

Gorditas sensuales

La mayoría de las mujeres pretende tener cambios inmediatos en sus figuras sin hacer ningún esfuerzo, por lo cual acuden a productos que supuestamente alteran sus cuerpos instantáneamente. Las mujeres robustas son las más insatisfechas con su apariencia, por eso ellas utilizan productos que las hagan ver y sentir sensuales y bellas rápidamente y sin mucho sacrificio, por lo cual recurren a prendas de lencería como fajas, correctores, medias, corsets etc. Es importante resaltar la diferencia entre productos de lencería que hacen ver bien y productos que hacen sentir bien. Los primeros modifican la figura femenina resaltando ciertos aspectos y escondiendo los defectos. Los segundos son aquellos que explotan la sensualidad de la mujer y realza su confianza y autoestima por medio de un diseño ultra femenino y sexy, hace a la mujer sentirse como mujer. En el mercado de la lencería existen muchas prendas que hacen a las gorditas verse mejor, pero pocos que las hagan sentir mejor, puesto que las prendas sexys y provocadoras no vienen en sus tallas y no están diseñadas para su figura. Las mujeres grandes han sido excluidas de este mercado y deben satisfacerse con prendas que sólo ocultan sus cuerpos. Estas prendas que no tienen como fin modificar la figura instantáneamente también tienen un rol importante en la confianza y seguridad que las mujeres grandes tienen, pues logran crear un cambio de autopercepción instantáneamente.

El propósito es idear una línea de productos de lencería erótica para mujeres grandes, pues ese tipo de prenda es la que genera una sensación de sensualidad y belleza inmediato con tan solo ponerselo y no se consigue fácilmente en el mercado en tallas grandes. Es importante crear confianza y autoestima con estas prendas, las cuales son muy exhibicionistas e insinuasoras. Las mujeres grandes deben tener la oportunidad de realzar su belleza y aprovechar la sensualidad que tienen sin sentirse inseguras. Las prendas de lencería erótica deben volverse tan efectivas como una faja adelgazante y hacer sentir a una mujer grande bella con tan sólo usarla.

Contexto: todo producto es una expresión de un tiempo, un lugar y una cultura.

Antecedentes y referentes: investigar el estado del arte para entender la categoría y sus diversas relaciones

Dinámica social: interacciones de la audiencia y los stakeholders respectivamente.

A quien va dirigido? Cómo y porqué? Quienes hacen parte del proceso? Cómo se relacionan?

Producto:

- a) Conceptos.
- b) Especificaciones del producto: Estética, desde los tres puntos de vista (perceptual, prestacional y semiótica); cómo se usa?; cómo funciona?
- c) Distribución: Puntos de venta, stands, y campaña(si aplica), canales de distribución.
- d) Conclusiones
- e) Propuesta de valor.



Sexy & Salud

Formulación:

Actualmente la mayoría de marcas de lencería en Colombia tienen como misión entender a la mujer, la cual desea verse como las actrices y modelos a las cuales tiene acceso a través de revistas, catálogos y televisión cotidianos. Estas mujeres vistas como casi perfectas, son siluetas 90-60-90 y con busto y glúteos protuberantes, forman el canon de belleza de la mujer latina. Por eso estas marcas desean hacer ver y sentir sexy a la mujer por medio de sus productos para acercarla a su ideal de belleza. Algunas prendas exhiben y resaltan atributos (busto y cola) de la mujer latina mientras que los otros esconden características que son consideradas como defectos (barriga y celulitis). Muchos de estos productos pertenecen a la categoría de salud donde priman los productos de tipo postquirúrgico, postparto y de control de varices. Estas mujeres que se ven obligadas a usar fajas, correctores de postura o medias para las varices, están conscientes de que estos productos cumplen una función específica, ligada a una ocasión o al día a día, pero la estética de estos productos no concuerda con el propósito último de la lencería que es hacer ver y sentir sexy a la mujer. Por eso estas prendas fueron relegadas a un segundo plano, son prendas de esconder que favorecen a la mujer mientras esté vestida, pero en verdad las prendas son poco agradables a la vista en sí, por lo que las mujeres en realidad no se sienten sexys por completo al usarlas. El objetivo es desarrollar un producto, servicio etc... que permita articular la estética de las prendas y todo su universo, únicamente dentro de la categoría de salud, de manera que esta lencería de salud cumpla su función de hacer ver y sentir sexy a la mujer.

- **Contexto:** todo producto es una expresión de un tiempo, un lugar y una cultura.
- **Antecedentes y referentes:** investigar el estado del arte para entender la categoría y sus diversas relaciones
- **Dinámica social:** interacciones de la audiencia y los stakeholders respectivamente.
-A quien va dirigido? Cómo y porqué? Quienes hacen parte del proceso? Cómo se relacionan?
- **Producto:**
 - a) Conceptos.
 - b) Especificaciones del producto: Estética, desde los tres puntos de vista (perceptual, prestacional y semiótica); cómo se usa?; cómo funciona?
 - c) Distribución: Puntos de venta, stands, y campaña(si aplica), canales de distribución.
 - d) Conclusiones
 - e) Propuesta de valor.



Confyshopping

Formulación:

Hoy en día la lencería sigue siendo considerada un tema tabú, ya que es relacionada con vulgaridad y mal gusto. La gran mayoría de las mujeres la usan pero se niegan a aceptarlo abiertamente. A la hora de comprar productos de la categoría sexy-romántica, algunas mujeres se sienten incómodas ya que no les gusta ni sentirse observadas ni revelar ante vendedoras u otras clientas sus gustos ó preferencias sobre este tema tan personal y privado.

En bogotá existen dos tipos de locales que distribuyen lencería; las tiendas de ropa interior y los sex shops. Ambos resultan incómodos para la mujer y el espacio de compra debe generar confianza y privacidad en las compradoras, teniendo en cuenta el espacio, la distribución, la atención personalizada, etc.

La audiencia principal del proyecto es aquella mujer que se intimida con el tema pero le encanta. Sienten que usando lencería sacan su ser interior, revelan lo que son en realidad ó lo que quisieran ser y generan momentos íntimos con su pareja sintiéndose sensuales y bellas. Es por esto que el objetivo es crear para ellas canales de distribución de lencería sin cohibiciones, donde la mujer sienta que no está haciendo nada vulgar ni mal visto y donde la compra sea cómoda y placentera.



- **Contexto:** todo producto es una expresión de un tiempo, un lugar y una cultura.
- **Antecedentes y referentes:** investigar el estado del arte para entender la categoría y sus diversas relaciones
- **Dinámica social:** interacciones de la audiencia y los stakeholders respectivamente.

-A quien va dirigido? Cómo y porqué? Quienes hacen parte del proceso? Cómo se relacionan?

•Producto:

- a) Conceptos.
- b) Especificaciones del producto: Estética, desde los tres puntos de vista (perceptual, prestacional y semiótica); cómo se usa?; cómo funciona?
- c) Distribución: Puntos de venta, stands, y campaña(si aplica), canales de distribución.
- d) Conclusiones
- e) Propuesta de valor.