

1.1 ANTECEDENTES

En los últimos años, el sector textil ha experimentado un crecimiento excepcional debido a las facilidades informáticas del mundo moderno y la creciente digitalización del sector empresarial, así como los cambios en el comportamiento de los usuarios en las compras a través de internet. Como resultado, las empresas textiles se han enfocado en ofrecer servicios de valor agregado y explorar nuevas formas de comercializar sus productos.

Este sector, se caracteriza por una producción geográficamente dispersa y por cambios rápidos impulsados por el mercado, proporciona oportunidades de empleo a millones de trabajadores en todo el mundo, en particular a las mujeres jóvenes» OIT, (2019). Esto resalta su relevancia a nivel mundial como un pilar del comercio y de la economía mundial.

Sin embargo, en Bolivia, este sector se ha visto afectado en los últimos años debido a la predominancia de la venta de productos de contrabando, especialmente de ropa usada y productos chinos, en las calles de las ciudades bolivianas. Esto se debe a la falta de conciencia sobre la importancia de consumir productos nacionales, es decir, "lo nuestro".

En la actualidad, las mujeres desempeñan un papel muy importante en la sociedad, demostrando su capacidad multifacética al cumplir diversos roles, como el estudio, el trabajo y las tareas del hogar. Son capaces de organizarse y destacarse en todas estas funciones que desempeñan. La moda es una necesidad importante para las mujeres, ya que consideran que vestir acorde a las tendencias actuales es parte de su desarrollo personal y competitivo. En nuestro país, no es ajeno al comportamiento de la belleza boliviana ha generado

Admiración en todos los ámbitos. Cabe señalar que hay un alto índice de mujeres embarazadas, que alzan la voz por seguridad, comodidad en su ropa y que a su vez ayudan a elevar su autoestima durante el embarazo, ya que vestirse de manera adecuada puede tener un impacto significativo en su bienestar.

El mercado para las mujeres embarazadas ha experimentado un crecimiento acelerado gracias al cambio de mentalidad en relación a la belleza, la confianza y otros referentes mundiales que impulsan nuevas tendencias en la industria de la moda

Según Matilde Eljach, socióloga, doctora en antropología y docente de la Universidad Simón Bolívar, la moda tiene una gran influencia en la forma en que se percibe a las mujeres, donde recalca que la moda tiene un valor social y de clase, lo que implica una clasificación. En este sentido, ella afirma: “La ropa también es un camino de reafirmación, de inconformismo, de rebeldía”. Para una mujer, es un asunto “de orden emocional que el mercado sabe aprovechar”. Convirtiéndose así en un nicho de mercado atractivo para las marcas Brodmeier, (2020).

Para comenzar a indagar sobre la confección de ropa para mujeres, ha sido necesario reconocer que existe información previa, que nos permite establecer un punto de partida, de tal forma que en este apartado se recopilan estudios de autores que hicieron una investigación previa a nivel internacional y departamental, sobre la temática propuesta en este trabajo:

- *Nivel Internacional*

El trabajo de Andia y otros, (2020) fue realizado en Perú-Lima, esta idea consiste en la venta de prendas de vestir para mujeres embarazadas mediante el comercio electrónico. Pretendía

Ser una marca reconocida en moda para las mujeres embarazadas a nivel nacional para el año 2025, utiliza como metodología, el enfoque de tipo cualitativo, realizando un muestreo aleatorio simple. El resultado de la propuesta de negocio sería viable cuantitativamente.

- *Nivel Departamental*

El trabajo de Vidaurre, (2022) aborda una investigación sobre la confección y comercialización de ropa femenina en tallas grandes en la ciudad de Tarija, el objetivo es determinar la viabilidad de mercado, técnica y financiera para la empresa de diseño, confección y comercialización de ropa femenina en tallas grandes en la ciudad de Tarija. Utilizando metodología de tipo cuantitativa aplicando análisis estadístico, tomando en cuenta un tipo de investigación exploratoria y descriptiva. Dentro de los resultados obtenidos se describe la implementación de una empresa de confección y comercialización de ropa femenina en tallas grandes en la ciudad de Tarija, favorable debido a que se nota una mejoría en la economía, reflejada en el PIB del país y existe una demanda insatisfecha respecto a las mujeres de talla grande las cuales tendrían una alta aceptación en los productos que se les llegaría a ofrecer.

También el trabajo de Camacho y Evelyn (2022), tiene como objetivo elaborar un plan de negocios con una nueva forma de comercializar jeans, que permite al consumidor elegir el modelo disponible a través de medios digitales, facilitando la compra del producto y demostrando que existe viabilidad comercial y económica en la ciudad de Tarija. La metodología utilizada es mixta, que se basa en una investigación descriptiva y explicativa.

