneficios y la estructuración de modelos de negocio sostenibles, permitiendo que ideas orientadas al plus size generen impacto

La Ley 1258 de 2008 crea la figura de las Sociedades por Acciones Simplificadas, facilitando la constitución de emprendimientos gracias a procesos flexibles y requisitos simplificados, lo cual permite que proyectos emergentes del sector moda se formalicen de manera rápida y con autonomía administrativa.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo de investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, ya que se orientó a la recopilación y análisis de información obtenida a través de la aplicación de una encuesta dirigida a mujeres consumidoras de blusas. Este enfoque permitió obtener datos específicos sobre las necesidades, preferencias y percepciones de las participantes facilitando la identificación de aspectos relevantes para el desarrollo de la propuesta de diseño y del plan de negocio.

El estudio tuvo un alcance descriptivo debido a que buscó caracterizar las condiciones y problemáticas relacionadas con el uso de blusas en mujeres plus size, especialmente en aspectos asociados al ajuste, la comodidad, la funcionalidad y la adaptación de las prendas a diferentes tipos de cuerpo. A partir de la información

recolectada fue posible identificar patrones de comportamiento y necesidades comunes dentro del segmento de mercado analizado.

Para la recolección de información se diseñó una encuesta estructurada compuesta por preguntas cerradas y de selección múltiple, orientadas a conocer la percepción de las participantes frente a las prendas que utilizan habitualmente, así como las dificultades que enfrentan al momento de adquirir blusas que respondan adecuadamente a sus características corporales. Los resultados obtenidos permitieron identificar oportunidades de mejora en el diseño de este tipo de prendas y establecer criterios para la creación de una propuesta adaptable a diferentes contornos.

La población objeto de estudio estuvo conformada por mujeres consumidoras de prendas femeninas, particularmente blusas, mientras que la muestra correspondió a las participantes que respondieron voluntariamente la encuesta. La información recopilada constituyó una base fundamental para el desarrollo de la cápsula de diseño Contoura y para la formulación del plan de negocios, permitiendo sustentar las decisiones relacionadas con el producto, el mercado objetivo y las estrategias de comercialización propuestas en el proyecto.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1 Identificación de características, tallajes y perfiles de las mujeres plus size.

Para identificar las características, tallajes y perfiles de las mujeres plus size se aplicó un instrumento para recolectar información con el fin de comprender sus necesidades en cuanto al tallaje y decisión de compra. La encuesta, compuesta por 20 preguntas, abordó aspectos como la edad, preferencias de compra, medidas corporales, seguridad y confianza en la ropa.

El objetivo de las encuestas es obtener datos claves que nos permitan entender mejor el comportamiento de las mujeres plus size y así proponer diseños ajustables que satisfagan esas necesidades.

Instrumento de encuesta.

1. Rango de edad

Figura 1
Resultados encuesta 1



El 62% de la población encuestada se concentra en el segmento mayor a 36 años, seguido por una distribución menor en rangos más jóvenes. Esto nos muestra que el mercado objetivo está compuesto por mujeres en etapa de madurez, un perfil de consumidora que tiende a priorizar la funcionalidad, el confort y la calidad de los materiales por encima de tendencias, estableciendo pautas claras para el diseño de la colección.

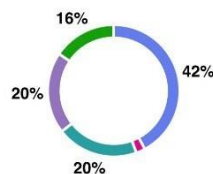
2. Actividad principal

Figura 2
Resultados encuesta 2

2. Cual es tu actividad principal? (0 punto)

[Más detalles](#)

● Trabajo	19
● estudio	1
● emprendo	9
● trabajo y estudio	9
● otro	7



Con un 82% de las participantes involucradas en actividades laborales, de emprendimiento o estudios simultáneos, podemos concluir que el nicho de mercado

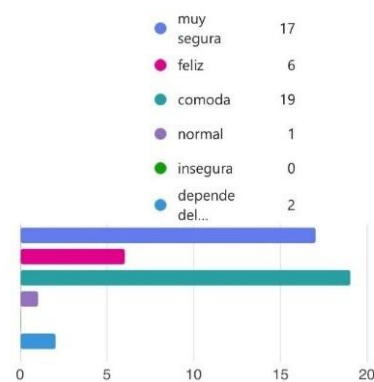
posee un estilo de vida dinámico. Esta actividad constante exige el desarrollo de prendas versátiles, que garanticen comodidad a lo largo del día y que faciliten la transición entre diferentes entornos cotidianos y profesionales.

3. ¿Cómo se sienten al usar una blusa que les gusta?

Figura 3
Resultados encuesta 3

3. Cuando te miras al espejo con una blusa que te gusta, ¿cómo te sientes? (0 punto)

[Más detalles](#)



La mayoría de las encuestadas nos muestra sentimientos de comodidad y seguridad personal cuando una blusa se adapta correctamente a su cuerpo. Esto evidencia el impacto psicológico que tiene ellas al usar una prenda, el diseño de moda incluso no solo cumple una función estética, sino que actúa como una herramienta directa para fortalecer el bienestar emocional y la autoestima de las mujeres *plus size*.

4. Comodidad con el ajuste de la ropa

Figura 4
Resultados encuesta 4



Aunque existe una percepción medianamente funcional sobre las prendas que ya poseen, los resultados reflejan que el mercado actual presenta deficiencias en el ajuste. Esto justifica la necesidad de crear una prenda que se adapte a cada cuerpo, demostrando que existe un margen de innovación significativo para desarrollar una blusa que realmente entienda y abrace las variaciones de cada mujer.

5. Dejar de usar una prenda por no sentirse bien

Figura 5

Resultados encuesta 5



El 98% de las mujeres encuestadas ha dejado de usar prendas de su armario debido a la incomodidad o insatisfacción con el tallaje. Esta cifra demuestra que el ajuste es un factor no negociable para la vida útil de una prenda, un diseño que ignora la morfología real del usuario genera desperdicio y frustración.

6. Sentirse en armonía con el cuerpo al elegir ropa

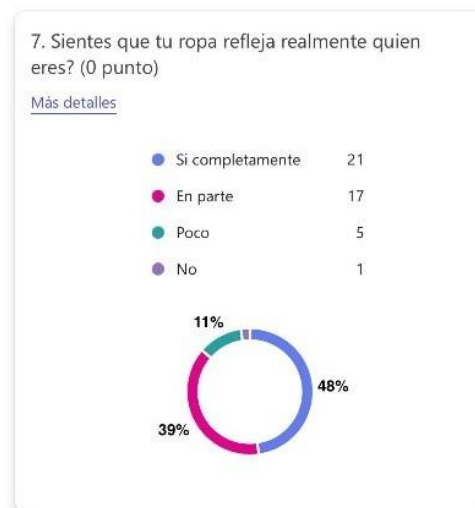
Figura 6
Resultados encuesta 6



Dado que el 80% de las mujeres varía entre sentir armonía "casi siempre" (40%) y solo "a veces" (40%), se concluye que existe una constante tensión entre el cuerpo y la oferta de la industria.

7. Si la ropa refleja quién eres.

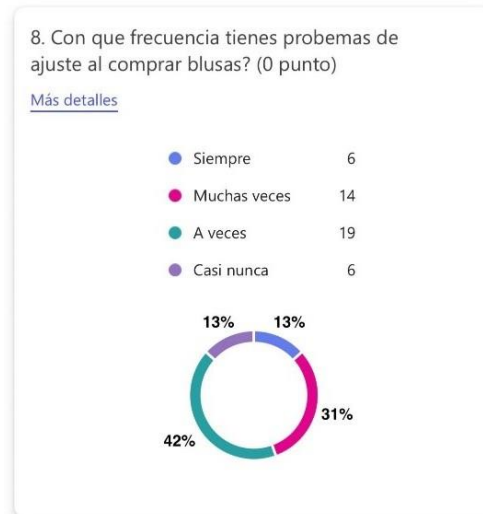
Figura 7
Resultados encuesta 7



Si bien la moda es un canal principal de expresión, una proporción significativa (39%) siente que su vestuario actual solo refleja su identidad "en parte". Esto sugiere que las limitaciones del sistema de tallaje están limitando la estética de las mujeres de tallas grandes obligándolas a conformarse con lo que les sirve, en lugar de elegir lo que realmente las representa.

8. Frecuencia de problemas de ajuste al comprar blusas

Figura 8
Resultados encuesta 8



El 42% tiene problemas a veces, 31% muchas veces, 13% siempre y 13% casi nunca. Esto confirma que los problemas de ajuste son comunes al comprar blusas, lo que refuerza la necesidad de diseños que se adapten mejor a diferentes medidas corporales.

9. Zonas con más problemas de ajuste

Figura 9

Resultados encuesta 9

9. En que zona sueles tener mas problemas de ajuste? (0 punto)

[Más detalles](#)



La identificación de varios puntos de conflicto (busto, cintura, abdomen, espalda y brazos) muestra que el problema del tallaje no es simple. Las mujeres plus size tienen variaciones en el volumen del cuerpo en varias zonas al mismo tiempo, lo que justifica la necesidad de sistemas de ajuste integrales como alforzas, lazos y encauchados, brindándoles un mejor ajuste.

10. Dejar de comprar una blusa por mal ajuste.

Figura 10

Resultados encuesta 10

10. Alguna vez has dejado de comprar una blusa porque no te ajusta bien? (0 punto)

[Más detalles](#)

● Si	45
● No	0



El 100% de las encuestadas respondió que sí. Este resultado evidencia que el ajuste es un factor decisivo en la compra. Si una blusa no se adapta bien al cuerpo, la decisión inmediata es no comprarla.

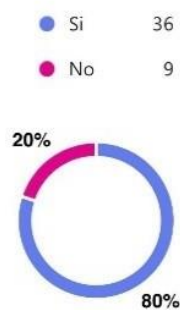
11. Arreglar una blusa con modista

Figura 11

Resultados encuesta 11

11. Has tenido que arreglar una blusa con modista para que te quede mejor? (0 punto)

[Más detalles](#)



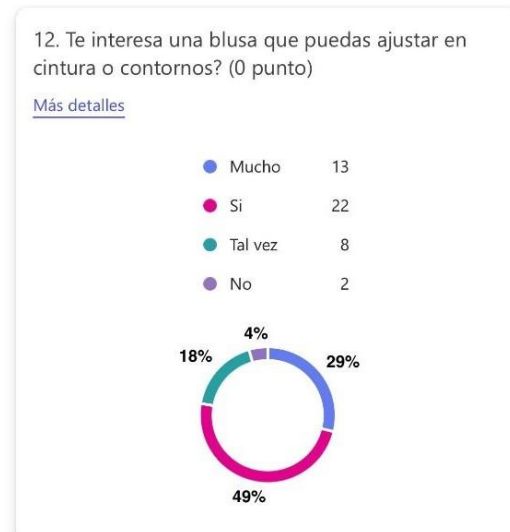
1

El 80% de las participantes ha tenido que arreglar una blusa en algún momento. Con esto podemos ver que muchas mujeres modifican sus prendas para lograr un mejor ajuste, lo cual refleja una oportunidad de diseño para ofrecer prendas que ya vengan adaptables desde su confección.

12. Interés en una blusa ajustable.

Figura 12

Resultados encuesta 12

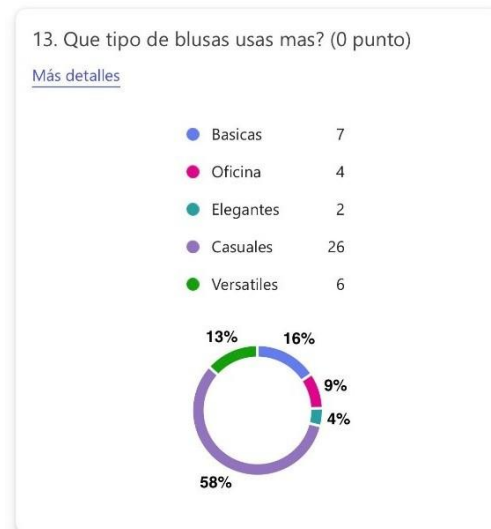


El 78% mostró mucho interés en una blusa que se pueda ajustar al cuerpo. Existe una alta aceptación hacia las blusas ajustables, lo que indica que este tipo de diseño tiene potencial en el mercado.

13. Tipo de blusas más usadas.

Figura 13

Resultados encuesta 13

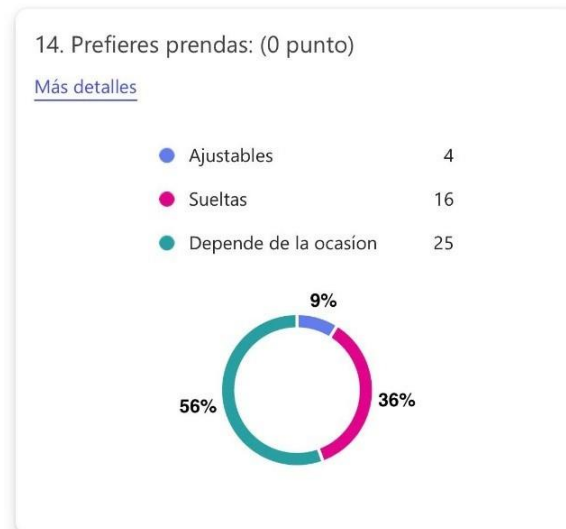


El 58% prefiere usar blusas casuales. Por lo tanto, el diseño debe enfocarse en prendas para el uso diario, que sean fáciles de combinar y muy prácticas, en lugar de ropa demasiado elegante o de fiesta. Las blusas casuales predominan en el consumo, lo que indica que el diseño debería enfocarse en prendas funcionales para el uso diario.

14. Preferencia de tipo de prenda

Figura 14

Resultados encuesta 14

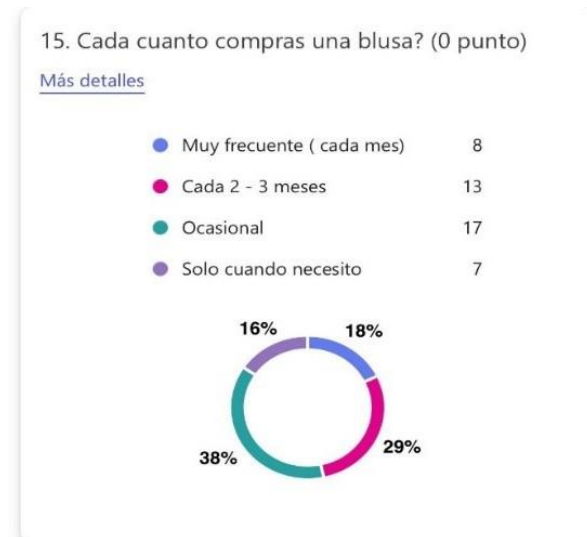


El 56% prefiere ropa suelta o ajustada dependiendo de la ocasión. Esto nos indica que buscan ropa versátil. Una blusa con sistemas de ajuste es ideal porque pueden usarla más suelta un día y más entallada otro, según como se quieran sentir.

15. Frecuencia de compra de blusas.

Figura 15

Resultados encuesta 15



La mayoría de las encuestadas compra blusas cada mes o cada dos a tres meses. Esto es positivo, ya que demuestra que es un producto de compra frecuente.

16. Lugar donde compran blusas.

Figura 16

Resultados encuesta 16



El 49% prefiere comprar en tiendas físicas. Para las mujeres plus size poder medirse la ropa es fundamental.

17. Utilidad de una blusa adaptable.

Figura 17

Resultados encuesta 17



El 93% piensa que una blusa con ajustes sería muy útil. Este resultado es la mejor prueba de que una prenda adaptable soluciona un problema real y constante en sus vidas.

18. Disposición a pagar más.

Figura 18

Resultados encuesta 18

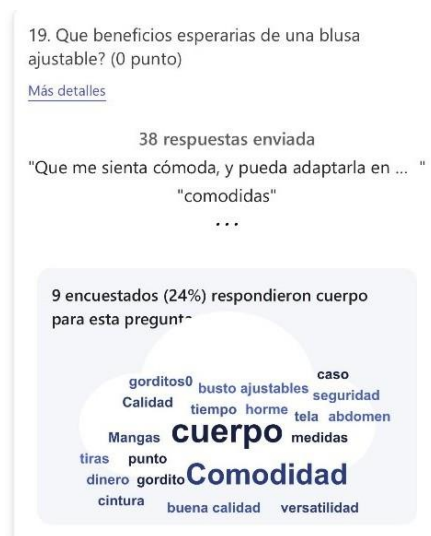


Más del 50% de participantes estarían dispuestas a pagar un precio un poco más alto si la blusa le garantiza un buen ajuste y comodidad. Esto nos dice que las mujeres valoran la calidad y no les molesta invertir en una prenda que realmente les funcione.

19. Beneficios esperados de una blusa ajustable.

Figura 19

Resultados encuesta 19

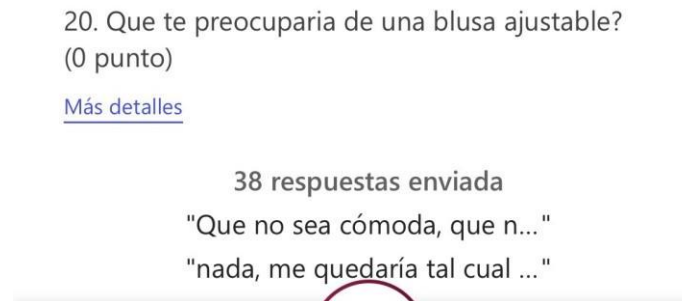


Las palabras más repetidas fueron: Comodidad, Adaptación al cuerpo, Mejor ajuste, Versatilidad, Calidad. Las consumidoras esperan principalmente comodidad y adaptación a diferentes cuerpos, además de sentirse seguras y cómodas con la prenda.

20. Preocupaciones sobre una blusa ajustable.

Figura 20

Resultados encuesta 20



Sus mayores miedos son que los ajustes sean incómodos, que se vean feos o que le agreguen más volumen al cuerpo. Esto nos deja un reto de diseño muy claro: los elásticos, alforzas o lazos que usemos deben estar muy bien integrados en la blusa para que sean cómodos y se vean bien

A partir de los datos recolectados en la encuesta, podemos concluir que el mercado de moda femenina *plus size* en la ciudad de Bucaramanga presenta un vacío significativo en términos de funcionalidad y adaptabilidad. El tallaje estandarizado actual no responde a las variaciones de zonas como el busto, el abdomen y la espalda, lo que obliga a las consumidoras a descartar compras (100%) o a incurrir en gastos adicionales por alteraciones de modistería (80%).

Los resultados de la encuesta nos valida la oportunidad de negocio del proyecto. La propuesta de desarrollar blusas con sistemas de ajuste integrados obtuvo una aceptación superior al 90%, destacándose como una solución innovadora que aportará comodidad, seguridad y versatilidad en el uso diario. Así mismo se confirmó que las consumidoras perciben un valor agregado en esta funcionalidad, mostrando una disposición favorable hacia un modelo de precios superior siempre y cuando el producto final logre equilibrar la adaptabilidad con la estética y un confort. Estos hallazgos constituyen las pautas estratégicas tanto para el patronaje de la colección cápsula como para el posicionamiento comercial de la marca.

4.2 Diseñar una capsula de blusas adaptables para mujeres plus size.

La cápsula Contoura fue diseñada a partir de los hallazgos obtenidos durante la investigación de mercado realizada con mujeres plus size de la ciudad de Bucaramanga. La propuesta se fundamenta en principios de adaptabilidad, comodidad y estética, buscando responder a las necesidades identificadas en relación con el ajuste de las prendas, la funcionalidad y la representación de la diversidad corporal. Para ello se incorporan elementos como encauchados, alforzas y tiras ajustables, permitiendo que las blusas se adapten a diferentes contornos corporales sin comprometer el diseño y la feminidad de la prenda. El mercado

objetivo fue definido a partir de los resultados de la investigación de mercado, identificando características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales de las consumidoras potenciales.

Figura 21

Capsula



Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 22

Moodboard



Fuente: Elaboración propia (2025).

El moodboard reúne los elementos conceptuales que inspiran la colección, destacando la adaptabilidad de las prendas, la comodidad y la confianza como pilares de diseño. Asimismo, presenta la paleta cromática, los materiales seleccionados y los detalles constructivos que permiten la adaptación de las prendas a diferentes contornos corporales.

Figura 23

Linea de producto



Fuente: Elaboración propia (2025).

La línea de producto está conformada por blusas adaptables dirigidas a mujeres plus size entre los 40 y 60 años. La colección busca ofrecer prendas funcionales y estéticamente atractivas mediante la incorporación de recursos de diseño que favorecen la comodidad y el ajuste personalizado.

Figura 24

Trendboard



Fuente: Elaboración propia (2025).

El trendboard permitió identificar tendencias relacionadas con la moda inclusiva, la funcionalidad y la comodidad. Asimismo, orientó la selección de materiales, texturas y acabados que posteriormente fueron incorporados al desarrollo de la cápsula.

4.3 Determinar los procesos de producción, costos y comercialización de la línea de productos de blusas adaptables para mujeres plus size.

Con el fin de evaluar la viabilidad de la línea de blusas adaptables Contoura, se determinaron los procesos de producción, los costos asociados a la fabricación y las estrategias de comercialización. Este análisis permite establecer los recursos necesarios para la elaboración de las prendas, calcular los costos unitarios de producción y definir un precio de venta que garantice la rentabilidad del proyecto. Asimismo, facilita la estructuración de estrategias comerciales orientadas a posicionar la marca dentro del mercado de mujeres plus size en la ciudad de Bucaramanga.

El proceso de producción de las blusas adaptables Contoura inicia con la investigación de las necesidades del mercado objetivo y continúa con el diseño, patronaje y elaboración de prototipos. Posteriormente se desarrolla la producción de las prendas, seguida de controles de calidad que garantizan el correcto funcionamiento de los sistemas adaptables. Finalmente, se ejecutan actividades de marketing, comercialización, logística y servicio posventa, asegurando una experiencia integral para las consumidoras y fortaleciendo el posicionamiento de la marca en el mercado plus size.

Figura 25

Proceso de producción



Fuente: Elaboración propia (2025).

Costos de producción

Para determinar el costo de producción de la blusa adaptable se realizó un análisis de los recursos necesarios para su elaboración, considerando los costos de materia prima y mano de obra involucrados en el proceso de confección. En la materia prima se incluyeron los principales insumos para la fabricación de la prenda, entre ellos tela, hilo, botones, sistema de ajuste, etiqueta de marca y marquilla de composición. El valor total de las materias primas utilizadas por unidad corresponde

a \$51.000, siendo la tela el insumo de mayor participación dentro del costo de producción.

En cuanto a la mano de obra directa, se tuvieron en cuenta las actividades desarrolladas por el diseñador, patronista, cortador y ensamblador, calculando el costo de acuerdo con el tiempo empleado por cada uno durante el proceso de elaboración de la prenda. El costo total de la mano de obra directa es de \$30.417 por unidad, reflejando las diferentes etapas necesarias para garantizar la calidad y el correcto ensamble del producto.

Como resultado de la integración de los costos de materias primas y mano de obra, se obtuvo un costo total unitario de \$81.417 por blusa. A partir de este valor se estableció un margen de utilidad del 46 %, obteniendo un precio de venta de \$150.772 por unidad. Esta estructura de costos permite cubrir los gastos asociados al proceso productivo y generar una rentabilidad adecuada para la sostenibilidad del plan de negocio, manteniendo un precio competitivo frente a la propuesta de valor.

Tabla 1

Materia prima

MATERIA PRIMA					
Característica de MP	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor unidad		Valor total utilizado x unidad
Tela Popelina	Metros	2	\$	15.000	\$ 30.000
Hilo	Unidad	1	\$	5.000	\$ 5.000
Botones	Unidad	8	\$	500	\$ 4.000
Sistema de ajuste adaptable	Unidad	2	\$	5.000	\$ 10.000
Etiqueta de marca	Unidad	1	\$	1.000	\$ 1.000
Marquilla de composición	Unidad	1	\$	1.000	\$ 1.000
Costo Materias Primas			\$	27.500	\$ 51.000

Tabla 2

Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
Trabajador	Sueldo mensual	Sueldo x hora	No. Horas x unidad	Valor total utilizado x unidad	
Diseñador	\$ 700.000	\$ 2.917	1	\$	2.917
Patronista	\$ 700.000	\$ 2.917	1	\$	2.917
Cortador	\$ 700.000	\$ 2.917	2	\$	5.833
Ensamblador	\$ 1.500.000	\$ 6.250	3	\$	18.750
Costo MOD				\$	30.417

Tabla 3

Total costos

Costo total unitario	\$ 81.417
Margen de utilidad	46%
Precio de venta	\$ 150.772

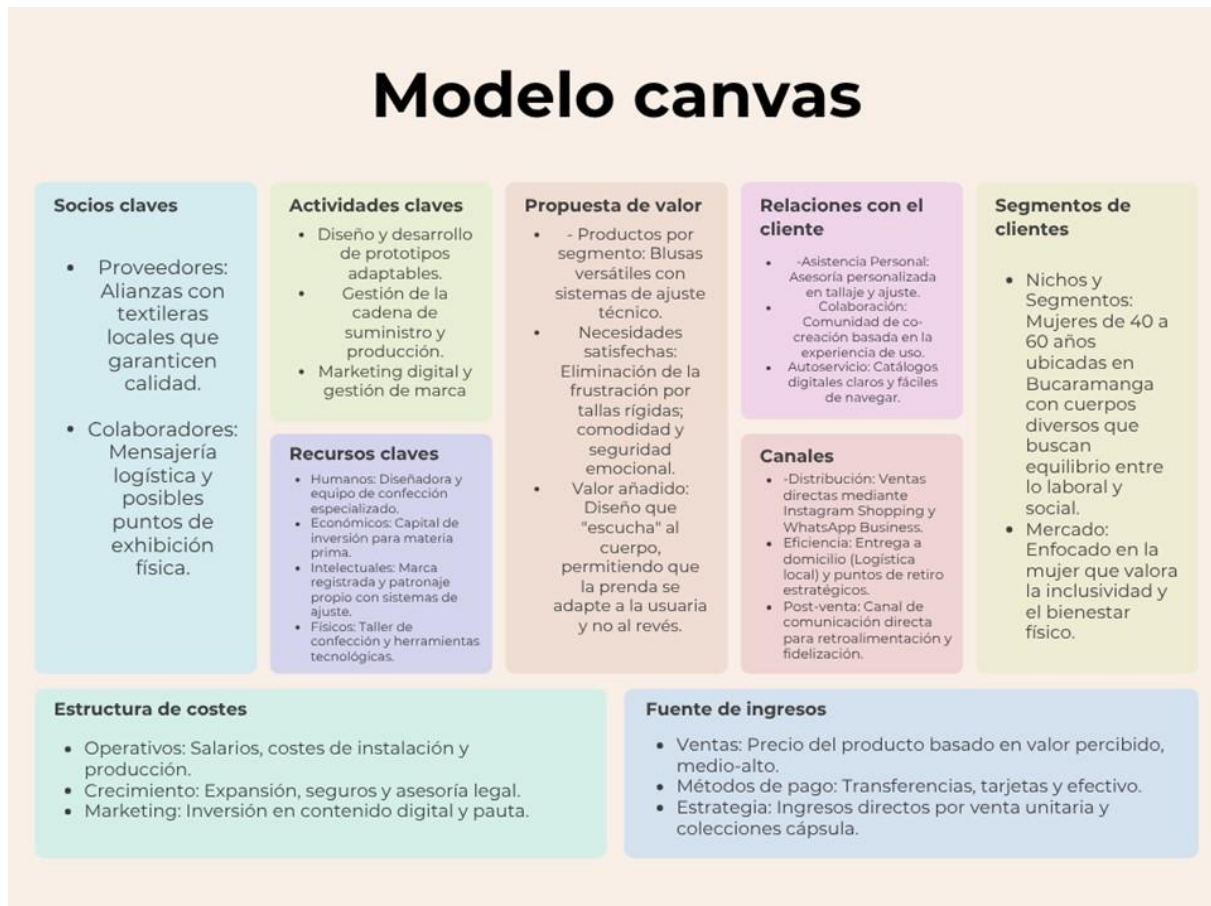
4.4 Comercialización de la línea de blusas adaptables.

Modelo de negocios

Para la comercialización de la línea de blusas adaptables Contoura se diseñó un modelo de negocio basado en la propuesta de valor de ofrecer prendas dirigidas a mujeres plus size entre los 40 y 60 años de la ciudad de Bucaramanga, integrando comodidad, ajuste y estética mediante sistemas adaptables que permiten una mejor adaptación a diferentes contornos corporales.

El plan de negocio se estructuró mediante la metodología Lean Canvas, la cual permitió identificar los elementos estratégicos necesarios para la creación y posicionamiento de la marca. Dentro de estos componentes se destacan los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, las fuentes de ingreso, las actividades clave, los recursos clave, los socios estratégicos y la estructura de costos.

Figura 26
Modelo canvas



5. RESULTADOS

Como resultado del proceso de investigación y desarrollo de diseño se creó una capsula Contoura, una propuesta de vestuario femenino dirigida a mujeres plus size, enfocada en brindar comodidad, adaptabilidad y estética. La colección surge a partir de la identificación de necesidades relacionadas con el ajuste de las prendas, la diversidad corporal y la búsqueda de opciones que permitan a las mujeres sentirse cómodas, seguras y representadas a través de la moda. La cápsula está compuesta por cinco referencias de blusas diseñadas bajo criterios de funcionalidad y versatilidad, incluyendo sistemas de ajuste que permiten adaptar las prendas a diferentes siluetas corporales.

5.1 Capsula contoura

Blusa Aura

Figura 27

Ficha Técnica blusa aura delantero y posterior

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contoura	REFERENCIA	03	TALLA	XL		
UNIVERSO	Plus size	PRENDA	Camisa M. larga	N.º PIEZAS			
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	<input checked="" type="checkbox"/>	HOMBRE	<input type="checkbox"/>	TEJIDO	Plano
						VERSIÓN	5.0
DELANTERO		<input checked="" type="checkbox"/>					
POSTERIOR		<input type="checkbox"/>					
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y anotaciones.							
OBSERVACIONES: Pieza versátil y refinada que combina estructura con comodidad perfecta para mujeres plus size, que buscan sentirse seguras, modernas, formales, con un estilo impecable en cualquier ocasión de uso.			Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3		
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla			APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO				

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contoura	REFERENCIA	03	TALLA	XL		
UNIVERSO	Plus size	PRENDA	Camisa M. larga	N.º PIEZAS			
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	<input checked="" type="checkbox"/>	HOMBRE	<input type="checkbox"/>	TEJIDO	Plano
						VERSIÓN	5.0
DELANTERO		<input type="checkbox"/>					
POSTERIOR		<input checked="" type="checkbox"/>					
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y anotaciones.							
OBSERVACIONES: Pieza versátil y refinada que combina estructura con comodidad perfecta para mujeres plus size, que buscan sentirse seguras, modernas, formales, con un estilo impecable en cualquier ocasión de uso.			Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3		
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla			APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO				

Camisa elaborada en tejido plano con cuello camisero tradicional, manga larga con abertura y aletilla funcional. Incorpora pliegue central posterior que proporciona mayor amplitud y confort durante el uso.

Blusa Esencia

Figura 28

Ficha Técnica blusa esencia

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	08	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Blusa elegante M. corta	N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN
						5.0
DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/>			POSTERIOR <input checked="" type="checkbox"/>			
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.						
OBSERVACIONES: Ideal para complementar cualquier look con un toque sofisticado. Su diseño cómodo y moderno brinda seguridad, estilo y personalidad en cada ocasión. Cuello en v con botonera y cinturón ajustable				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla			APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Blusa elaborada en tejido plano con escote en V, manga corta y botonera frontal decorativa. Incorpora cinturón ajustable en delantero y sistema elástico posterior que favorece la adaptación a distintos contornos de cintura.

Su construcción permite definir la silueta de manera cómoda, manteniendo equilibrio entre funcionalidad, ajuste y estética.

Blusa Armonía

Figura 29

Ficha Técnica blusa armonía

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	07	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Blusa fluida M. 3 / 4		N.º PIEZAS
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN
			5.0			
			DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR <input checked="" type="checkbox"/>			
Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.						
<p>Manga corta 3/4 con sistema de regulación y ajuste</p> <p>Sistema de regulación laterales en cadera y cintura</p>						
OBSERVACIONES:			Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3	
Una prenda femenina y versátil que abraza el cuerpo con suavidad. Su caída ligera aporta elegancia y permite que cada mujer plus size se sienta segura y auténtica.						
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla			APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Blusa confeccionada en tejido plano de silueta amplia y largo extendido. Presenta mangas 3/4 con sistema de regulación mediante lazos y ajustes laterales ubicados en cintura y cadera que permiten modificar el volumen de la prenda. Su diseño favorece la adaptación a diferentes morfologías corporales, aportando comodidad, fluidez y versatilidad de uso.

Kimono Balance

Figura 30

Ficha Técnica kimono balance

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	01	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Kimono Elegante	N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN
						5.0

DELANTERO POSTERIOR

Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.

HD190-8 Cinturon ajustable delantero
 D110-0 Pliegues en las mangas delantero y posterior
 H110-2 Cinturon ajustable posterior
 C100-1

OBSERVACIONES:	Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
Una prenda fluida y sofisticada que brinda comodidad y estilo al mismo tiempo. Su silueta amplia resalta la belleza natural del cuerpo plus size, aportando movimiento, seguridad y un toque moderno.			

ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla APROBÓ: SI NO

Prenda elaborada en tejido plano de caída suave, con silueta amplia tipo kimono y mangas de volumen controlado mediante pliegues. Incorpora cinturón ajustable en delantero y posterior que permite regular el ajuste en cintura,

favoreciendo la adaptación a diferentes contornos corporales. Su estructura proporciona comodidad, amplitud de movimiento y una apariencia sofisticada.

Blusa Vital

Figura 31

Ficha Técnica blusa vital

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	02	TALLA	XL - 4XL	
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Blusa cruzada sin mangas		N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN	5.0
DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/>				POSTERIOR <input type="checkbox"/>			
<i>Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>							
OBSERVACIONES:				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3	
Diseñada para estilizar la figura con delicadeza, esta blusa envuelve el cuerpo de manera armoniosa. Sus detalles laterales añaden femineidad y hacen que cada look se vea auténtico y elegante.							
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla				APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Blusa confeccionada en tejido plano con escote cruzado y silueta semiajustada. Presenta sistema de regulación lateral mediante lazos confeccionados en la misma tela permitiendo modificar el ajuste según las necesidades de cada persona. El regulador ubicado en hombros complementa la adaptabilidad de la prenda y mejora su funcionalidad para diferentes tipos de cuerpo.

¿???

6. CONCLUSIONES

La investigación permitió identificar que existe una necesidad real de prendas diseñadas específicamente para mujeres plus size, integrando aspectos de comodidad, funcionalidad y estética. Los resultados evidenciaron que la oferta disponible en el mercado no siempre responde a las expectativas y características de este segmento de consumidoras lo que genera oportunidades para el desarrollo de propuestas que consideren de manera integral las particularidades de sus cuerpos y necesidades de uso.

El análisis realizado demostró que la diversidad corporal representa una oportunidad para la creación de propuestas de moda más inclusivas capaces de generar valor tanto para las consumidoras como para el sector empresarial. Reconocer las diferentes formas y proporciones corporales permite diseñar

productos más representativos y favorece la construcción de una industria de la moda que promueva la inclusión y el respeto por la diversidad.

El desarrollo de la cápsula de blusas adaptables permitió evidenciar que es posible crear prendas que respondan a las necesidades específicas de las mujeres plus size sin sacrificar elementos relacionados con la estética, la identidad y las tendencias de la moda actual. La incorporación de sistemas de ajuste y recursos de adaptabilidad demostró que la funcionalidad puede integrarse armónicamente con el diseño, generando propuestas que favorecen la comodidad y la confianza de las usuarias.

Finalmente, el proyecto contribuye a promover una visión más inclusiva de la moda al reconocer la importancia de diseñar productos que respeten la diversidad corporal y favorezcan el bienestar de las consumidoras. A través de la propuesta desarrollada se reafirma que la moda puede convertirse en una herramienta de representación, confianza y empoderamiento permitiendo que las mujeres plus size encuentren prendas pensadas desde sus características reales y no desde estándares corporales tradicionales.

7. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos en el desarrollo del presente proyecto, se recomienda continuar realizando estudios de mercado que permitan identificar los cambios en las necesidades, preferencias y tendencias de consumo de las mujeres plus size. La actualización constante de esta información facilitará la adaptación de las propuestas de diseño a las exigencias del mercado y contribuirá a mantener la competitividad de la marca frente a las transformaciones del sector de la moda.

Se recomienda ampliar la propuesta de diseño hacia otras categorías de vestuario femenino, con el propósito de diversificar el portafolio de productos y fortalecer el posicionamiento dentro del mercado plus size. La incorporación de nuevas líneas de productos puede representar una oportunidad para atender diferentes necesidades de las consumidoras y consolidar la identidad de la marca.

Finalmente, se considera pertinente promover iniciativas que fomenten la inclusión y la diversidad corporal dentro de la industria de la moda. El desarrollo de propuestas orientadas a visibilizar diferentes tipos de cuerpo puede contribuir a una mayor representación de las mujeres plus size en el mercado, fortaleciendo la construcción de una moda más equitativa, accesible y respetuosa de la diversidad femenina

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

acsayauri Pomacaja, M. (2018). Evolución de la vestimenta en el mundo en la edad moderna y contemporánea y su influencia en la moda actual. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en: <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6236>

Ascuntar M, Ayala F, (2021). Gestión estratégica y modelos de negocio en la industria de la moda. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7715308>

Álvarez Barragán, L. A..., y Morales Sierra, M. E. (2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Panorama Económico*, 29(1), 73–83. <https://doi.org/10.32997/pe-2021-3644>

Arellan Loli, L y Pérez Pizarro, J. (2025). Figuras de las mujeres de tallas grandes y la confección de las prendas de vestir del distrito de Ventanilla del Perú en el año 2022. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en: <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/12375>

Arriagada B, (2020), Universidad Politécnica de Valencia. *Diseño y desarrollo de un plan de negocio en el sector moda sostenible*. Repositorio Riunet.
<https://riunet.upv.es/server/api/core/bitstreams/6923df54-8e41-400e-976e-9f2965e29a72/content>

Armijo Núñez, C. F. (2019). *Diseño de un plan de negocio para una empresa de venta de ropa plus size* [Memoria para optar al título de Ingeniera Civil Industrial, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/171104>

Arévalo, Gonzales A. Y., Yancce J. C. (2024). Plan de negocios para la ampliación de una línea dedicada a la confección y comercialización de ropa femenina de tallas grandes: Caso Empresa Moda y Diseño del Perú S.A.C. en la ciudad de Trujillo [Tesis de Maestría, Universidad ESAN. Escuela de Administración de Negocios para Graduados]. Repositorio Institucional Universidad ESAN.
<https://hdl.handle.net/20.500.12640/4047>.

Barrera Forero, J y Torres Rodríguez, L. (2019). *Blusas de vestir para las mujeres de busto grande en la ciudad de Bogotá*. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN. Disponible en:
<https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/8488>

Baquero Álvarez, M., & Baena Restrepo, M. (2007). *La prenda como producto de vestuario: funcionalidad y comodidad*. Universidad Pontificia Bolivariana. Dialnet-LaPrendaComoProductoDeVestuarioFuncionalidadYComod-5204378 (1).pdf.

Bonilla Pastor, E. (2007). Diseño de un sistema de producción modular en una mediana empresa de confecciones. *Ingeniería Industrial*, (25), 11-32. Recuperado de http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/view/607

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2025). *La moda plus size: una oportunidad de negocio*. Revista Conexión Empresarial. https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_1c72bc7232b258b3add32c5a7ae441e5598b1fce.pdf

Castaño Rivera, A y Trujillo Bejarano, D. (2022). Análisis de la influencia del fast fashion y la moda sostenible en el comportamiento de consumo del mercado colombiano. Fundación Universitaria del Área Andina, <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/5007>

Castro, I. & Zapata, C. (2024). *Los estereotipos y su influencia en los tallajes de prendas íntimas colombianas*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/11416>.

Capcha de la Cruz, A. (2018). Técnica de patronaje reconstrucción transformacional y su aplicación en blusas y vestidos. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en:

<https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/5676>

Carrasco Tineo, E. (2019). Aplicación de la técnicas del drapeado, interpretación y su proceso de confección de cuatro modelos de blusas asimétricas. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en:

<https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/5649>

Carreño Bohórquez, A. C. (2022). *Elaboración de un plan de negocio para diseñar pijamas dirigidas a mujeres de talla grande en la ciudad de Bucaramanga desde agosto hasta diciembre del 2022* [Trabajo de grado, Unidades Tecnológicas de Santander].

Repositorio Institucional UTS.

<http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/22083>

Chávez Chávez, M. (2017). Colección de blusas para adultos y niñas con cortes simétricas y asimétricas. Patronaje, interpretación, desarrollo de modelos. Escalado. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en:

<https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4654>

Dotor Robayo, Á. L., & Aldana Celis, D. P. (2024). *Los cuerpos y los talles: inclusión y significación de lo corporal en la industria de la moda en Colombia*. DOBRAS, 42, 166-[fin de la revista]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10094196.pdf>

Fajardo, M., et al. (2023). *Transformar moda proyecto de emprendimiento Social*. [Diplomado de profundización para grado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56478>

Feijoo, B., Vizcaíno-Verdú, A., & Núñez-Gómez, P. (2024). Cuerpo, imagen y redes sociales: El impacto y atractivo promocional de los influencers. *ZER. Revista De Estudios De Comunicación*, 29(57), 13–16. <https://doi.org/10.1387/zer.27123>.

Garrote Palomar, M (2023). Universidad Miguel Hernández, *Cuerpos, moda y representación: análisis del discurso de inclusión en la industria textil europea*. Repositorio UMH. <https://dspace.umh.es/handle/11000/30343>

Giraldo, J. (2018). Fenómeno plus size y moda: El concepto de talla grande y sus implicaciones para el diseño de vestuario en Medellín [Trabajo de pregrado,

F-DC-125

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

VERSIÓN: 2.0

Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio Institucional UPB.
<http://hdl.handle.net/20.500.11912/4039>.

González Vargas, I., Rodríguez Botero, J., & Ochoa Feo, M. (2024). Caracterización del vestuario y su evolución a través del tiempo. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (214). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi214.11000>

Gómez Ortega K.V. (2025). Plan de negocio tienda de ropa plus size “BELLEZA SIN TALLAS”. [Plan de negocios. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Cúcuta – Colombia]. Repositorio UNIMINUTO. <https://hdl.handle.net/10656/23362>

Holguín Cifuentes, N (2022), Fundación Universitaria del Área Andina. *Moda y diversidad corporal: el cuerpo plus size en la comunicación visual contemporánea*. Areandina Digital. <https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/cca61ef1-d055-4ef2-8262-7269c74f945c/content>

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF]. (2020). Encuesta Nacional de Situación Nutricional (ENSIN). <https://www.icbf.gov.co/ensin-encuesta-nacional-de-situacion-nutricional-0#ld7dyaab>

inexmoda. (2026, enero). Observatorio Inexmoda enero 2026.

<https://inexmoda.org.co/investigaciones/observatorio-inexmoda-enero-2026/>

León, A. C. (2023). Plan de negocios para el diseño, producción y comercialización de prendas de vestir femeninas en la ciudad de Bucaramanga. [Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB. Pregrado Negocios Internacionales]. Repositorio Institucional UNAB <http://hdl.handle.net/20.500.12749/23920>

Ley 1482 de 2011 (ley antidiscriminación actualizada) Colombia. Congreso de la República. (2011).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44932>

Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor Colombia. Congreso de la República. (2011).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

la Ley 1618 de 2013 (promueve ciencia, tecnología, innovación) Colombia. Congreso de la República. (2013).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52081>

Ley Ley 1258 de 2008 – Fomento a la cultura del emprendimiento Colombia. Congreso de
la República. (2008).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130>

Malo Toral, G. M., Cedillo, M., & Pérez, C. (2012). *Textiles encauchados artesanales: Experimentación, evaluación de calidad y aplicación* [Trabajo de titulación, Universidad del Azuay]. Universidad del Azuay.

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4109>

Moya Vásquez, F. (2024). Diseño de un plan de negocios para una marca independiente de vestuario y accesorios, universidad de chile (trabajo de pregrado),

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/203368>

Organización Mundial de la Salud. (2024). *Menopausia*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/menopause>

Parra Sánchez, M. Y., & Andrade Salcedo, D. R. (2025). Power Marian: diseño inclusivo de ropa interior para la diversidad morfológica de mujeres colombianas. *CITAS*, 11(2), 173-184. <https://doi.org/10.15332/24224529.11035>

Peña Mamani, K. E., Quispe Choque, D. L., & Delgado Arvorco, M. G. (2021). *Formulación de un plan de negocios para la implementación de una boutique de ropa para mujeres ejecutivas de tallas grandes en la ciudad de Tacna, 2021* [Tesis de pregrado, Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann]. Repositorio Institucional John Von Neumann. <https://repositorio.neumann.edu.pe/>

Quintero Monsalvo, V. P. (2022). *Plan de negocio “Exclusive Fashion Plus”* [Trabajo de grado de Contaduría Pública, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/21b3d369-fcea-48b7-8a07-17b38a6687b7/content>

Pinilla, M, Reyes, C, Triana E (2020), Universidad Cooperativa de Colombia. *Estructura de un plan de negocios aplicado al sector moda*. Repositorio UCC. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/77e83aad-e43e-4200-b6ec-91b0e5382f04/content>

Restrepo García, N. (2023). *Arr a discreción : un proyecto sobre linaje, moda y adaptabilidad*. Universidad de los Andes. Disponible en: <https://hdl.handle.net/1992/69158>

Rey Munevar, G. C., & Suárez Rodríguez, A. J. (2010). *Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá* [Trabajo de grado de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9336/tesis422.pdf>

Rueda Reyes, M. B. (2022). *La moda sostenible y su impacto en la industria textil contemporánea*. *EIDOS, Revista Científica de la Universidad Tecnológica Equinoccial*, 29, 53–67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8489501>

Sarmiento Sierra, J. y Sancristoful Arancibia, C. (2021). “Distribuidora de prendas de vestir de tallas plus size”. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/186261>

Sánchez, F. Ceballos, G. Sánchez Torres. (2015). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (2), pp 137 - 150, DOI: <http://dx.doi.org/10.18359/rcin.1436>

Sevillano Fernández, María (2022). *Diseño de moda: la otra cara de la Arquitectura*. Trabajo Fin de Grado / Proyecto Fin de Carrera, E.T.S. Arquitectura (UPM)

Siguelnitzky Cristi, K. (2018). La impresión 3D como cimiento para una (neo)funcionalidad del nuevo diseño de vestuario. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168445>

Solórzano Apache, C. M. (2023). *Investigación de la moda sostenible y sus perspectivas de diseño en el sector de confecciones en Bucaramanga* [Trabajo de grado, Universidad Industrial de Santander]. Repositorio Institucional UIS. <https://noesis.uis.edu.co/handle/20.500.14071/15005>

Suarez, M., et al. (2023). *Transformar Moda proyecto de emprendimiento Social*. [Diplomado de profundización para grado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56575>

Tejada Piedrahita, J y Bohórquez Giraldo, L. (2021). Proyecto de emprendimiento empresarial Curvy Plus, tu talla tu estilo. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria. Disponible en: <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/2879>

Vidal Beros, C. (2020). Diversidad e Inclusión en las Empresas de Moda. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (106). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi106.4035>

Zambrini, L. (2019). Diseño e indumentaria: una mirada histórica sobre la estética de las identidades de género. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (71), 119 a 128. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi71.107>

9. ANEXOS

Figura 32

Ficha Técnica costos y presupuestos


 Unidades Tecnológicas de Santander		FICHA TÉCNICA COSTOS Y PRESUPUESTOS			
		COLECCIÓN: contoura	FECHA:	UNIVERSO:	
PRENDA:	MERCADO: FEMENINO	REFERENCIA:	TALLA:		
DISEÑADORES:		Slendy nanmey viviescas			
MP					
Característica de MP	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor unidad	Valor total utilizado x unidad	
Tela Popelina	Metros	2	\$ 15,000	\$ 30,000	
Hilo	Unidad	1	\$ 5,000	\$ 5,000	
Botones	Unidad	8	\$ 500	\$ 4,000	
Sistema de ajuste adaptable	Unidad	2	\$ 5,000	\$ 10,000	
Etiqueta de marca	Unidad	1	\$ 1,000	\$ 1,000	
Marquilla de composición	Unidad	1	\$ 1,000	\$ 1,000	
Costo Materias Primas			\$ 27,500	\$ 51,000	
MOD					
Trabajador	Sueldo mensual	Sueldo x hora	No. Horas x unidad	Valor total utilizado x unidad	
Diseñador	\$ 700,000	\$ 2,917	1	\$ 2,917	
Patronista	\$ 700,000	\$ 2,917	1	\$ 2,917	
Cortador	\$ 700,000	\$ 2,917	2	\$ 5,833	
Ensamblador	\$ 1,500,000	\$ 6,250	3	\$ 18,750	
Costo MOD				\$ 30,417	
Costo total unitario	\$ 81,417				
Margen de utilidad	46%				
Precio de venta	\$ 150,772				

Figura 33

Ficha técnica dibujo geométral 1 delantero

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contoura			REFERENCIA	03	TALLA	XL
UNIVERSO	Plus size			PRENDA	Camisa M. larga	N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER	X	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN
							5.0
DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR <input type="checkbox"/>							
<i>Geomtral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>							
OBSERVACIONES: Pieza versátil y refinada que combina estructura con comodidad perfecta para mujeres plus size, que buscan sentirse seguras, modernas, formales, con un estilo impecable en cualquier ocasión de uso.				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3	
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla				APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

Figura 34

Ficha técnica dibujo geométral 1 posterior

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contoura		REFERENCIA	03	TALLA	XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Camisa M. larga	N.º PIEZAS	
MERCADO	NIÑO(A)	MUJER X	HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN 5.0
DELANTERO <input type="checkbox"/> POSTERIOR <input checked="" type="checkbox"/>						
<i>Geométral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>						
<p>Almilla CD190-5</p> <p>Abertura de manga 3/4 con sesgo HD190-5</p> <p>Pinzas D112-0</p> <p>Sistema de ajuste en la cintura con botones C100-1</p> <p>Dobladillo H110-2</p>						
OBSERVACIONES: Pieza versátil y refinada que combina estructura con comodidad perfecta para mujeres plus size, que buscan sentirse seguras, modernas, formales, con un estilo impecable en cualquier ocasión de uso.				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO						

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

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

Figura 35

Ficha técnica dibujo geometral 2

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	08	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Blusa elegante M. corta	N.º PIEZAS	
MERCADO	<input type="checkbox"/> NIÑO(A)	<input checked="" type="checkbox"/> MUJER	<input type="checkbox"/> HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN 5.0
DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR <input checked="" type="checkbox"/>						
<i>Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>						
OBSERVACIONES: Ideal para complementar cualquier look con un toque sofisticado. Su diseño cómodo y moderno brinda seguridad, estilo y personalidad en cada ocasión. Cuello en v con botonera y cinturón ajustable				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla				APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		

Figura 36

Ficha técnica dibujo geometral 3

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	07	TALLA	XL - 4XL	
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Blusa fluida M. 3 / 4	N.º PIEZAS		
MERCADO	<input type="checkbox"/> NIÑO(A)	<input checked="" type="checkbox"/> MUJER	<input type="checkbox"/> HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN	5.0
DELANTERO <input checked="" type="checkbox"/> POSTERIOR <input checked="" type="checkbox"/>							
<i>Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>							
<p style="text-align: center;">Manga corta 3/4 con sistema de regulación y ajuste</p> <p style="text-align: center;">Sistema de regulación laterales en cadera y cintura</p>							
OBSERVACIONES: Una prenda femenina y versátil que abraza el cuerpo con suavidad. Su caída ligera aporta elegancia y permite que cada mujer plus size se sienta segura y auténtica.				Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3	
ELABORÓ: Nanmey Viviescas Portilla				APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

Figura 37

Ficha técnica dibujo geometral 4

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL						
COLECCIÓN	Contaura		REFERENCIA	01	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size		PRENDA	Kimono Elegante	N.º PIEZAS	
MERCADO	<input type="checkbox"/> NIÑO(A)	<input checked="" type="checkbox"/> MUJER	<input type="checkbox"/> HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN
						5.0

DELANTERO **POSTERIOR**

Geometral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.

OBSERVACIONES:
Una prenda fluida y sofisticada que brinda comodidad y estilo al mismo tiempo. Su silueta amplia resalta la belleza natural del cuerpo plus size, aportando movimiento, seguridad y un toque moderno.

	Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------

ELABORÓ: Nanmey Viviecas Portilla APROBÓ: SI NO

Figura 38

Ficha técnica dibujo geométral 5

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL							
COLECCIÓN	Contaura			REFERENCIA	02	TALLA	XL - 4XL
UNIVERSO	Plus size			PRENDA	Blusa cruzada sin mangas		N.º PIEZAS
MERCADO	<input type="checkbox"/> NIÑO(A)	<input checked="" type="checkbox"/> MUJER	<input type="checkbox"/> HOMBRE	TEJIDO	Plano	VERSIÓN	5.0
DELANTERO <input type="checkbox"/>				POSTERIOR <input type="checkbox"/>			
<i>Geomtral (Dibujo Técnico de la Prenda) con Descripción, detalles de Construcción, lupas y acotaciones.</i>							
OBSERVACIONES:				Muestra Base Textil 1		Muestra Base Textil 2	
<p>Diseñada para estilizar la figura con delicadeza, esta blusa envuelve el cuerpo de manera armoniosa. Sus detalles laterales añaden femineidad y hacen que cada look se vea auténtico y elegante.</p>							
ELABORÓ: Nanmey Viviecas Portilla				APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			