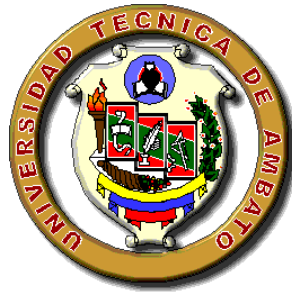


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

DIRECCIÓN DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN DISEÑO, DESARROLLO E INNOVACIÓN DE
INDUMENTARIA DE MODA**

Tema:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL
AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA
CIUDAD DE CUENCA.”**

Trabajo de Titulación Previo a la obtención del Grado Académico de Magister en

Diseño, Desarrollo e Innovación de Indumentaria de Moda

Autor: Cordero Cobos María Belén

Director: Mg. Dis. Silvia Zeas

Ambato-Ecuador

2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes.

El Tribunal de Defensa del trabajo de titulación precedido por el Ing. MBA. Edison Viera Alulema, presidente del Tribunal e integrado por los señores: Ing. Marcelo Pilamunga Poveda, Dr., Dis. Pablo Cardoso Pacheco, Mg. Arq., Ing. Jorge Luis Santamaría Aguirre, Dr. Miembros del Tribunal de Defensa, designados por el Consejo Académico de Postgrado de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor la defensa oral del trabajo de titulación con el tema: “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA CIUDAD DE CUENCA.” Elaborado y presentado por la Diseñadora María Belén Cordero Cobos, para optar por el Grado Académico de Magister en Diseño, Desarrollo e Innovación de Indumentaria de Moda, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de titulación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

.....
Ing. MBA. Edison Viera Alulema
Presidente del Tribunal

.....
Ing. Marcelo Pilamunga Poveda, Dr.
Miembro del Tribunal

.....
Pablo Cardoso Pacheco, Mg. Arq
Miembro del Tribunal

.....
Jorge Luis Santamaría Aguirre
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de titulación con el tema: **“PLAN ESTRATEGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA CIUDAD DE CUENCA.”**, le corresponden exclusivamente a la Diseñadora María Belén Cordero Cobos, autora bajo la dirección de la Diseñadora Silvia Zeas Carrillo, Mgt., Directora del trabajo de titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



.....
Dis. María Belén Cordero Cobos

Autor



.....
Dis. Silvia Zeas Carrillo

Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga uso de este trabajo de titulación como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación. Cedo los Derechos de mi Trabajo de Titulación, con fines de difusión pública, además autorizo su reproducción dentro de las regulaciones de la Universidad.



.....

Dis. María Belén Cordero Cobos

CI.0104153622

DEDICATORIA

Con todo mi corazón para José y Mónica, ejemplo de perseverancia, para María Isabel, mi apoyo y complicidad, para José Luis, fortaleza, impulso y el amor de mi vida.

María Belén Cordero Cobos

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato, institución que ha potencializado la formación de profesionales en el diseño, a la Universidad del Azuay por su cooperación en la ejecución del presente proyecto, a mis profesores, que por amor a la docencia me han apoyado incondicionalmente.

Gracias.

María Belén Cordero Cobos

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA DEL TRABAJO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema:	2
1.2 Planteamiento del problema:	2
1.2.1 Contextualización	2
1.2.2 Análisis Crítico:	6
1.2.3 Prognosis	9
1.2.4 Formulación del problema	9
1.2.5 Interrogantes	10
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	10
1.3 Justificación:	11
1.4 Objetivos:	13
1.4.1 Objetivo General:	13
1.4.2 Objetivos específicos:	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1 Antecedentes de la investigación:	14
2.2 Fundamentación filosófica:	21
2.2.1 Enfoque: Crítico-Propositivo:	21
2.3 Fundamentación legal:	22
2.4 Categorías fundamentales	27
2.4.1 Redes Conceptuales	27
2.2.1 Constelación de ideas de la variable independiente	28
2.4.2.1 La Academia:	29
2.4.2.2 La Universidad del Azuay:	29
2.4.2.4 Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte:	36
2.4.2.3 Ámbito profesional:	45
2.4.2.4 Contexto Social-Cultural de Diseño de Modas:	50
2.4.3 Constelación de ideas de la variable dependiente:	61
2.4.3.1 Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021):	62
2.4.3.2 Agenda de Transformación Productiva:	65
2.4.3.3 La Matriz Productiva:	67
2.4.3.4 La Industria Textil y Confeccionista:	69
2.4.3.5 Relaciones comerciales:	73
2.4.3.6 Vinculación con la sociedad:	77
2.4.3.7 Competencia y contrabando en la industria de la confección:	89
2.4.3.8 El Diseño como recurso:	92
2.5. Hipótesis:	97
2.6 Señalamiento de variables:	97
2.6.1 Variable Independiente:	97

2.6.2 Variable Dependiente:	97
CAPÍTULO III	98
ENFOQUE	98
3.1 Enfoque de investigación:	98
3.2 Modalidad básica de la investigación:	98
3.2.1 Documental- Bibliográfica:	98
3.2.2 De campo:	99
3.3. Nivel o tipo de investigación:	100
3.3.1 Exploratoria:	100
3.3.2 Descriptiva:	101
3.3.3 Correlacional:	102
3.3.4 Explicativa:	102
3.4. Población y muestra:	103
3.4.1 Población:	103
3.4.2 Muestra:	104
3.5 Operacionalización de variables:	106
3.5.1 Variable Independiente:	106
3.5.2 Variable Dependiente:	107
3.6 Plan de recolección de información:	108
3.6.1 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información:	108
3.7 Plan de procesamiento de la información:	109
CAPÍTULO IV	110
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	110
4.7 Análisis de los resultados:	110
4.2 Interpretación de datos:	111
4.2.1 Entrevistas a empresarios del sector confeccionista de la ciudad de Cuenca, clasificados por el tamaño de contribuyente:	111
4.2.1.1 Entrevista gran contribuyente:	111
4.2.1.2 Entrevista medianos contribuyentes:	124
4.2.1.3 Entrevista pequeños contribuyentes:	149
4.2.1.4 Entrevista representante micro contribuyentes:	207
4.2.2 Entrevista junta directiva Escuela Diseño en textiles y moda:	214
4.2.3 Encuestas a diseñadores en textiles y modas graduados en promociones 2015, 2016 y 2017:	223
4.3 Verificación de la hipótesis:	264
4.3.1 Triangulación de datos:	266
CAPÍTULO V	273
Conclusiones y recomendaciones	273
5.3 Conclusiones:	273
5.2 Recomendaciones:	278
CAPÍTULO VI	281
Propuesta	281
6.2 Datos informativos:	281
6.2 Antecedentes de la propuesta:	282
6.3 Justificación:	290
6.4 Objetivos:	294
6.4.1 General:	294
6.4.2 Específicos:	294
6.5 Análisis de factibilidad:	294
6.5.1 Política:	294
6.5.2 Tecnológica:	300
6.5.3 Organizacional:	302

6.5.4 Económico-financiera:	304
6.5.5 Socio-Cultural:	307
6.5.6 Legal:	309
6.6 Fundamentación teórico-científica:	312
6.6.1 La Innovación:	312
6.6.1.1 Clasificación de la Innovación:	314
6.6.1.2 Hacia una cultura de la innovación:	316
6.6.1.3 Gestión de la innovación:	323
6.7 Desarrollo de la propuesta:	328
6.7.1 Plan estratégico para la vinculación de la carrera de diseño en textiles y modas de la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca.	329
6.7.1.1 Beneficiarios del plan estratégico:	330
6.7.1.2 Frentes a trabajar:	334
6.7.1.3 Planteamiento de objetivos del Plan Estratégico:	338
6.7.1.4 Responsables de la ejecución:	338
6.7.1.5 Estrategias para la vinculación:	339
6.7.1.6 Revisión y análisis:	348
6.8 Metodología: modelo operativo	349
6.9 Administración:	350
6.9.1 Descripción de las funciones:	350
6.10 Previsión de la evaluación:	351
BIBLIOGRAFÍA	353
ANEXOS	368

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N1: Análisis crítico de causa y efecto.....	8
Figura N2: Categorías fundamentales.....	27
Figura N3: Constelación de ideas de la variable independiente.....	28
Figura N4: Niveles asignaturas carrera Diseño Textil y Modas Universidad del Azuay.....	43
Figura N5 : Constelación de ideas de la variable dependiente.....	61
Figura N6: Logo empresa PASAMANERÍA.....	112
Figura N7: Instalaciones departamento diseño empresa PASAMANERÍA.....	117
Figura N8: Instalaciones departamento diseño empresa PASAMANERÍA.....	119
Figura N9: Logo empresa KOSSMORÁN.....	124
Figura N10: Instalaciones área de diseño Kossmorán.....	130
Figura N11: Instalaciones de producción Kossmorán.....	133
Figura N12: Logo empresa ZHIROS.....	137
Figura N13: Instalaciones de producción Insudecor.....	154
Figura N14: Instalaciones de producción Insudecor.....	157
Figura N15: Instalaciones de producción Creaciones Andrealí.....	171
Figura N16: Instalaciones de producción Creaciones Andrealí.....	174
Figura N17: Instalaciones de producción ESBI.....	182
Figura N18: Instalaciones de producción ESBI.....	184
Figura N19: Instalaciones de producción ARTEX.....	191
Figura N20: Instalaciones de producción DZOO.....	199
Figura N21: Instalaciones de producción DZOO.....	202
Figura N22: Ámbitos en los que ejercen actualmente la profesión de Diseñador/a en Textiles y Moda.....	223
Figura N23: Motivos por los cuales el diseñador/a no se encuentra ejerciendo la profesión.....	224
Figura N24: Experiencia trabajando en relación de dependencia en fábrica o taller.....	226
Figura N25: Motivos por los cuales el diseñador/a dejó de trabajar en relación de dependencia en el área de la confección y el diseño de modas.....	227
Figura N26: Tipología de prenda confeccionadas en fábricas donde trabajan o han trabajado los diseñadores.....	229
Figura N27: Actividades otorgadas a los diseñadores en fábricas o talleres.....	230
Figura N28: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de insumos y bases textiles.....	232
Figura N29: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Diseño y generación de colecciones.....	234
Figura N30: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Elaboración de fichas técnicas.....	236
Figura N31: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de Softwares de diseño.....	238
Figura N32: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Patronaje manual.....	240
Figura N33: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de Softwares de patronaje.....	242
Figura N34: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Confección de prototipos.....	244
Figura N35: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Control de producción.....	246
Figura N36: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Marketing y publicidad.....	248
Figura N37: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Fotografía e imagen del producto.....	250

Figura N38: Existencia de acercamiento durante la vida académica con la industria confeccionista de la ciudad.....	252
Figura N39: Tipo de acercamiento con la industria confeccionista de la ciudad.....	254
Figura N40: Valoración de la industria por el rol del diseñador de textiles y moda en la cadena productiva.....	256
Figura N41: Criterio de los diseñadores -Motivos por los que la industria no valora el rol del diseñador de modas.....	257
Figura N42: Criterio de los diseñadores -Motivos por los que la industria si valora el rol del diseñador de modas.....	259
Figura N43: Porcentaje de participación en programas de enlace con la Escuela de Diseño por parte de los diseñadores graduados.....	261
Conclusiones y recomendaciones	273
Propuesta.....	281
Figura N44: Fases del proceso a seguir para la gestión de la innovación.....	327
Figura N45: Cuadro comparativo situación real-análisis FODA entre diseñador e industria.....	332
Figura N46: Infograma resumen Plan Estratégico para la Vinculación Diseñador de Modas- Industria.....	347
BIBLIOGRAFÍA.....	353
ANEXOS.....	368

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N1: Industrias priorizadas.....	23
Tabla N2: Proyectos de Vinculación – Facultad de Diseño	41
Tabla N3: Salario mínimo sectorial actividad confección de prendas de vestir.....	47
Tabla N4: Ejes transversales y sectoriales. Agenta para la Transformación Sectorial (ATP). 66	
Tabla N5: Exportaciones textiles en USD FOB.....	71
Tabla N6: Importaciones textiles en Toneladas y USD FOB	72
Tabla N7: Producto Interno Bruto en USD.....	72
Tabla N8: Distribución por tamaño de los contribuyentes SRI con código C141002 “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.”	104
Tabla N9: Variable independiente / Perfil del Diseñador de Modas.....	106
Tabla N10: Variable dependiente/La Industria Confeccionista de la ciudad de Cuenca	107
Tabla N12: Plan para el procesamiento de información	109
Tabla N13: Datos generales empresa PASAMANERÍA.....	112
Tabla N14: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Gran Contribuyente.....	123
Tabla N15: Datos generales empresa KOSSMORÁN	124
Tabla N16: Datos generales empresa ZHIROS.....	137
Tabla N17: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Mediano Contribuyente.....	148
Tabla N18: Datos generales empresa INSUDECOR	149
Tabla N19: Datos generales empresa JEANS MATTIOS	159
Tabla N20: Datos generales empresa CREACIONES ANDREALI.....	167
Tabla N21: Datos generales empresa ESBI	178
Tabla N22: Datos generales empresa ARTEX.....	186
Tabla N23: Datos generales empresa Dzoos	195
Tabla N24: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Pequeño Contribuyente.....	206
Tabla N25: Datos generales GREMACAF.....	207
Tabla N 27: Categorización nivel refuerzo conocimientos del diseñador de modas.	274
Tabla N 28: Categorización FODA sobre conocimientos del diseñador de modas.....	275
Tabla N29: Exportaciones por tipo de producto a mayo 2018. Sector textil y confección. Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE (2018)	304
Tabla N30: PIB del sector. Actividad Fabricación de productos textiles.....	305
Tabla N31: Exportaciones nacionales del sector 2013-2017.....	306
Tabla 32: Pasos para la Gestión de la Innovación.....	325
Tabla 34: Beneficiarios del plan estratégico: Perfil del sector industrial de la confección Modas / Fortalezas y debilidades.....	331
Tabla N35: Plan estratégico: Frentes a trabajar.	334
Tabla N36: Plan estratégico: Áreas y tipologías para la innovación.....	339
Tabla N37: Plan estratégico: Áreas y factores para la medición de la participación.	348
Tabla N38: Modelo operativo.	349
Tabla N 39: Previsión de la evaluación.....	351

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes.

Dirección de Posgrado

MAESTRÍA EN DISEÑO, DESARROLLO E INNOVACIÓN DE INDUMENTARIA DE MODA

Tema: “PLAN ESTRATEGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA CIUDAD DE CUENCA.”

Autor: Dis. María Belén Cordero Cobos

Director: Dis. Silvia Zeas Mgt.

Fecha: 27 de septiembre del 2018

RESUMEN EJECUTIVO

Partiendo de las inquietudes de como se la inserción del diseñador de modas junior dentro del sector productivo de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, qué tan capacitado está el profesional luego de haber culminado sus estudios y que tanto se relacionan las competencias adquiridas con las necesidades reales del medio, se emprendió una investigación profunda para determinar el estado actual de dichas interrogantes, para así identificar debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas dentro de la relación de vinculación actual entre academia e industria, esto con el claro objetivo de mejorar el proceso de inserción de los diseñadores de modas dentro del medio laboral.

Descriptor: Vinculación, Diseño de Modas, Diseñador de Modas, Academia, Industria de la Confección, Plan Estratégico, Innovación, Desarrollo industria, Rol del diseñador de modas, Escuela de Diseño.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes.

Dirección de Posgrado

MAESTRÍA EN DISEÑO, DESARROLLO E INNOVACIÓN DE INDUMENTARIA DE MODA

Theme: “STRATEGIC PLAN FOR THE LINKAGE OF THE FASHION DESIGN CAREER OF THE UNIVERSITY OF AZUAY WITH THE MANUFACTURING INDUSTRY OF THE CITY OF CUENCA”

Author: Dis. María Belén Cordero Cobos

Directed by: Dis. Silvia Zeas Mgt.

Date: 27 de septiembre del 2018

EXECUTIVE SUMMARY

Based on the concerns of how the insertion of the junior fashion designer into the productive sector of the clothing industry of the city of Cuenca, how skilled the professional is after completing their studies and how much is related to the skills acquired with the real needs of the environment, a deep investigation was undertaken to determine the current status of these questions, in order to identify weaknesses, threats, opportunities and strengths within the relationship of current linkage between academia and industry, this with the clear objective of improving the process of insertion of fashion designers into the workplace.

Descriptors: Linkage, Fashion Design, Fashion Designer, Academy, Clothing Industry, Strategic Plan, Innovation, Industry Development, Role of fashion designer, School of Design

INTRODUCCIÓN

Partiendo de la evaluación de cómo es concebido y aplicado el diseño de modas dentro de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, se llegó a la conclusión de que la relación entre el diseño en textiles y modas y la industria de la confección de la ciudad de Cuenca necesita ser reforzada, ya que la noción que la industria tiene acerca de los diseñadores y su rol en la mayoría de los casos es errada o simplemente el diseño es concebido como prescindible, cuando en realidad este es estratégico para el desarrollo de este sector productivo. Esta situación genera un estancamiento en el crecimiento que la industria confeccionista local puede llegar a tener, además de nublar la posibilidad de desarrollar una industria de moda que consolide el papel del diseñador de modas.

La correcta vinculación entre diseño e industria es de suma importancia ya que permite generar mejores productos con valor agregado, pensados y desarrollados en función de las necesidades del consumidor, en tendencias, con moda, llevando así a las industrias y talleres a ser más competitivos en el mercado actual.

Es por ello que en el presente trabajo se plantea lineamientos que vayan generando opciones para mejorar la relación que actualmente vincula a estos dos actores, donde la contribución del diseño se muestre como sustancial dentro de las fábricas, con el fin de aprovechar la capacidad propositiva de los diseñadores de modas y de esta manera aportar al crecimiento de la industria confeccionista.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema:

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA CIUDAD DE CUENCA.

1.2 Planteamiento del problema:

Actualmente la relación entre la Escuela de Diseño de Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca está lejos de ser estrecha, ya que la mayoría de los proyectos que se ponen en marcha en la escuela tienen un enfoque social, a esto se suma la concepción que la industria tiene sobre los diseñadores y su rol en la mayoría de los casos es errada o simplemente el diseño es concebido como prescindible, cuando en realidad este es estratégico para el desarrollo de este sector productivo. Esta situación genera un estancamiento en el crecimiento que la industria confeccionista local puede llegar a tener, a más de nublar la posibilidad de desarrollar una industria de moda que consolide el papel del diseñador de modas.

1.2.1 Contextualización

Si se habla de la relación Academia Diseño-Industria Confeccionista a nivel global, sin duda se debe dirigir la mirada hacia países primermundistas donde se ubican las principales capitales de la moda (New York, París, Tokio, Milán, Shanghái, etc.) Ya que cuentan con una industria confeccionista madura y totalmente desarrollada, donde la moda, tendencias y el diseño son piezas claves dentro de la cadena productiva.

Los procesos de diseño generan las directrices sobre las cuales se va a concebir una colección, y el éxito que se obtenga dependerá en gran parte del estudio realizado por

el equipo de diseño. El rol del diseñador es de suma importancia debido a que la industria en estos países maneja estaciones, temporadas y pre temporadas, para los cuales los diseñadores poseen las herramientas y conocimientos necesarios sobre tendencias, tecnologías, etc.

Hay que tomar en cuenta que las grandes casas de moda, firmas y cadenas de ropa han surgido y evolucionado hasta ser monstruos de la moda gracias al protagonismo que le han concedido desde la industria al diseño de modas; pero así mismo es importante resaltar la calidad de educación que la Academia brinda a los futuros diseñadores, preparándolos para el desafío. Es así que algunas de las instituciones más prestigiosas y reconocidas a nivel mundial como Parsons, Central Saint Martins, IED (Instituto Europeo di Design), y el Instituto Marangoni, por mencionar algunos, han visto nacer y triunfar a grandes diseñadores. (Entremujeres, 2018)

Por su parte, de acuerdo con el Proyecto de Diseño Latinoamericano (Latin American Design Project LATAM_D), tal como consta en su portal web, dentro del ranking 2018 de las mejores universidades de arte diseño en latinoamericanos, los casos más relevantes donde la Industria de la Moda ha surgido se concentran en Argentina, Colombia, Brasil por mencionar algunos (los más cercanos a la región) y se ha desarrollado gracias a programas y políticas para su impulso. Estos tres países cuentan con laboratorios de tendencias, que exportan al mundo, lo cual data de una industria de moda sólida. (Proyecto de Diseño Latinoamericano Latin American Design Project LATAM_D, 2018)

El caso más notable en cuanto a desarrollo de moda desde la academia y su vinculación con la industria es el de Argentina. La época democrática políticamente hablando que este país empezó a vivir hacia a la década de los 80s, generó un ambiente abierto a nuevas experiencias sobre todo en áreas creativas, se potencializó muchísimo su cultura, arte, cine, música, y por supuesto la moda, siendo aquí donde el concepto de moda como tal comienza a adueñarse de los argentinos a tal punto que en el año 1988 se abren las puertas de la carrera Diseño de Indumentaria y Diseño Textil en la Universidad de Buenos Aires; pero no fue sino hasta el año 2001 cuando a consecuencia de la gran crisis económica que atravesó Argentina que se impuso el Diseño de Autor, una moda

autoritaria que generó una ola de comportamientos intrépidos, donde los diseñadores dejaron de seguir tendencias internacionales y se lanzaron a crear productos basados en sus necesidades y estilos propios, revalorizando los procesos artesanales con una concepción de identidad propia muy bien plasmada (Saulquin, 2011).

Este hecho sentó bases para que la industria confeccionista argentina se diera cuenta de la importancia del diseño dentro de sus procesos productivos. Actualmente se podría decir que esta revolución liderada en un inicio por diseñadores “rebeldes”, convirtieron a la moda en el motor de la industria textil y de confección, y es que tal fue la atención centrada en este movimiento particular que al día de hoy el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) anualmente realiza una encuesta a nivel país para determinar la situación de momento y el crecimiento del diseño de Autor en el país, arrojando como resultado un crecimiento considerable año tras año, por tal motivo es apropiado reconocer que el éxito de la industria se ha dado gracias al potencial creativo, la innovación productiva y a la calidad de su producto.

Tal como lo menciona Patricia Marino, directora del Centro de Investigación y Desarrollo Textil INTI, en su libro *Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto*:

Hoy no es posible competir en mercados locales y globales sin la incorporación del diseño como herramienta de diferenciación aplicada a diferentes aspectos de las empresas: gestión, producción, comercialización y comunicación... El surgimiento del diseño de autor en Argentina ha significado que este grupo productivo represente, por su valor creativo y por su desarrollo en el mundo productivo y comercial, una fortaleza a la vez que una potencialidad para el negocio de la moda nacional. (Marino, 2014)

Gracias a este reconocimiento de la necesidad de una correcta vinculación entre el diseño y la industria, el Centro de Investigación y Desarrollo Textil INTI dedica su labor a apoyar de una manera sistemática e integral a la innovación del sector de la moda. Lo hace a través de capacitaciones y asistencia técnica, atendiendo las demandas tanto por parte de los diseñadores, así como de la industria, acciones con las cuales han ido generando herramientas.

INTI además enfoca como punto clave de su trabajo la relación con las universidades que cuentan con la carrera de diseño, de hecho mantienen una red de trabajo con varias universidades tales como Universidad Nacional del Loja (UNL), Universidad Nacional Autónoma de México (UNaM), Universidad Nacional el Noreste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA), Universidad Nacional de San Juan (UNSJ), Universidad Nacional e Trujillo (UNT), con las cuales a través de la unión industria-academia, han conseguido una labor colectiva donde se han planteado una serie de lineamientos que no solo constituyen una guía para los comités académicos de las universidades, sino que también ha significado el responder con eficiencia a las demandas de innovación, profesionales preparados, y por ende el desarrollo de la industria.

Centrando la atención en el país, se sabe que la industria textilera y confeccionista del Ecuador, tal como consta en el Plan del buen vivir 2013-2017 así como en su actualización denominada Plan Nacional de desarrollo 2017-2021, está en el tercer puesto de las matrices productivas a ser potenciadas (Plan del Buen Vivir, 2013) por los ingresos de divisas que este sector le ha proporcionado al país; sin embargo, la industria está poco o nada vinculada con el diseño de moda. Hoy en día, decir que el Ecuador no cuenta con una industria de Moda, sería totalmente acertado, y es que los lineamientos que siguen las industrias podrían no ser los mismos que sigue la academia que forma al diseñador de modas.

De acuerdo con el portal “Cursos y Carreras” (Cursos y carreras, s.f) La oferta académica de las universidades del Ecuador ofrece licenciaturas en diseño, ingeniería textil, diseño de textiles y moda, pero aquí cabe la pregunta ¿están estas carreras formuladas en función a la industria con la que cuenta el país y sus necesidades?

La Universidad del Azuay en la ciudad de Cuenca hasta el ciclo marzo-julio del 2018 ofertaba la carrera de Diseño en Textiles y Moda a sus nuevos aspirantes, sin embargo, cabe resaltar que a partir del ciclo septiembre-febrero 2018-2019 ha modificado tanto pensum, así como su nombre pasando a ser Diseño Textil e Indumentaria. La malla curricular de esta carrera procura preparar al estudiante en el área de diseño, generación de tendencias y colecciones, conocimientos básicos sobre patronaje para varias áreas de

confección, así mismo le ofrece conocimientos sobre el manejo de la maquinaria esencial, además de módulos de marketing, finanzas y producción, pero en menor grado.

(Universidad del Azuay, 2018)

Actualmente desde entidades como el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y la Cámara de la Pequeña Industria del Azuay (CAPIA), por la naturaleza de su labor, se busca generar enlaces entre la industria y los artesanos, con la finalidad de mejorar la calidad de la mano de obra a través de proyectos de capacitación que permitan un mejor desarrollo y crecimiento de la parte productiva de las industrias; sin embargo poco se ha visto sobre proyectos encaminados a la vinculación de la Escuela, estudiantes o graduados de diseño de modas por parte de estos entes.

1.2.2 Análisis Crítico:

Partiendo de experiencias de diseñadores graduados que han tenido alguna interacción de carácter laboral con la industria de la confección, se ha podido identificar un desfase entre lo que la industria requiere del rol del diseñador de modas y lo que este pretende aportar a la misma. El perfil académico con el cual se forman a los diseñadores hace énfasis en lo creativo, pero el campo laboral exige del diseñador trabajo multidisciplinario, e incluso especializaciones en estas áreas tales como patronaje, tecnología y maquinaria, procesos de producción, innovación de proyectos, branding & merchandising, etc. y debe estar en constante comunicación con otros sectores de una fábrica como ventas y marketing.

La realidad que afronta el diseñador de modas junior al acercarse e intentar introducirse en el entorno laboral puede resultarle algo abrumadora, ya que es difícil preparar al estudiante dentro de la academia para responder a cada demanda con la que pudiese encontrarse en el medio profesional, sin embargo es de competencia de los mismos actores del diseño (docentes y diseñadores que ejercen) plantearse ciertos cuestionamientos y tratar de resolver los problemas que se avistan, con los que se enfrenta la profesión, por el simple hecho del amor hacia la carrera.

Por otra parte, existe un pensamiento contradictorio sobre intereses y metas entre quienes hacen industria de confección y quienes hacen moda en Ecuador, y en este sentido varios especialistas en moda del país tal como es el caso de Carlos Stowhas, Director General de Designer Book, plantean que el pensamiento de los fabricantes, talleristas e industriales confeccionistas no es precisamente el más creyente del valor que pueden conseguir por medio del diseño de modas, por el contrario, muchos obtienen información de tendencias y diseños por medio de la copia de marcas referentes por lo que lo consideran como algo prescindible, que significa un gasto extra; quedando de esta forma la innovación exenta de las prioridades para los fabricantes. (El Comercio, 2017)

Cambiar la mentalidad de aquellos empresarios que han tenido éxito con sus fábricas sin la presencia del diseño como tal en ellas, resultaría casi imposible, pero hay que recordar que también existen talleres pequeños, que buscan competir en el mercado y que han encontrado una posibilidad de adelantar el paso en la adhesión del diseño en sus fábricas. Y este es el nicho que se deberá saber explotar, este grupo de dueños de talleres artesanos son los que están buscando al diseño y para los cuáles la academia necesita generar las capacidades suficientes en sus estudiantes, con el fin de que sean competentes, satisfagan las necesidades de estas pequeñas empresas y que puedan surgir juntos.

Sin duda el momento en el cual talleres pequeños repunten y se conviertan en competencia para aquellas empresas consolidadas, estas voltarán a ver al diseño de modas y al diseñador como una herramienta de valor agregado, y entonces se podrá pensar en la evolución de una industria confeccionista hacia una industria de moda.

La incorporación del diseño de modas dentro del proceso productivo de una empresa o fábrica confeccionista conseguirá mejorar el desempeño de la unidad productiva, independiente del tamaño de la empresa, incluso las más pequeñas deben de incorporar el diseño en su estructura ya que este siempre ofrecerá de innovación y cambio. Pero así mismo la integración de más proyectos donde se pregonen actividades de producción lo más cercanas a las reales permitirá que el diseñador emergente mejore sus conocimientos. Tal como Antoni Mañach menciona: “La Universidad tiene un papel

importante. Uniendo enseñanza de competencias y habilidades y educando en valores que se materialicen en decisiones proyectuales” (Mañach, 2013)

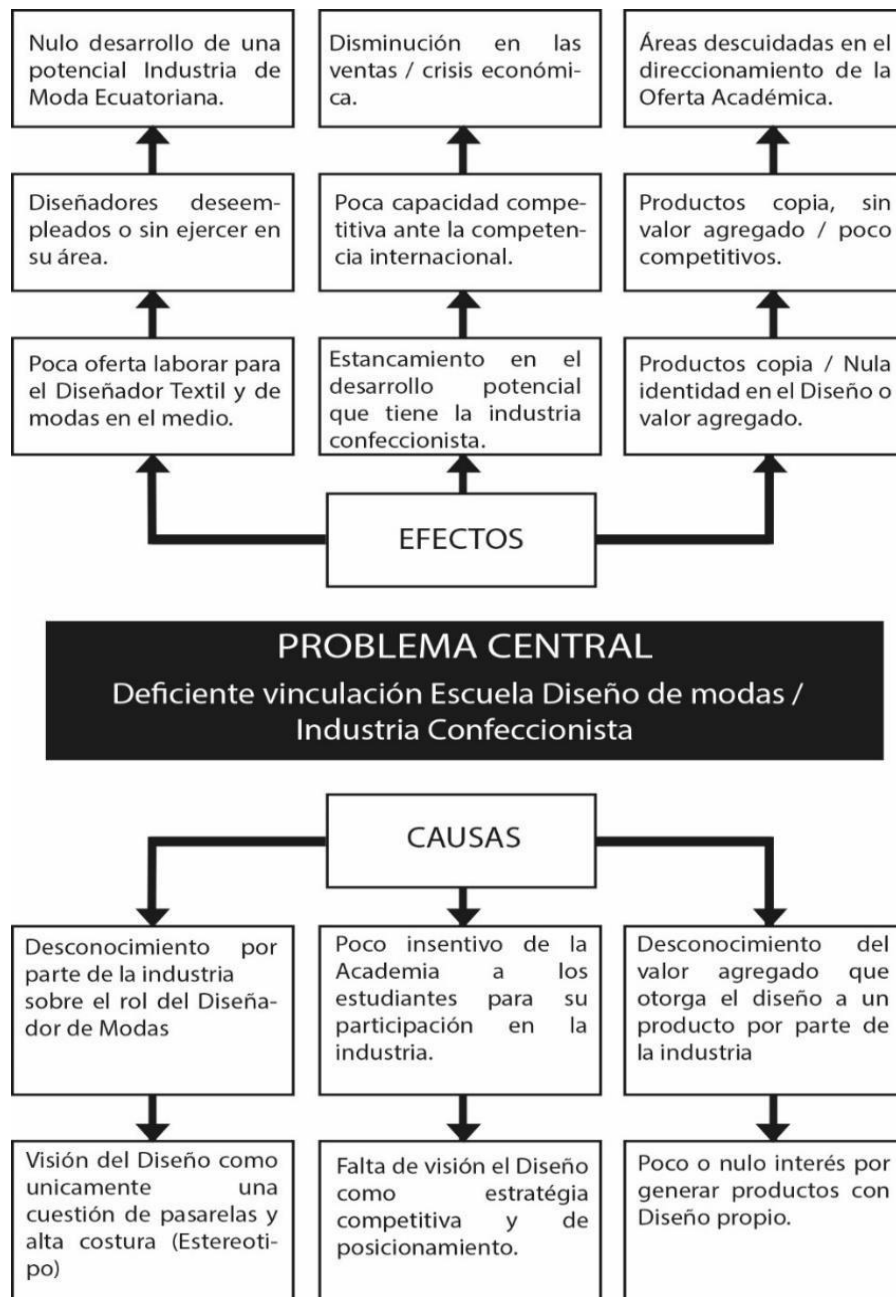


Figura N1: Análisis crítico de causa y efecto.

1.2.3 Prognosis

Una correcta vinculación entre la carrera de diseño de modas y la industria es de suma importancia, ya que debido a la crisis económica que ha venido atravesando en años anteriores el país, la industria confeccionista ha sufrido un retroceso y se ha visto pequeña ante todas las limitantes que se le han presentado. Por ello la contribución que puede dar el diseño es sustancial dentro de las fábricas, ya que con este aporte se podrían empezar a generar mejores productos, con valor agregado, pensados y desarrollados en función no solo de las necesidades del consumidor sino también en las tendencias y la moda, lo cual sin duda vende, llevando así a las empresas a ser más competitivas en el mercado actual, hecho que paulatinamente permitiría un repunte en el desarrollo de la matriz productiva confeccionista.

De no buscar opciones que permitan una integración entre la industria y la academia del diseño de modas, simplemente se estaría perdiendo un factor elemental en la cadena productiva de las empresas, estancando el crecimiento y expansión del sector textil y de indumentaria del país. Además de que se estaría desaprovechando la capacidad propositiva de los nuevos diseñadores de modas, retrocediendo en el avance de la carrera como tal y reduciendo las posibilidades de generar en algún momento una industria de Moda.

1.2.4 Formulación del problema

¿Mejorará la inserción de los diseñadores en la industria confeccionista de la Ciudad de Cuenca, así como la situación de la misma al potenciar la vinculación existente entre la Escuela del Diseño de Textiles y Modas y dicha industria?

1.2.5 Interrogantes

¿Qué falencias existen en los conocimientos de los graduados de diseño de Modas al momento de insertarse en el ámbito laboral?

¿Cuál es la posición de los profesionales en el Diseño de Modas ante los ojos de los productores y confeccionistas de la ciudad?

¿Cuáles son las necesidades de sector confeccionista en la Ciudad de Cuenca en cuanto a diseño se refiere?

¿Cómo se podría mejorar la relación entre academia e industria en pro del desarrollo de una industria de Moda?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

Este proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Cuenca, el estudio se realizará tomando como unidades de observación por un lado a la industria confeccionista la ciudad de Cuenca categorizada por su tamaño (Micro, pequeña, mediana y grande), con el fin de determinar su posición ante el diseño de modas a más de las necesidades de las mismas. Y por otro lado a los docentes miembros de la junta académica de la carrera para conocer su postura, así como a los graduados de las últimas tres promociones de la carrera de Diseño de Textil y Moda de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay correspondientes a los años 2015, 2016 y 2017, con la finalidad de conocer su situación laboral y en base a la información obtenida determinar la validez de los conocimientos adquiridos, así como de las falencias que puedan existir.

Mismo proyecto tendrá su aplicación de estudio entre en año 2017 y 2018, y tomará desempeñarlo 10 meses.

1.3 Justificación:

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 realizó encuestas nacionales de carácter industrial con el objetivo de delimitar la participación de los sectores industriales en la economía del país, consecutivamente en el año 2012 (último año en que se realizaron censos y encuestas) esta institución ejecutó una segunda fase de encuestas para mantener una comparabilidad eficaz de la información obtenida anteriormente.

Entonces fue a partir de aquellos datos obtenidos que en el mismo año el INEC emitió un boletín realizando un análisis sectorial donde se estableció que un total de 115.937 personas a nivel país trabajan para la industria manufacturera de la confección textil, de los cuales el 7,5% corresponden a la provincia del Azuay, lo que equivaldría a 8.695 personas, además en la misma provincia se encontraron registrados 3.536 establecimientos bajo esta actividad económica. (INEC, 2012)

Posterior a este estudio estadístico y de censos, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLADES) en el año 2012 emitió un folleto informativo del ranking de industrias manufactureras a potencializar, donde, el sector de textiles y confección del país ocupa el tercer puesto en las industrias priorizadas para el cambio de la matriz productiva del país, esto debido a su importancia para el desarrollo industrial que este sector tiene en el país. No obstante, desde el año 2014 los niveles de consumo descendieron, situación que en el 2015 se propagó a causa de la crisis económica que atraviesa el país, afectando la estabilidad del sector textil tanto nacional como local. (AITE, 2016)

Si hablamos de la industria textil y confeccionista de la ciudad de Cuenca, esta no ha quedado exenta de este panorama, dando como resultado la disminución de las ventas, el despido de personal, disminución en los niveles de producción e incluso el cierre de algunos talleres y fábricas.

Esta situación ha preocupado de sobremanera a los empresarios confeccionistas puesto que deben buscar la forma de subsistir a la crisis, buscar opciones y nuevas oportunidades, pero, ¿Acaso ven al diseño como un camino para afrontar dicha crisis? ¿Cuentan las fábricas con un departamento de diseño? ¿Ven los empresarios al diseño como un elemento indispensable o por lo menos importante en su cadena de producción? ¿Consideran que un departamento de diseño aporta un valor agregado a su producto? ¿Lo ven cómo una alternativa para sortear las dificultades que atraviesa la industria confeccionista?

Por otra parte, la demanda de la carrera de Diseño Textil y Moda que oferta la Universidad del Azuay en la ciudad de Cuenca se acrecienta cada vez más, sin embargo, hay que considerar del número de graduados que la carrera tiene año tras año, ¿Cuántos ejercen la carrera y de qué manera lo hacen?, es decir autónoma o dependiente, para así poder diagnosticar el estado real de la carrera y su relación con la industria.

Hasta el año 2016, según como lo registra el estudio realizado para la tesis: *“Escenarios Digitales para la Comunicación de Proyectos de Diseño de Indumentaria”* (Quezada, 2016) del total de 181 diseñadores graduados de la Facultad desde el inicio de la carrera de Textiles y Moda, el 27.62% de diseñadores de modas ejercen de manera independiente, mientras que el otro 72.48% de diseñadores, equivalente a 131 diseñadores, queda indefinido si se encuentran ejerciendo de manera dependiente o si no están ejerciendo.

Es aquí donde se evidencia la problemática que impulsa este trabajo, y es que a pesar de que el sector confeccionista ocupa el tercer lugar en el ranking de las industrias a potenciar, está retrocediendo; mientras que por su lado es muy reducido el número de Diseñadores de Moda que al graduarse ejercen. ¿Qué está fallando? ¿Por qué la industria confeccionista no ve al diseño de modas como una opción, más aún cuando atraviesa momentos de crisis?

Las suposiciones que se plantean: La industria no considera ni valora el rol del diseñador de modas, tal vez por falta de conocimiento de las competencias de esta profesión, o

porque su creencia los lleva a pensar que pueden reemplazar el diseño con la información que obtienen a través de la web; que los profesionales que año tras año genera la academia no están correctamente preparados para la realidad de la industria nacional y local. Entonces su aporte en las empresas es poco o nulo y quizá por ello las mismas han prescindido de sus servicios como diseñadores.

1.4 Objetivos:

1.4.1 Objetivo General:

Vincular de manera integral la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca con la carrera de Diseño de Textiles y Moda de la Universidad del Azuay.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Analizar la posición, así como las necesidades, de las fábricas confeccionistas de la ciudad de Cuenca con respecto al diseño de moda dentro de los procesos productivos.
- Determinar las falencias existentes en los graduados de diseño de moda al momento de insertarse en el ámbito laboral de manera dependiente.
- Elaborar un plan estratégico, aportando con lineamientos sugeridos y estrategias de innovación a la carrera de diseño en textiles y modas, para mejorar la incorporación de sus graduados a la industria confeccionista de la ciudad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación:

“Hoy en día la vinculación es percibida como un proceso donde las actividades académicas y el quehacer de la sociedad...se interrelacionan de manera permanente aportando conocimientos y enriqueciendo programas de formación...así como de desarrollo.” (Alcántar Enríquez, Arcos Vega, & Mungaray Lagarda, 2006)

Desde hace más de una década existen estudios acerca de la vinculación entre la academia y el sector productivo, donde se han analizado sus beneficios y limitaciones, su importancia, la necesidad de la implementación de la vinculación para los actores involucrados, e incluso se plantean canales de operación que facilitan su ejecución.

Para entender a profundidad el sentido de este trabajo es necesario empezar por definir la palabra vinculación, seguido de un breve recorrido por sus antecedentes históricos, para después revisar casos reales de implementación que se hayan llevado a cabo en países vecinos al Ecuador, donde las condiciones son bastante similares; seguido de un recorrido que permitirá avistar el estado actual de los proyectos de vinculación en el país y más específico en la ciudad de Cuenca, Universidad del Azuay.

De manera general, y según la Real Academia de la Lengua dicta la palabra *vincular* como el acto de perpetuar o continuar algo o ejercicio de ello, someter la suerte o el comportamiento de alguien o algo a los de otra persona o cosa.

Entonces, las relaciones que se establezcan entre la academia y los sectores que se involucren con ella son de suma importancia ya que de esta manera se genera un intercambio fluido de saberes, lo cual eventualmente deberá permitir una evolución de conocimientos, habilidades y tecnologías en las partes involucradas; a más del hecho de

que el contacto permanente permite mantenerse en constante movimiento y evolución hacia el cumplimiento de las necesidades que han de surgir en el camino.

Históricamente las estrategias de vinculación academia-sector productivo nacen de la educación de las universidades más antiguas y tradicionales en Europa que en un principio se centraron mucho más en investigaciones, en el arte y las ciencias humanas, no obstante debido a la preocupación por aplicar los resultados de los trabajos teóricos desembocaron en la necesidad de un trabajo aplicativo, lo cual llevó a desarrollar las primeras directrices para implantar estrategias de enseñanza-aprendizaje, consiguiendo así que la aplicabilidad de las investigaciones sea útil también para las empresas. Este cambio de directriz consiguió que las contribuciones de la academia hicieran superior la competitividad productiva y que su vez mejorara la economía, con lo cual poco a poco las pequeñas iniciativas con las que empezaron evolucionaron hasta ser exitosos proyectos de vinculación. A partir de entonces se ha ahondado mucho más en la planeación y operación para el desarrollo de planes estratégicos para la vinculación de la academia con los sectores productivos y sociales, en todos los ámbitos posibles, siguiendo lineamientos básicos como el involucro del estudiante en la práctica profesional, el desarrollo y sobre todo la transferencia de investigaciones, buscando a través de la interdisciplinaridad el uso de estrategias innovadoras que permitan un desarrollo equiparado.

“Las ventajas competitivas de las empresas derivan hoy del conocimiento científico convertido en tecnologías...El éxito de la empresa innovadora está basado en su vinculación con agentes externos, tales como proveedores, centros de investigación, institutos, consultores u otros.” (Muñoz, 2011)

Entonces, todo este concepto de trabajo cooperativo entre academia e industria ha permitido la evolución y mejora de los conocimientos adquiridos, puesto que el trabajo conjunto genera una retroalimentación, y es ahí donde radica la importancia del vincular lo académico con lo práctico, poniendo en conocimiento estrategias para una correcta vinculación, de otra forma no se podría conseguir el desarrollo que se supone pretende lograr un instituto educativo en pro de los profesionales que forma y el aporte a la sociedad que en este caso se traslada al desarrollo de la industria.

En consecuencia, la importancia y necesidad de los programas de vinculación sigue siendo tan o más requerido que en épocas anteriores. Para hacer hincapié en el fundamento del tema, es preciso identificar los motivos que implantan el interés de esta investigación y su necesidad vigente, y es que tal como lo indica Patricia Acuña, en la revista de Educación superior N87 de la ANUIES, tal interés en la relación entre academia-sector productivo radica en “la diferencia de roles que ambas entidades cumplen en los países industrializados, respecto a las que realizan en países de menor desarrollo” (Acuña, 2011), lo cual indicaría el porqué del poco desarrollo de ciertos sectores productivos en países subdesarrollados, tal como es el caso del Ecuador, donde la industria de país sigue luchando por establecerse de una manera firme.

Esta diferencia entre países desarrollados y subdesarrollados radica en su avance científico, tecnológico y por supuesto económico, ejemplo de ello son Estados Unidos, Francia, Italia, por mencionar algunos, que se han convertido en capitales de la moda a nivel mundial a consecuencia del desarrollo conseguido para esta industria, mientras que países otros países subdesarrollados tal como es el caso de Ecuador aún quedan relegados a ser simples copiadore de tendencias. Por ende, los países aislados se han convertido en simples piezas que complementan el rompecabezas de las hegemonías mundiales. A pesar de la desventaja competitiva ante el desigual crecimiento y desarrollo, esta tiene su lado positivo, ya que sin duda contribuye a incrementar la productividad de las industrias, por medio de la búsqueda de mejora de competencias, mano de obra mejor calificada, asimilación de conocimientos fundamentales que abran paso a la innovación; por ello la presencia de una correcta vinculación entre la Academia y el Sector Productivo supone promoverá el desarrollo de profesionales capacitados en las áreas necesarias para el impulso de las matrices productivas, “...con objeto de prepararse para responder a los desafíos de la sociedad moderna...para estar en condiciones de integrarse a la globalización económica mundial.” (Acuña, 2011)

En referencia a la industria confeccionista, la necesidad de potencializar la vinculación de esta con la academia, considera la formación de mejores y más aptos recursos humanos desde las aulas, mejorando así sus capacidades, conocimientos y especialidades, con el fin de generar mayor conocimiento científico, desarrollo tecnológico y productivo, así como creativo ya que esto permitirá sortear cualquier tipo de obstáculo que se le presente

a la industria en el camino de su crecimiento y aportará al afianzamiento de la tal industria como matriz productiva.

Por ello, se debe calificar como imperante el generar lazos de vinculación entre academia y los entes que la rodean e interactúan con ella, por lo cual concebir estrategias de acercamiento entre academia-industria-gobierno incrementarían de manera significativa las capacidades y competitividad de los mismos, valiéndose de la innovación en dichas estrategias. (Álvarez, Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California, 2006)

Por otra parte, ante la realidad del panorama actual en Sudamérica, el nivel de innovación y diseño presente en las industrias confeccionistas y los productores de moda es cada vez más alto, lo que las lleva a desarrollar fuertes competencias creativas reformadoras, para que así puedan competir mundialmente.

El diseño ya no puede ser concebido únicamente como ilusión, fantasía, arte, pasarela; el diseño es una disciplina que aporta de manera contundente al desarrollo de la industria confeccionista ya que tal como lo menciona la Ing. Patricia Marino en su libro *Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto* “esta disciplina es parte de un engranaje económico y de negocios de una importancia superlativa para los países. El éxito de esta actividad económica depende del talento y creatividad de sus actores” (Marino, *Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto*, 2014)

Es por ello que se pretende enlazar de mejor manera el operar de la escuela de diseño de textiles y moda con el de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, para aportar, enriquecer y fortalecer este sector productivo con toda la creatividad e ideas nuevas que provienen de las jóvenes mentes de los diseñadores que se forman bajo la tutela de dicha escuela.

Por su parte la Universidad del Azuay, con respecto a la función de la vinculación con la sociedad califica como prioritaria la necesidad de fortalecer las estructuras en los ámbitos de interrelación con los medios externos a la universidad, y lo hace a través del *Plan de Fortalecimiento de la Función Vinculación con la Colectividad* mismo que plantea estrategias y acciones que le permitan a la universidad responder cabalmente ante la Constitución de la República del Ecuador, a la Ley Orgánica de Educación superior (LOES, 2010), al Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) y al Reglamento Académico del Consejo de Educación Superior.

Entonces delimitado el análisis a reglamentos y proyectos generados por la Universidad del Azuay, dentro de la facultad de diseño y en específico de la carrera de diseño textil y modas, se exige que en cada ciclo académico los miembros de junta así como los docentes deben plantear, elaborar, dirigir y efectuar por lo menos dos proyectos de vinculación con la comunidad/sociedad, donde el objetivo general es aportar de manera positiva en las problemáticas de distintos sectores de la comunidad, con el claro objetivo de que la comunidad universitaria esté al servicio de la sociedad, y poder generar jóvenes más conscientes de la realidad. La obtención de los proyectos se concibe ya sea por contacto externo, es decir, el beneficiario busca ayuda en la facultad, o por otro lado la idea surge dentro de la academia sea por parte de los docentes o de los alumnos.

Para conocer más a fondo de que se han tratado o tratan estos proyectos de vinculación se realizó una serie de entrevistas a los docentes de la carrera de textil y modas, mismas que mostraron que el enfoque prioritario de vinculación de la facultad, así como de la universidad es el social/comunitario. En el ciclo que cursa actualmente (período 2017-2018) los dos proyectos que se están llevando a cabo son: Elaboración de material didáctico textil para La Casa de la Diabetes, y Mejoramiento del manejo de alpaca en la comunidad de Tushin-Biblian donde se brindan capacitaciones en tema de gestión y procesos de diseño a los campesinos alpaca y paja toquilla, para mejorar su calidad. Estos por mencionar algunos de los proyectos que se efectúan cada año desde la escuela de diseño, mismos que no solo son de tinte social y comunitario, sino que también son investigativos.

De igual manera en cada una de las distintas cátedras dictadas en cada nivel de la carrera, se llevan a cabo ejercicios académicos de vinculación entre la carrera y su entorno, ejemplo de ello son las pasantías o prácticas pre-profesionales que se realizan en 5to ciclo de estudio, nivel donde los alumnos cuentan ya con bases como para incorporarse temporalmente en una fábrica, el enfoque de estas prácticas es netamente profesional y se lo puede llevar a cabo en grandes, medianas y pequeñas industrias, así como en talleres artesanales. Dicho ejercicio académico tiene como base generar lazos de vinculación academia-industria y se lo efectúa año tras año indispensablemente.

Actualmente las pasantías deben cubrir un total de 128 horas trabajadas en procesos de diseño y tecnología, aunque cabe resaltar que las mismas no se las debe realizar obligatoriamente en una fábrica o taller, sino que pueden ser efectuadas en cualquiera de los proyectos de vinculación social/comunitaria que emprenda la carrera, de tal manera que incluso este enlace con la industria no es 100% obligatorio.

Otra vía por la cual se han tratado de abrir canales de vínculo desde la academia han sido los proyectos de tesis realizados en la facultad de diseño, cuyas investigaciones se han dirigido hacia la vinculación del diseño y la sociedad, el diseño y el alumno, pero no existe un precedente de algún estudio donde el objetivo haya sido vincular la Escuela en Diseño en Textil y Modas directamente con la industria.

En el año 2012 la diseñadora Ma. Del Carmen Trelles elaboro su tesis de maestría bajo el tema: “*Intervención del Diseño de Indumentaria en la Industria de la Confección en Ecuador*”, la investigación se centró en analizar las variables que influyen en torno al diseño de modas así como su participación en la industria textil y confeccionista del Ecuador, considerando dicho análisis como un importante aporte para la problemática planteada pues deja sentado un punto de discusión que se lo puede profundizar en pro del desarrollo del diseño de indumentaria.

Entre sus conclusiones se habla de que la industrialización en el Ecuador tuvo un desarrollo tardío, y la industria textil y confeccionista en específico en sus inicios fue de carácter familiar, por lo cual en la actualidad muchas de las fabricas tienen un cierto miedo

al cambio, al arriesgarse en la toma de decisiones, una de ellas, incorporar un departamento de diseño.

Así mismo al analizar la situación del diseño de modas en el país, concluyó que este poco a poco se ha ido sumergiendo en la industria nacional, y acoplándose a su ritmo trata de ser visto como una disciplina. Sin embargo, la autora señala que existen problemas de tipo académico en los profesionales, lo cual podría representar uno de los posibles factores que impiden el correcto flujo del diseño en el Ecuador.

Finalmente confirma su hipótesis inicial de que el conservadurismo de los empresarios textiles y confeccionistas, la estructura de sus fábricas y empresas, y la falta de materias primas dentro del país son las principales causas para el limitado desarrollo de esta industria en el Ecuador. “La aplicación de diseño desde una perspectiva proyectual y de eficacia en procesos, es y ha sido el bote salvavidas que algunas empresas ecuatorianas han encontrado.” (Trelles, 2012, pág. 109)

En los siguientes años, en la escuela de Diseño de la Universidad del Azuay se han trabajado algunos proyectos de investigación de tesis con enfoque a la vinculación entre la academia y distintos actores, todos ellos correspondientes a tesis de maestría, año 2016.

La diseñadora Silvia Zeas, en su investigación *Entretejidos de Moda: Relaciones a través de la metáfora de sistema de conexiones que buscan alternativas para el diseño de indumentaria* señala que desde la academia se debe de proyectar un diseño basado en necesidades sociales, productivas, artesanales, etc. puesto que en la actualidad, tal como lo señala la autora, no existe una vinculación adecuada con la industria, el mercado, la sociedad y esto se debe a la concepción que tienen a cerca del diseño todos aquellos que lo ven desde fuera, porque lo consideran como apenas un recurso de emulación, como un agregado poco significativo lo cual lleva a que el profesional como tal sea poco valorado y de hecho subutilizado. “El diseño no es solamente instrumental, sino que configura realidades sociales y por tanto tiene una responsabilidad ética.” (Zeas, 2016, pág. 22) Estos son los trabajos más específicos realizados en función de la situación del diseñador de modas frente a la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, y en ambos se ve corroborada la hipótesis inicial de este trabajo, misma que plantea que el diseño de modas

es subvalorado y mal concebido ante la perspectiva del empresario, y por ello es deficiente su presencia en las fábricas confeccionistas de la ciudad, ya que la relación entre ambas partes todavía es carente y necesita de mucho trabajo en pro de una vinculación de carácter integral.

Entonces, ¿Cómo saber por dónde se debe encaminar la academia? Si se da una mirada global, es fácil identificar que los valores académicos de diferentes institutos de moda a nivel mundial, han reexaminado sus corrientes y filosofías académicas con el fin de responder al constante cambio y evolución del medio, lo cual evidentemente incluye el desarrollo de la industria confeccionista cada vez más acelerada y demandante. Por ello han identificado la enseñanza idónea como el mejor método para el enriquecimiento del estudiante-futuro profesional, y lo han hecho a través del ampliar en sus contextos de innovación, buscando entender mejor los procesos aplicables del diseño mismo en la industria en conjugación con la moda para así repensar procesos de producción y de negocio, lo cual conducirá a un enriquecimiento bilateral. (Faerm, 2014)

2.2 Fundamentación filosófica:

2.2.1 Enfoque: Crítico-Propositivo:

El análisis desde la postura Crítica-Propositiva será la base fundamental en el desarrollo de este trabajo, ya que se busca indagar a cerca de los comportamientos de un determinado grupo dentro de la sociedad, en este caso la academia (graduados de la carrera de diseño de textiles y moda) y el sector productivo (empresarios de industrias confeccionistas).

Así mismo comprenderlos e incluso llegar a dar una explicación comprobada del porqué de los sucesos serán los lineamientos a seguir. Entonces, una vez que se conozca el problema, se lo comprenda y analice, la etapa de la crítica será primordial, ya que con la misma se obtendrán los instrumentos necesarios para la etapa propositiva.

La etapa propositiva se llevará a cabo en pro de la búsqueda de soluciones y estrategias adecuadas para el entorno en el que se desarrolla la problemática, a través del planteamiento de programas o planes que permitan conectar a los actores analizados en cuestión.

2.3 Fundamentación legal:

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado provee de reglas claras y transparentes a empresas, consumidores y principalmente a pequeños y medianos productores para que puedan competir en condiciones justas, asegurando que su desarrollo sea producto de su eficiencia y no de prácticas inadecuadas o desleales.

La formación de capital humano y una educación de excelencia también necesitaban de un marco jurídico adecuado. La expedición de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) que impulsa la transformación del sistema de educación superior es fundamental para la transformación productiva.

Se han identificado 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas para el proceso de cambio de la matriz productiva del Ecuador. Los sectores priorizados, así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar. De esta manera el Gobierno Nacional evita la dispersión y favorece la concentración de sus esfuerzos.

SECTOR	INDUSTRIA
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
SERVICIOS	8) Productos forestales de madera
	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Tabla N1: Industrias priorizadas

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2012). *Industrias priorizadas* [Imagen].

Recuperado de http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Con relación a industria de confecciones y calzado, esta forma parte de la matriz productiva del Ecuador, de la cual a continuación se detallan los ejes planteados para la transformación de la misma. (SENPLADES S. N., 2012, págs. 11-12)

MATRIZ PRODUCTIVA ECUADOR 2016

Los ejes para la transformación de la matriz productiva son:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.
2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, **confecciones** y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

Por otra parte, se tiene como parte fundamental del presente estudio investigativo, la academia como instituto de educación superior, por lo cual la revisión de las legislaciones existentes en torno de la misma es de gran importancia. Teniendo como fuente la Ley Orgánica de Educación Superior se ha recopilado la siguiente información por su oportuna mención. (Secretaría de Educación Superior, 2011)

En cumplimiento con la Disposición Transitoria Primera de la Constitución de la República del Ecuador, la Asamblea Nacional, expide la Ley Orgánica de Educación Superior, publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 298 del 12 de octubre del 2010,

Que la Ley Orgánica de Educación Superior, define los principios, garantiza el derecho universal a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

Título 1

DE LAS NORMAS RELATIVAS A LOS PRINCIPIOS RECTORES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CAPÍTULO II

DE LAS AUTORIDADES ACADÉMICAS

Art. 7.-De los servicios a la comunidad. - Los servicios a la comunidad de realizarán mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las propias características de la carrera y necesidades de la sociedad.

CAPÍTULO V

DE LA TIPOLOGÍA

Art. 17.-De programas y cursos de vinculación con la sociedad. - El reglamento de Régimen Académico normará lo relacionado con los programas y cursos de vinculación con la sociedad, así como los recursos de educación continua, tomando en cuenta las características de la institución de educación superior, sus carreras y programas y las necesidades del desarrollo nacional, regional y local.

La Constitución de la República publicada en el R.O. N.449 del 20 de octubre de 2008 en sus artículos 350 Y 352 establece:

“Art. 350.- El Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo”;

“Art. 352.- El Sistema de Educación Superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas; institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; y conservatorios superiores de música y artes, debidamente acreditados y evaluados. Estas instituciones, sean públicas o particulares, no tendrán fines de lucro”

Tomado de la página web oficial de la Universidad del Azuay, a continuación, se señala la sección del reglamento de la universidad donde consta la normativa para el manejo estratégico de la institución. (Universidad del Azuay, 2018, págs. 1-2)

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2018-2022

MISIÓN: Formar personas con pensamiento crítico, comprometidas éticamente con la sociedad, que aportan a la ciencia y al conocimiento para lograr el desarrollo integral de nuestro entorno.

VISIÓN: Ser una universidad orientada hacia la investigación, acreditada con estándares nacionales e internacionales; y, constituirse en un referente académico nacional.

PRINCIPIOS:

- Fundamentan todas las actividades de la Universidad del Azuay los siguientes principios: excelencia académica, trabajo por una sociedad justa guiada por los principios cristianos, pluralismo ideológico y ejercicio de la razón para su desenvolvimiento institucional.
- La búsqueda de la verdad se hará con absoluta libertad y sin prejuicios tanto en la docencia como en la investigación.
- Está abierta a todas las corrientes del pensamiento, que serán expuestas y estudiadas de manera rigurosamente científica, garantizando de esta manera el principio de autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento.
- La Universidad del Azuay no privilegiará ni perjudicará a nadie por su ideología. No ejercerá imposición religiosa de ningún tipo, respetando la libertad de pensamiento y de culto.

FINES Y OBJETIVOS:

- a) Producir propuestas y planteamientos para buscar la solución de los problemas del país.
- b) Propiciar el diálogo entre las culturas nacionales y de éstas con la cultura universal; la difusión y el fortalecimiento de sus valores en la sociedad ecuatoriana; la formación profesional, técnica y científica de sus estudiantes, profesores e investigadores, contribuyendo al logro de una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en colaboración con los organismos del Estado y la sociedad.
- c) Ofrecer carreras que respondan a los requerimientos del desarrollo humano sustentable, tanto de la región como del país, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo.
- d) Realizar investigaciones que contribuyan al desarrollo de la sociedad y a la generación de conocimiento, tecnología, cultura y artes;
- e) Propiciar acciones que proyecten a la sociedad su acervo cultural, científico y tecnológico. Respetar y defender la multiplicidad cultural del Ecuador y sus patrimonios histórico, natural y ecológico; y,
- f) Propender a la integración y cooperación internacional e interinstitucional.

V

FACULTAD DE DISEÑO-UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CAPITULO I: NATURALEZA

Art. 1.- Las prácticas o pasantías pre profesionales que deben cumplir los estudiantes de la Facultad de Diseño serán canalizadas a través de las siguientes actividades de carácter obligatorio:

- a) Pasantías: son prácticas con enfoque profesional y social, que podrán realizarse en pequeñas, medianas o grandes industrias, talleres artesanales, estudios, oficinas, instituciones o con personas naturales que relacionen su trabajo con su carrera. Se realizarán después de haber cursado quinto ciclo, según los prerrequisitos contemplados en cada una de las mallas curriculares de las carreras de la Facultad. Los estudiantes deberán aprobar 8 créditos correspondientes a estas actividades. (Universidad del Azuay, 2013, pág. 1)

2.4 Categorías fundamentales

2.4.1 Redes Conceptuales

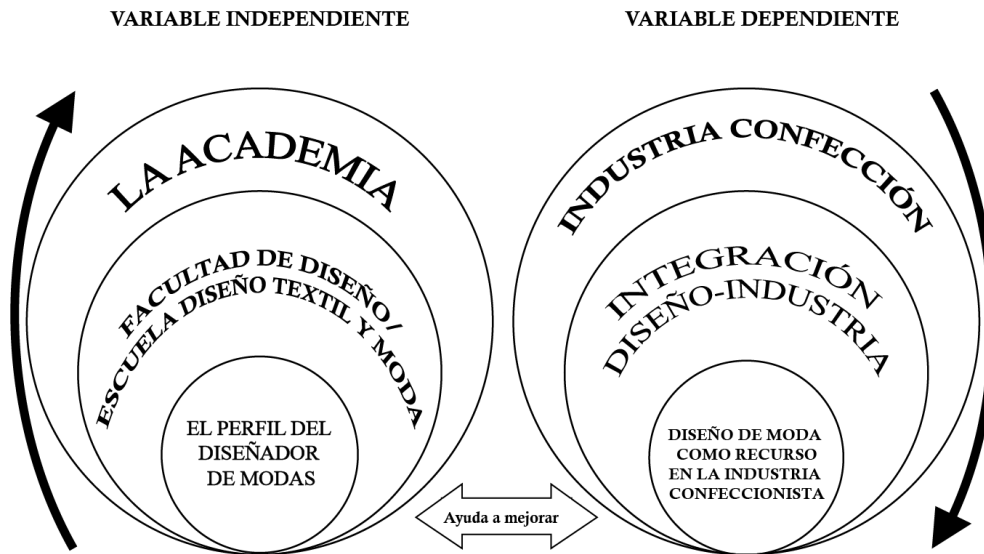


Figura N2: Categorías fundamentales

2.2.1 Constelación de ideas de la variable independiente

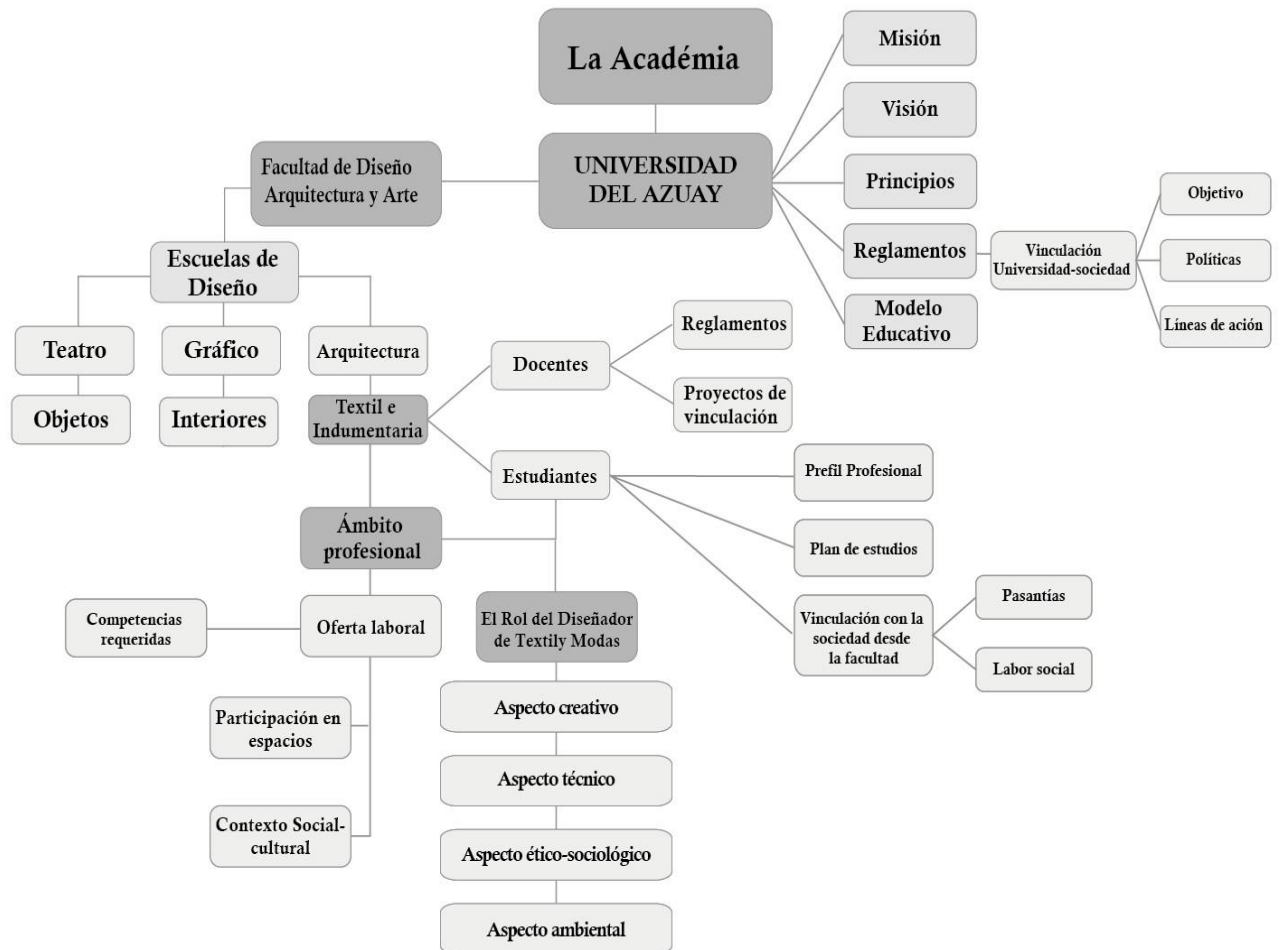


Figura N3: Constelación de ideas de la variable independiente.

2.4.2.1 La Academia:

Academia es aquella sociedad científica, literaria o artística que ha sido formada con autoridad pública, es un establecimiento docente ya sea público o privado cuyo objetivo radica en la formación de capacidades y profesionales competentes, prestos a construir una sociedad mejor. (RAE, 2018).

De igual manera se puede definir la Educación Superior o de Tercer Nivel como un proceso de enseñanza donde la búsqueda de la calidad y una formación de provecho para los estudiantes es permanente, teniendo en cuenta que dicha calidad mencionada refiere directamente a las capacidades que le son dotadas a los estudiantes en su proceso de crecimiento y aprendizaje continuo (Díaz Barriga & Mendoza Rojas, 2005), mismo que debe ser dirigido con excelencia e innovación, para de esta forma poder hacer frente a posibles problemáticas del medio y la sociedad; todo esto con un solo y claro objetivo, crear profesionales eficientes y adecuadamente preparados para generar desarrollo y crecimiento en la sociedad a la que saldrán a servir.

Sin embargo se debe tomar en cuenta que dicha sociedad en la cual surgirán los nuevos profesionales es cambiante y voluble a un sin número de modificaciones por factores externos, ajenos muchas de las veces a la realidad propia del medio; es por ello que la educación superior recibida en la Academia debe poder otorgar al futuro profesional las capacidades de adaptabilidad al medio, de creatividad y de referencialidad, de esta manera se conseguirá que generen respuestas rápidas, cautivadoras, efectivas formuladas en función del contexto que les rodea. (Guerrero Barrios & Faro Resendiz, 2012)

2.4.2.2 La Universidad del Azuay:

En la ciudad de Cuenca, hacia el año 1968 se instituyó en esa época la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, misma que posteriormente en el año 1990 cambiaría legalmente su nombre a como se lo conoce actualmente “Universidad del Azuay”. Esta universidad fue la primera en el Ecuador en obtener la acreditación otorgada por el

Consejo Nacional de evaluación y Acreditación (CONEA). (Azúay, Universidad del Azúay, 2012) Hoy en día su oferta académica, tal como consta en la página web oficial de la universidad, se deriva en seis facultades, veintiocho escuelas y sigue expandiendo sus horizontes hacia la formación con maestrías y especializaciones de posgrados, todo esto con la meta clara de responder ante las necesidades de la sociedad y en pro de su servicio.

Misión:

La Universidad del Azúay ha definido como su misión el formar personas con carácter crítico, de ética y sobretodo compromiso hacia la sociedad con el fin de conseguir un desarrollo integral.

Visión:

La investigación es uno de los horizontes principales de la Universidad del Azúay ya que le permite acreditar a la institución con estándares tanto nacionales como internacionales, así como el compromiso con la “comunidad universitaria”, con el impulso hacia el aprendizaje, la mejora continua, el desarrollo de la cultura en pro de la sociedad, de las condiciones adecuadas de trabajo, buscando siempre un ambiente sustentable, para así alcanzar altos niveles y formar profesionales con principios y ética inquebrantables prestos a servir.

Principios:

- Búsqueda de la verdad
- Pluralismo
- Compromiso social
- Conciencia ambiental
- Comunidad participativa
- Educación sin fines de lucro □ Calidad académica

Cada uno de los principios establecidos por la Universidad del Azúay dentro de su estructura, han sido el pilar para el trabajo que gestionan en pro de la educación y el

crecimiento de la sociedad, tratando de no dejar fuera ningún aspecto que concierna a la labor que emprenden año tras año, manteniendo siempre el compromiso de la mejora continua.

Reglamentos:

La Universidad del Azuay ha dividido su esquema de reglamentos en dos tipologías, Académica y Administrativa, con 24 y 21 reglamentos intrínsecos respectivamente, a más de instructivos, manuales y estatutos, en los cuales se ha normado cada uno de los aspectos que contribuyen y afectan en la logística y funcionamiento de la universidad, esto con el interés de esquematizar y por supuesto mantener bajo control y en orden todo aspecto influyente con la universidad y sus miembros, a favor de la estabilidad de los mismos. (Universidad del Azuay, 2016)

Vinculación con la Sociedad:

Cuidando siempre la importante labor de contribuir activamente con la sociedad, la Universidad del Azuay, tal como lo señala en su sitio web oficial, mantiene una intensa actividad de vinculación articulada desde las diversas aristas que le permiten cada una de las carreras y especializaciones que incluyen su oferta académica, ya que los proyectos generados se formulan a partir de problemáticas reales, evaluadas y analizadas en las cátedras, donde alumnos junto con docentes buscan tener un contacto más cercano con el entorno que los rodea, en cada una de las áreas específicas, para entonces diagnosticar, formular y emprender acciones que permitan aportar o incluso solucionar problemas presentes en la sociedad. La investigación promueve el crecimiento no solo científico sino también un crecimiento humanístico real, creando así profesionales íntegros comprometidos con el desarrollo.

La Vinculación con la Sociedad busca construir espacios de coparticipación y tender puentes con instituciones públicas, privadas, locales, nacionales y extranjeras; priorizando las acciones fijadas en los marcos legales que regulan a la Educación Superior del país y guardando coherencia con las políticas del Plan

Nacional de Desarrollo y la visión y misión de la Universidad del Azuay. (Universidad del Azuay, Vinculación con la sociedad, 2016)

Por ello la Universidad se ha tomado muy en serio el proyecto Vinculación con la Sociedad, a continuación, se exponen y evalúan sus objetivos, políticas, las líneas de acción y el plan estratégico emprendido por la institución en pro de dicho magno proyecto.

Objetivos:

El principal objetivo impuesto por la Universidad es potencializar la vinculación entre la institución con el entorno que la rodea, a través de un accionar permanente en pro de la sociedad, buscando estrechar lazos con la comunidad y orientando siempre su accionar hacia un mejoramiento continuo, dentro de estos lineamientos se plantea textualmente los siguientes objetivos específicos, tomados de la página web de la universidad, mismo que reza lo siguiente (Universidad del Azuay, Vinculación con la sociedad, 2016):

- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, mediante programas de capacitación y acompañamiento a comunidades rurales y sectores desprotegidos.
- Estimular actividades culturales en espacios públicos, afirmando la identidad nacional y promoviendo la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Interactuar con la sociedad a través de la difusión de los resultados que se alcancen en los procesos académicos, de investigación o de innovación tecnológica.
- Afianzar las alternativas de superación y actualización de los profesionales y de población en general, fortaleciendo un enfoque integral de vinculación educativa.
- Promover el desarrollo de actividades tendientes a lograr la formación integral de los estudiantes, mediante la ejecución de prácticas pre-profesionales y pasantías.
- Impulsar la ejecución de planes de vinculación con la sociedad, direccionados al desarrollo local.
- Potenciar el perfeccionamiento del talento humano con que cuenta la Universidad.

De igual manera la Institución ha planteado políticas y líneas de acción en las cuales se deberá inicialmente centralizar los esfuerzos, las mismas descritas a continuación (Universidad del Azuay, 2016):

- Articular las fortalezas académicas para atender de manera permanente y sostenida las necesidades del entorno social especialmente de los sectores más vulnerables con el fin de impulsar el desarrollo socio-económico de la región y el país.
- Integrar las funciones universitarias, docencia, investigación y vinculación a través de proyectos de Extensión Universitaria.
- Dar un mayor impulso la autogestión en el financiamiento de los diferentes programas y proyectos de Extensión Universitaria, complementaria a los fondos que se asignen del presupuesto de la Institución a la Función de Vinculación.
- Proyectar la función de vinculación a través de la difusión y socialización interna y externa de las principales acciones institucionales en el tema de vinculación a través de los medios internos y externos de medios de comunicación.
- La Unidad de Vinculación persigue la consolidación del desarrollo institucional a través de convenios de Cooperación Interinstitucional con organizaciones, instituciones.
- Fomentar de manera primordial la participación de profesores a través de asignación de horas y la participación de estudiantes en el marco de las estructuras académicas para la ejecución de proyectos de vinculación.
- Propender a que la participación de los estudiantes aporte a la profesionalización del mismo y al conocimiento sobre la realidad social y cultural de la región y del país.
- Perseguir la consecución del impacto en cada uno de los proyectos, el impacto de la actividad deberá ser mensurable cuantitativa y/o cualitativamente.

Líneas de acción: Para lograr un correcto acercamiento, diagnóstico, ejecución y evaluación de los proyectos, se han delimitado cuatro líneas de acción específicas, las mismas que abarcan los subprocesos de intervención, estas líneas son las siguientes (Universidad del Azuay, 2016):

- Asistencia Comunitaria: Teniendo como beneficiario los sectores más vulnerables de la sociedad, el propósito de esta línea de acción es establecer interacción directa con comunidades de atención prioritaria, acompañándose

de la colaboración de GADs, Juntas Parroquiales, Organizaciones no Gubernamentales, etc. Manteniendo siempre como objetivo el contribuir al mejoramiento de la calidad de vida.

- Educación Continua: Esta línea se refiere a todos los procesos de capacitación, apoyo, formación, adiestramiento, etc. En proyectos determinados que permitan el mejoramiento, actualización de conocimientos en pro del profesionalismo de los beneficiarios, otorgando alternativas de superación.
- Servicio de Apoyo a Estructuras Académicas: Se refiere al cumplimiento de las prácticas pre profesionales y/o pasantías que los alumnos deben cumplir en cierto nivel de la carrera cursada, donde se pretende conseguir el afianzamiento de las competencias adquiridas a más de reforzar el aprendizaje y la experiencia de los participantes.
- Difusión y Promoción Cultural: Preservar, promover y contribuir con la cultura regional y nacional es el enfoque central de esta línea de acción, buscando siempre la valorización del patrimonio tangible e intangible, reafirmando la identidad plurinacional e incitando su participación en espacios públicos.
- Servicios y Asesoramiento: Busca impulsar y promover todos aquellos programas que pretendan la vinculación con la sociedad, relacionados el desarrollo del conocimiento, tecnología, investigación, etc. existentes en la Institución por fuera del entorno académico, pero que se rijan a los imperios institucionales.

Modelo Educativo:

Al revisar la información principal de la Universidad del Azuay dentro de su sitio web oficial, consta el detalle del Modelo Educativo al cual toda área de la institución se rige, mismo que pretende la formación integral de sus alumnos, a más de fomentar una sociedad ética y responsable, comprometida con su entorno, buscando siempre la excelencia en el conocimiento y en la entrega desinteresada a la sociedad. Por ello en la descripción del Modelo Educativo que tutela a la institución se habla de compartir la alegría del aprendizaje, pero también del compromiso que cada individuo tiene para con

su entorno, amparando una sensibilidad que le permita adentrarse en las necesidades del medio e involucrarse con un interés real.

Se particulariza al modelo educativo como “humanista, tolerante, abierto, flexible y libre”, (Universidad del Azuay, 2018) resalta además el carácter pluralista en todos los aspectos y su respeto por el mismo, a fin de educar espíritus tolerantes, con un gran sentido social, un vigor humanista desinteresado, entregado a la causa, tal como lo describe en su misión, centrado en formar en la ciencia y en la entrega a la sociedad.

Por lo tanto, la universidad se halla en una constante búsqueda del aprendizaje permanente, pero sobre todo de un aprendizaje autónomo, donde el estudiante adquiera pensamiento crítico, ético, creativo e innovador, actuar en pro del bien de los demás. En función de este objetivo la oferta académica pretende que el alumno a más de formarse en su especialidad profesional, adquiera una formación integral y para ello adicional a los bloques de materias obligatorias pone a disposición bloques de materias optativas que contribuyen a la formación del carácter.

Tal como lo menciona Mario Jaramillo Paredes (2018) , ex rector de la institución, pensando en darle al educando todas las herramientas necesarias para enfrentar la realidad del mundo, la Universidad se empeña en proveer de una visión pluralista, y uno de los pasos para conseguirlo es dotar al estudiante de una segunda lengua que le permita la inclusión en el mundo, a más de mejorar los niveles de tolerancia y participación, abrir nuevas oportunidades y extender los horizontes, por ello la institución exige un alto nivel en el idioma inglés, para posicionarlo como segunda lengua, para lo cual ha juntado esfuerzos y ha incrementado el nivel la calidad de la enseñanza de este idioma.

Todo esto en pro de que los estudiantes se gradúen “oportunamente”, es decir no solo generar cierta cantidad de profesionales que salgan al medio, sino que estos profesionales tengan una formación completa, multidisciplinaria, reforzada en el aspecto emocional y espiritual para que el trabajo que realicen lo hagan con compromiso sincero, por ello en la distribución de las materias la Universidad ha trabajado en franjas horarias para la conformación de los horarios, lo cual le permite al alumno avanzar a la par con el

resto de los cursantes, lo cual otorga a cada uno las mismas oportunidades y espacios, y conseguir de esta forma que el avance del aprendizaje sea equitativo entre unos y otros.

Así mismo para conseguir un crecimiento consolidado y sustancial la universidad cuenta con un sistema de evaluación, el cual tal como consta en su reglamento, permite determinar un aseguramiento de la calidad y eficacia por medio de la auto evaluación, misma que permite la constante medición de los resultados que se van obteniendo en el transcurso de la enseñanza, lo que consiente identificar falencias o nuevas necesidades de manera oportuna para que el avance colectivo sea unificado y constante, y conseguir una mejora continua. (Universidad del Azuay, 2012)

La investigación es una parte fundamental para la Universidad del Azuay, es por ello que cuenta con Vicerrectorado de Investigación, lo cual le permite fortalecer la innovación, la exploración de nuevas tecnologías, el fortalecimiento de distintas áreas del saber, contribuyendo eficazmente al desarrollo social.

“La educación superior significa formar y dignificar al ser humano en lo superior y para lo superior” (Universidad del Azuay, 2018)

2.4.2.4. Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte:

De entre todas las facultades con las que cuenta la Universidad del Azuay se encuentra la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, misma que inicialmente formaba una sola facultad junto con la carrera de Ciencia y Tecnología, sin embargo para el año 1989 esta se separó y tomó su independencia, siendo así que en la actualidad tiene ya 30 años de vida institucional. Hasta el año 2001 la facultad ofertaba la carrera de diseño, pero de manera general, y no fue sino a partir del año mencionado que se abrieron las especializaciones, ofertando inicialmente cuatro ramas Diseño de Objetos, Diseño Gráfico, Diseño e Interiores y Diseño en textiles y Moda, posteriormente se incluyeron las carreras de Arte teatral y Arquitectura tal como consta en el recorrido histórico de la universidad disponible en la página web oficial de la misma, completando así la oferta académica de la facultad. (Universidad del Azuay, 2018)

La Escuela de Diseño en Textiles y Moda:

Esta carrera promete formar profesionales en el área del diseño en textiles e indumentaria de moda, para insertarse al medio laboral como asesor de proyectos de indumentaria, de imagen, de escacparatismo, jefe de producción, jefe de departamento de diseño, etc. Un profesional dotado de las capacidades y los conocimientos necesarios para encabezar la creación de colecciones, participación en pasarelas, proyectos de producción en cadena, etc. (Universidad del Azuay, 2017)

Los docentes:

Parte fundamental de la educación que la academia pueda brindar, son los docentes que ejercen su propósito de enseñanza, sus conocimientos, capacidades y espíritu solidario para efectuar un correcto proceso de transferencia del conocimiento.

Tal como lo dicta el Consejo de Educación Superior (CES) como ente regulador del régimen de la educación, la Universidad del Azuay y adyacente la Facultad de Diseño cumple con los siguientes reglamentos al momento de contratar a su personal docente (Consejo de Educación Superior, 2016, pág. 15):

Art.20.-Requisitos del personal académico titular agregado de las universidades y escuelas politécnicas. – Para el ingreso como miembro del personal académico titular agregado de las universidades y escuelas politécnicas públicas y particulares, además de los requisitos generales establecidos en este Reglamento, se deberá acreditar:

- Tener al menos título de maestría o su equivalente o gozar de prestigio académico, científico, cultural, artístico, profesional o empresarial, por haber prestado servicios relevantes a la humanidad, región o al país;
- En el caso de ejercer actividades dentro de un programa de doctorado, tener grado académico de Doctor (PhD. o su equivalente) en el campo de conocimiento vinculado a sus actividades de docencia e investigación, obtenido en una institución de investigación o educación superior de reconocido prestigio; debidamente inscrito por la SENECYT con la leyenda de “Título de Doctor o PhD valido para el ejercicio de la docencia, investigación y gestión en educación superior”, a excepción del personal académico que no reside en el Ecuador; y,

- Los demás que determine la institución de educación superior, que deberá observar las normas constitucionales y legales, así como garantizar los derechos establecidos en el artículo 6 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Dentro del Estatuto vigente para la Universidad del Azuay, capítulo II, los reglamentos concernientes a los docentes, requisitos e integración, y sus labores como educadores dictan lo citado a continuación (Universidad del Azuay, Estatuto de la Universidad del Azuay, 2016, págs. 29-32):

Capítulo II DEL PERSONAL ACADÉMICO

Sección I Integración y dedicación

Art. 53. Del Personal Académico. - El personal académico de la Universidad del Azuay está integrada por profesores, investigadores y profesores investigadores que son: titulares, invitados, ocasionales u honorarios. El tiempo de dedicación puede ser exclusiva o tiempo completo, es decir, con cuarenta horas semanales; semiexclusiva o medio tiempo, es decir, veinte horas semanales; a tiempo parcial, con menos de veinte horas semanales. El ejercicio de la cátedra puede combinarse con actividades de investigación y con actividades de dirección, si su horario lo permite, sin perjuicio de lo establecido en la normativa expedida por los órganos competentes.

Sección II Labores docentes

Art. 54. Asignación de labores. - Para la asignación horaria, los organismos encargados tomarán en cuenta, entre otras, las siguientes actividades:

- a) Impartición de clases presenciales, virtuales o en línea, de carácter teórico o práctico;
- b) Preparación y actualización de clases, seminarios o talleres;
- c) Diseño y elaboración de libros, material didáctico, guías docentes o syllabus;
- d) Orientación y acompañamiento a través de tutorías presenciales o virtuales, individuales o grupales;
- e) Preparación, elaboración, aplicación y calificación de exámenes y trabajos;
- f) Dirección y tutorías de trabajos para la obtención de títulos, con excepción de tesis doctorales o maestrías de investigación;
- g) Diseño e impartición de cursos de educación continua o de capacitación y actualización;
- h) Participación en actividades de proyectos sociales, artísticos, productivos y empresariales de vinculación con la sociedad articulados a la docencia e innovación educativa;

- i) Participación y organización de colectivos académicos de debate, capacitación o intercambio de experiencias de enseñanza;
- j) Participación como par académico en los procesos de evaluación académica; y,
- k) Uso pedagógico de la investigación y la sistematización como soporte o parte de la enseñanza.
- l) El personal académico que haya intervenido en una investigación tendrá derecho a participar, individual o colectivamente de los beneficios que obtenga la Universidad sobre la explotación o cesión de derechos sobre las invenciones.

Art. 56. Además de los derechos y obligaciones que para los profesores e investigadores determina la Ley Orgánica de Educación Superior, el personal académico de la Universidad del Azuay, tendrá los siguientes:

- a) Conducir su labor académica con sujeción a la visión y misión de la Universidad;
- b) Sujetar su labor docente a los planes, programas de estudio, horarios y demás requisitos que exija la Facultad;
- c) Evaluar a los estudiantes de acuerdo con las disposiciones vigentes;
- d) Cumplir, dentro de los plazos determinados, la autoevaluación personal y la evaluación institucional, de acuerdo con los instructivos que emitan los organismos competentes;
- e) Actualizarse en los contenidos de sus asignaturas y en sus métodos de trabajo docente;
- f) Dirigir tesis e integrar tribunales de grado;
- g) Dirigir y responsabilizarse de trabajos de investigación, de acuerdo con los requerimientos de cada Facultad y de la Universidad;
- h) Entregar en forma oportuna las calificaciones a la Secretaría de la Facultad, previa revisión con los estudiantes;
- i) Entregar dentro del plazo determinado por la Facultad los temarios para exámenes;
- j) Cumplir con los horarios de exámenes; cualquier modificación sólo podrá realizarse con autorización escrita del Decano de la Facultad.
- k) Asistir obligatoriamente a las reuniones de trabajo para la planificación académica;
- l) Integrar las delegaciones, comisiones y tribunales que se les encomendare;
- m) Asistir a las reuniones de los diferentes organismos y a los actos a los que fueren convocados;
- n) Dirigir, coordinar y responsabilizarse de las acciones y trabajos de relación con la comunidad;
- o) Cumplir las funciones que las autoridades de la Facultad o de la Universidad les encomendaren;
- p) Integrar y participar activamente en los organismos universitarios que contemplan las normas de la Universidad;
- q) Elegir y ser elegidos a las dignidades universitarias de acuerdo con el Estatuto y los reglamentos;
- r) Mantener en sus relaciones con los alumnos y con los profesores un trato de respeto acorde con la dignidad universitaria.
- s) Tener licencia para estudios de postgrado, concedida por el Consejo Universitario. Se determinará las condiciones económicas que lo efectivicen.

Proyectos de vinculación:

Los docentes, rigiéndose al principio inquebrantable de la transferencia de conocimientos y el arduo trabajo en pro del aprendizaje, mantienen ciertas obligaciones, descritas en los Estatutos de la Universidad del Azuay, de entre las cuales se refiere pertinentemente el siguiente artículo (Universidad del Azuay, 2017):

REGLAMENTO INTERNO DE CARRERA Y ESCALAFÓN DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

TÍTULO II DEL PERSONAL ACADÉMICO

Capítulo I

Tipos de personal académico, actividades, tiempo de dedicación, derechos y obligaciones

Artículo 8.- Derechos y obligaciones del personal académico: Sin perjuicio de aquellos reconocidos en la Ley Orgánica de Educación Superior, su Reglamento General de Aplicación y el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior, son derechos y obligaciones de los miembros del personal académico de la Universidad del Azuay, los siguientes:
o) Dirigir y participar en los proyectos de vinculación con la colectividad que desarrolle la Universidad, dentro de su dedicación horaria.

En efecto, los docentes de la facultad de diseño, y por ende los de la Escuela de Diseño Textil y Modas deben completar sus horas de trabajo con la realización de proyectos de investigación y vinculación. Estos proyectos una vez culminados son reportados al departamento de Calidad de la universidad para su registro. Desde el año 2015 se han realizado los siguientes proyectos de vinculación con la participación de los docentes de facultad:

PROYECTOS DE VINCULACIÓN 2015-2018	FECHA INICIO
Publicación y Difusión de los resultados de Proyectos de Titulación de las Escuelas de Diseño Gráfico, Diseño de Objetos, Diseño Textil y Modas y Diseño de Interiores, de la Facultad de Diseño.	2015
Comparsas del 6 de Enero 2015, "Oficios Tradicionales de Cuenca"	2015
Talleres de innovación en diseño enfocado al trabajo en metal, capacitación a artesanos en la Casa de Chaguarchimbana, barrio de las Herrerías	2015
Diseño Inclusivo para Personas con Discapacidad Profunda de la Fundación HOPE-Cuenca	2015
Talleres de innovación en diseño enfocado al trabajo en metal, capacitación a artesanos en la Casa de Chaguarchimbana, barrio de las Herrerías	2015
Desarrollo de Marca Sectorial, Marca Corporativa y diseño de etiquetas para productos lácteos de la empresa comunitaria de la Comunidad de las Nieves, Pucará, Azuay	2015
Proyecto de Capacitación y Asistencia Técnica a los Artesanos Asociados a la Junta Provincial de Defensa del Artesano del Azuay para el Período Julio 2015- Junio 2016	2015
Capacitación en Teatro a Personas Privadas de la Libertad en el CRS-Cuenca	2015
Fábrica de proyectos Expo Feria de los resultados de la Unidad de Titulación 2015 Facultad de Diseño	2016
Talleres de capacitación para artesanos alfareros en San Miguel de Porotos Pachpambay Jatumpamba	2016
Compañía de danza de la Universidad del Azuay 2016-2017	2016
Festival colegial de artes escénicas Cuenca es joven 2016	2016
Comparsas del 6 de Enero 2016, "El tranvía"	2016
Innovación a los tejidos de paja toquilla y alpaca en el cantón Biblian	2017
Servicios comunitarios Facultad de Diseño	2017
Proyectos de vivienda y equipamiento comunitario relacionados con el proyecto Mingalab 2.0	2017
Comparsas del 6 de Enero 2017, "Nunca dejes de soñar"	2017
Comparsas del 6 de Enero 2018, "Los cuatro jinetes de la desinformación"	2018

Tabla N2: Proyectos de Vinculación – Facultad de Diseño

Fuente: Departamento Calidad de la Universidad del Azuay (2018). *Proyectos de Vinculación – Facultad de Diseño* [Imagen].

De los estudiantes:

Conforme al estatuto de la Universidad del Azuay se define a los estudiantes tal como reza el artículo descrito a continuación

Art. 60. De los estudiantes. - Son estudiantes de la Universidad quienes previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en las leyes de la República y en este Estatuto, se encuentren legalmente matriculados en las carreras y los programas de tercero y cuarto nivel. Son estudiantes regulares aquellos estudiantes que se matriculen en por lo menos el sesenta por ciento de todas las materias o créditos que permite su malla curricular en cada nivel académico. (Universidad del Azuay, Estatuto de la Universidad del Azuay, 2016, pág. 33)

Entonces, toda aquella persona que haya terminado idóneamente sus estudios de bachillerato y que cumpla con los requisitos de matriculación, podrá iniciar sus estudios para convertirse en un diseñador en textiles y modas, teniendo en cuenta que el diseñador de modas es aquel profesional correctamente preparado que cuenta con capacidades para el diseño, conceptualización y confección de prendas de vestir y/o accesorios de moda, siendo capaz de hallar y satisfacer las necesidades presentes en los consumidores potenciales, proyectando de esta manera su creatividad, conocimiento y estilo a través del diseño y la innovación.

El perfil profesional:

El graduado en diseño de modas, tal como consta en la página web oficial de la carrera, será capaz de desarrollar e innovar en productos y accesorios de moda, de brindar asesoría en el tema, ya que conoce muy bien de estilo, tendencias, imagen, etc. Además, sus habilidades en ilustración, procesos de confección, mercado de moda, le permitirán desenvolverse adecuadamente en el medio, incluso si este desea emprender. (Escuela de Diseño textil y moda, s.f)

Plan de estudios:

La carrera tiene un tiempo de duración de ocho ciclos, el equivalente a cuatro años de estudio, con horarios de tiempo completo. El plan de estudios distribuido de igual manera en ocho etapas contempla las siguientes asignaturas:

NIVEL 1	NIVEL 2
Materia	Materia
+ MATEMÁTICAS	+ TÉCNICAS TEXTILES BÁSICAS
+ MORFOLOGÍA TEXTILES	+ TÉCNICAS DE MODELADO TEXTILES
+ REPRESENTACIÓN GRÁFICA TEXTILES	+ DIBUJO DE PATRONES
+ DISEÑO 1 TEXTILES	+ COMPUTACIÓN 2 TEXTILES
+ COMPUTACIÓN 1 TEXTILES	+ DIBUJO DE FIGURÍN 1
+ EXPRESIÓN GRÁFICA TEXTILES	+ DISEÑO 2 TEXTILES
	+ ANTROPOLOGÍA CULTURAL
NIVEL 3	NIVEL 4
Materia	Materia
+ PATRONAJE 1	+ PATRONAJE 2
+ COMPUTACIÓN 3 TEXTILES	+ COMPUTACIÓN 4 TEXTILES
+ FOTOGRAFÍA AUDIO Y VIDEO	+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 2 TEXTILES
+ DIBUJO DE FIGURÍN 2	+ DISEÑO 4 TEXTILES
+ DISEÑO 3 TEXTILES	+ HISTORIA DE LOS TEXTILES Y MODA 1
+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 1 TEXTILES	+ ERGONOMÍA TEXTILES
NIVEL 5	NIVEL 6
Materia	Materia
+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 3 TEXTILES	+ PROBLEMÁTICA DEL CONOCIMIENTO 2
+ PATRONAJE 3	+ PROBLEMÁTICA PROFESIONAL
+ PROBLEMÁTICA DEL CONOCIMIENTO 1	+ PATRONAJE 4
+ COMPUTACIÓN 5 TEXTILES	+ DISEÑO 6 TEXTILES
+ DISEÑO 5 TEXTILES	+ GESTIÓN 2
+ GESTIÓN 1	+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 4 TEXTILES
+ HISTORIA DE LOS TEXTILES Y MODA 2	
NIVEL 7	NIVEL 8
Materia	Materia
+ DISEÑO Y CONTEXTO 1	+ TALLER DE GRADUACIÓN TEXTILES
+ GESTIÓN 3 TEXTILES	+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 6
+ PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD	+ DISEÑO Y CONTEXTO 2
+ TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN 5	+ ESTÉTICA 1
+ DISEÑO DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN TEXTILES	+ GESTIÓN 4 TEXTILES
+ DISEÑO 7 TEXTILES	

Figura N4: Niveles asignaturas carrera Diseño Textil y Modas Universidad del Azuay

Fuente: Universidad del Azuay (s.f.). Niveles asignaturas carrera Diseño Textil y Modas Universidad del Azuay [Imagen]. Recuperado de <http://www.uazuay.edu.ec/carreras/disenio-textil-y-moda>

Vinculación con la sociedad:

Velando por uno de los principales intereses de la Universidad del Azuay, la Facultad de Diseño y por derivación la carrera de diseño en textiles y moda demanda a sus estudiantes realizar pasantías pre profesionales y de servicio comunitario como requisito indispensable para la obtención del título de grado, tal como consta en el instructivo de prácticas o pasantías pre profesionales de la facultad de diseño (Universidad del Azuay, 2013) ya que de esta forma se consigue involucrar al estudiante con el medio que lo rodea y vincularlo adecuadamente con la comunidad.

De las pasantías:

Rigiéndose al instructivo anteriormente mencionado, las pasantías de carácter pre profesional solicitan al alumno se vincule con la pequeña, mediana o gran industria, talleres artesanales, empresas o instituciones del medio, donde puedan poner en práctica los conocimientos obtenidos en la academia, para lo cual deberán haber cursado obligatoriamente el quinto nivel de educación y aprobar el tiempo equivalente a 8 créditos.

De la labor social:

Por otro lado, están las prácticas de servicio comunitario o labor social las cuales deberán de estar dirigidas al servicio de la comunidad como su nombre lo indica, orientadas al beneficio integro de la comunidad, se ejecutarán proyectos sociales y de desarrollo cultural. Estas prácticas podrán ser realizadas en cualquier momento de la carrera, pero antes de cursar el séptimo nivel de educación, y se deben cumplir cuatro créditos para aprobar.

Para la correcta distribución, planeación y evaluación de estas prácticas, se le designa a cada alumno un tutor quien se encargará de evaluar y constatar la calidad del trabajo realizado por el estudiante previo a la aprobación de las mismas. (Facultad de Diseño, 2013)

2.4.2.3 Ámbito profesional:

Considerando que la Facultad de Diseño tiene apenas 30 años de vida institucional, la carrera de diseño de modas es igual de reciente, una carrera nueva y fresca si se la compara con otras profesiones de mayor antigüedad y abolengo. El diseñador de textiles y moda, como se lo había mencionado antes, a lo largo de su formación adquiere una variedad de conocimientos, no solo en el ámbito creativo, sino que también en procesos de producción, venta y promoción de producto, marca, tendencias, etc. Lo cual le abre las puertas en el medio laboral para aplicar dichos conocimientos en una variedad de aristas y con múltiples enfoques.

En el medio un diseñador de modas puede dedicarse al diseño y gestión de colecciones, ilustración de moda, patronista, jefe de producción, vestuarista, asesor de imagen, asesor de escaparatismo, por mencionar algunas de las aplicaciones de los conocimientos. En este punto es válido recalcar que el diseñador es un profesional que tiene conocimientos multidisciplinarios, sobre tendencias, estilos, tecnologías, colorimetría, bases textiles, técnicas y procesos de confección, etc. pero que por sobre todo tiene altas capacidades de innovación, que siempre le permitirán idear nuevas oportunidades ya sea para aplicarlas en nuevos productos, diseños o en estrategias de producción y venta. El perfil profesional de un diseñador de modas no solo se limita a la indumentaria como tal, sino es un conjunto de ideas creativas que responden a necesidades provenientes de un contexto global, donde su labor será satisfacerlas sin descuidar ninguno de los aspectos que forman parte de las mismas. En definitiva, no se trata solamente de tener buen gusto, sino de saber conjugar con todos los conocimientos con los elementos y necesidades externas para generar un producto bien pensado. (Choi, 2004)

Oferta Laboral:

Dentro de la ciudad de Cuenca un diseñador de modas usualmente elige dos caminos para el ejercicio de su profesión, estos pueden ser de manera dependiente o independiente.

Tal como lo describe Laura Sammartino en su publicación “La función del diseñador de indumentaria dentro del proceso productivo de la empresa” (2004) Si el diseñador elige ejercer de manera independiente este de seguro iniciará un emprendimiento donde ofertará al público sus productos y esperará tener acogida por parte de los consumidores.

En este caso el diseñador podrá encargarse de todos los procesos de producción, desde la concepción de la idea hasta la venta y promoción final, o podrá ayudarse de otros profesionales para abastecerse en ciertos pasos de la producción. Toda la experiencia que vaya adquiriendo a lo largo del camino será por cuenta propia y seguramente aprenderá de sus propios errores. En este caso el ingreso económico que este obtenga de igual manera dependerá de su esfuerzo y su capacidad de oferta del producto creado, así como de los canales de venta de los que disponga. En el caso contrario, cuando el diseñador trabaja de manera dependiente se le serán asignadas determinadas tareas y obligaciones a cumplir dentro de la fábrica o taller donde este labore.

Competencias requeridas:

Para tener una idea clara de cuáles son las actividades que usualmente se le otorgan a un diseñador dentro de una fábrica se visitaron portales digitales en la red tales como “Job rápido”, “opción empleo”, “mitula empleo”, que ofertan vacantes para diseñadores de modas, donde se indica el perfil que requieren y en algunos casos cual sería el valor de la remuneración económica. A continuación, un listado de las competencias más solicitadas:

- Patronaje digital
- Patronaje manual
- Escalado de moldes
- Fichaje técnico
- Control de producción y materias primas
- Diseño de colecciones

Desde el Ministerio de Trabajo, conforme a lo estipulado en el anexo 1: estructuras ocupacionales - salarios mínimos sectoriales y tarifas, comisión sectorial no. 10

“productos textiles, cuero y calzado”, se estipula la siguiente información:

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:		1.- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES		
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO
TRABAJADOR DE MANTENIMIENTO DE PRODUCCIÓN EN TEXTILES, CUERO Y CALZADO	C2	Incluye: Mecánico, Electricista, Carpintero, Soldador, Tornero; OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES	1020000000002	387.35
DISEÑADOR, DIBUJANTE Y ELABORADOR DE MOLDES	C3	Incluye: Montacarguista	1004292603120	387.16
TRABAJADORES QUE MANEJAN MÁQUINAS SIN MANIPULACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS / SIN RIESGO DE	C3	Incluye: Montacarguista; OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES	1004292603122	387.16
BODEGUERO DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES	D1		1004292603126	386.97
TRABAJADOR DE TEXTILES, CUERO Y CALZADO	E2	Incluye: Ayudante de Bodega, Ayudante en General, Ayudante de Máquinas; OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES	1020000000001	386.40

Tabla N3: Salario mínimo sectorial actividad confección de prendas de vestir

Fuente: Ministerio de Trabajo Ecuador (2018)

Identificando como salario a recibir para un diseñador la cantidad de \$387,16. Así mismo entre aquellas ofertas revisadas en la web que mencionaban el monto de la remuneración económica que ofertan, el rango se mantiene de un salario básico unificado correspondiente a \$386,00 hasta los \$500,00, todos ellos siendo el pago para jornada completa de trabajo, es decir 8 horas diarias, 40 horas semanales.

Participación en espacios:

Como se dijo anteriormente, el diseño se va haciendo cada vez más presente en el medio local, poco a poco va tomando cierto protagonismo, y muestra de ello son los

diferentes espacios de gestión tanto pública como privada donde se han venido planificando eventos de muestra, promoción y venta de diseño.

Como muestra de ello se puede mencionar eventos realizados con el apoyo de entidades públicas, tal es el caso de la feria llamada “Cuenca Moda” organizada desde la Asociación de diseñadores de modas, efectuado con el aval del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) que en conjunto con la Cámara de la Pequeña Industria del Azuay CAPIA en el año 2013 organizaron la primera edición de esta feria, “El objetivo de este evento fue generar espacios pertinentes para la creatividad, innovación, diseño y exposición de los productos de la industria azuaya en textiles, cuero y calzado, joyería y paja toquilla.” (MIPRO M. d., 2013)

Posteriormente este proyecto se lo replicó en los siguientes dos años, es su segunda y tercera edición en los años 2014 y 2015 respectivamente, contando con el apoyo de las mismas entidades anteriormente mencionadas y manteniendo el objetivo de brindar apoyo a los sectores productivos de la industria textil de la ciudad, contando en estas dos últimas ediciones con eventos de pasarela donde se les dio apertura a los diseñadores de modas de la ciudad para que presentaran sus colecciones. “se recibirá en pasarela a las finalistas de Miss Ecuador, luciendo los productos de los diseñadores pertenecientes a la Asociación de Diseñadores de Textil y Moda.” (El Mercurio D., 2015)

En el año 2016 “Designer Book” tuvo lugar en la ciudad de Cuenca, donde se desplegó este evento como una plataforma para exponer en la pasarela el talento de diseñadores emergentes tanto nacionales como locales, mismos que previamente trabajaron sus colecciones en colaboración con artesanos, abasteciéndose de la mano de obra de la industria local. Este acontecimiento se consolidó en tres pasarelas evidenciando así el talento y la creatividad, a más del empoderamiento del diseño. El evento contó con el apoyo de la Prefectura del Azuay:

Han trabajado de manera conjunta con la Prefectura de Azuay en aras de construir un modelo comercial para los productores locales, apuntando a explotar sus aptitudes a través de capacitación e incorporación de nuevas tecnologías, con la finalidad de abrirles puertas a nuevos mercados. (Awake, 2016)

Circo Moda, tuvo su primera edición en el año 2014, propuesta por dos diseñadoras de la ciudad, Gabriela Sánchez y María del Carmen Arias, quienes buscaron crear un espacio apto para mostrar la creatividad e innovación de los diseñadores y sus emprendimientos. La feria gracias a su enfoque principal ha buscado difundir en cada una de sus ediciones el diseño, además tradicionalmente se desarrolla en espacios públicos patrimoniales de la ciudad de Cuenca con el objetivo de resaltar la arquitectura, para lo cual han contado con el aporte y apoyo del GAD de la ciudad.

En una entrevista concedida al Diario El Tiempo Gabriela Sánchez, diseñadora de modas mencionó “Nuestra visión era potenciar a la zona como un lugar turístico y seguro; a la vez de crear un espacio donde los diseñadores de moda, objetos, interiores y más puedan mostrar los que están haciendo”. Y cada vez el evento ha ido tomando fuerza y generando mayores espacios de integración para el diseño de modas, tal es el caso que en su sexta edición realizada en noviembre del 2017 se presentó a modo de inauguración una pasarela de moda que contó con la presencia de diseñadores cuencanos y con la participación de cuatro estudiantes de la carrera de diseño de modas de la universidad del Azuay quienes previamente concursaron en una convocatoria realizada en abril del mismo año. (El Tiempo, 2017)

Este evento no solo abre la puerta a aquellos diseñadores cuyos emprendimientos buscan una plataforma de presentación, sino que también permiten que los estudiantes de diseño de modas vayan integrándose paulatinamente al medio, a más de exponer ante el público la creatividad de estos profesionales en pro de crear una cultura de diseño, donde el consumidor aprecie y valore el producto que está adquiriendo en espacios como el descrito anteriormente.

Cuenca Design y Expo Mujer, dos ferias dedicadas a la exposición de emprendimientos, se desarrollaron a la par en el año 2017 con un mismo enfoque, potencializar los negocios emergentes y el diseño en la ciudad, de forma similar a eventos anteriormente mencionados, en estos espacios a más de promocionar la venta de los productos de diseño se efectuaron desfiles de modas con la participación de diseñadores del medio.

Sin duda todos estos eventos mencionados han abierto espacio dentro de la ciudad para la promoción del diseño y cultura que han representado una plataforma de presentación y canal de venta para muchos emprendedores en el área del diseño de modas.

2.4.2.4 Contexto Social-Cultural de Diseño de Modas:

Hablar de cómo está posicionado el diseño en la ciudad de Cuenca, de cómo lo ven, lo interpretan, cómo se relacionan con él en su cotidianidad los consumidores potenciales sería echar a la suerte ideas para tratar de unir cabos sueltos, ya que entrar en la mente de los mismos es ciertamente imposible, o requeriría de un exhaustivo estudio, sin embargo para tener una breve idea se puede hacer un recorrido por las reflexiones emitidas por diseñadores que previamente han realizado algún tipo de investigación relacionada.

En el año 2014 la diseñadora Bianca Mosquera realizó su trabajo de titulación denominado *La Moda en Cuenca: Conceptos y Producción de los Diseñadores Locales* donde realizó entrevistas a 33 diseñadores que al momento ejercían la profesión, indagando sobre cómo consideran la ciudad de Cuenca concibe el diseño de modas. (Mosquera, 2014)

Analizando los criterios recolectados en este trabajo de investigación se concluyó que, a partir del año 2005, año en que la primera promoción de diseñadores en textil y modas se graduó de la carrera, la moda empezó a tener una cierta notoriedad en la sociedad, pero desde ese punto a la fecha de evaluación, el camino recorrido por todos los diseñadores que han intentado posicionarse en el medio ha sido largo y ha representado un reto en muchos aspectos.

El verdadero problema ... es que la sociedad cuencana no tiene claro el concepto de la moda y lo que esta implica... piensa que es vestir bonito, pero se acomoda a un estilo y al ser una sociedad conservadora no recibe nuevas propuestas ni cambios. (Mosquera, 2014, pág. 61)

Ha esto se suma el hecho de la competencia comercial con la que han debido luchar los diseñadores con emprendimientos emergentes, sin duda una de las problemáticas principales es el criterio de “lo extranjero es de mejor calidad” pero esta es una concepción errada por parte de los consumidores de indumentaria de moda, ya que culturalmente esta idea se ha implantado en la mente de los mismos sin fundamento, el desvalorizar lo nacional y preferir lo importado, por el simple hecho de ser extranjero, es decir, no cuentan con un criterio de evaluación adecuado donde puedan discernir entre varios factores para evaluar el calidad o pertinencia de una prenda antes de adquirirla.

La moda en la ciudad de Cuenca trata de surgir, desea emerger y posicionarse, y como muestra de ello se podría considerar la creciente cotización que la carrera ha adquirido en los últimos años, sin embargo, los factores del medio económico y político, la competencia desleal y la copia serán siempre un obstáculo que los diseñadores que deseen ejercer y hacer diseño deberán de superar; la creatividad, estilo e innovación salen del corazón del diseñador.

El Rol del diseñador de modas:

En la práctica profesional del diseño de modas, un diseñador debe estar al frente de varios tipos de proyectos, desde la generación de colecciones, gestión de ventas, promoción y marketing, comercialización de productos, etc. Por mencionar algunas, es por ello que la formación del diseñador de modas debe ser integral, pues, en su ejercicio, para lograr un diseño coherente, necesitará valerse de conocimientos y lineamientos diversos, multidisciplinarios, que en su fusión se unifican en un diseño ideal. Entonces al hablar del diseñador de modas se habla de un profesional debidamente capacitado, a continuación, se describen algunos de los principales aspectos con los que debe contar el perfil profesional de un diseñador.

“El diseñador de modas tiene una de las labores más importantes de la industria; al desarrollar una colección se encarga de materializar las necesidades y expectativas del cliente, exponiendo su creatividad y conocimiento en función del logro.” (Rojas Navia, Industria de la Moda: Producción y materiales, 2014, pág. XII)

Aspecto creativo:

Un diseñador por naturaleza cuenta de manera innata con un espíritu curioso, inquieto, impulsado siempre a descubrir nuevos conocimientos, nuevas estéticas, nuevas oportunidades, busca siempre el descubrimiento, lo diferente, y a partir de esta actitud investigadora nace el deseo de crear, valiéndose de experiencias pasadas, de información adquirida, del entorno que influye en el contexto, de la intención propuesta en la creación, lo cual al ser resuelto apropiadamente termina en un diseño.

“La creatividad no es el medio para concretar un deseo, sino que puede entenderse como una insaciedad natural del humano que debe satisfacerse a través de algún deseo concreto.” (Bosi, 2003, pág. 40)

Este deseo, como Bosi lo ha mencionado, esta intrínseco en el perfil profesional del diseñador de modas, cuando se enfrenta a una nueva situación donde ha identificado ciertas necesidades en el mercado, en el consumidor, en su papel como gestor de la invención, y entonces busca inspirarse, colmarse de nuevos aires, de nuevas influencias externas para poder por medio de su imaginario empezar a concebir nuevas propuestas de diseño, nuevas estéticas, una idea novedosa donde se puede dejar un tinte del estilo original del diseñador mismo.

Para ello, validando el criterio de Elisa Tosi, catedrática de la universidad Di Bologna – Italia, el diseñador a lo largo de su formación se instruye, aprendiendo procesos a seguir con los cuales plasmar una idea en papel y llevarla a la realidad es más fácil. El proceso empieza por cargarse de información adecuada, indagando sobre las tendencias en colores, bases textiles, insumos, formas, siluetas, etc. Después viene la indagación sobre el consumidor potencial que se ha identificado, su estilo de vida, su comportamiento en la sociedad, sus necesidades, sus gustos, el diseñador deberá de empaparse de esta información con el fin de lograr acercarse lo suficiente al futuro cliente para así conseguir diseñar un producto que encaje en la vida del mismo. Seguido de estas etapas investigadoras, empieza la parte visual, el diseñador podrá entonces bocetar sus ideas y el producto empezará a tomar forma, para luego pasar a una fase más técnica, donde se realiza la mordería, confección, prototipo, hasta llegar al producto final. (Tosi Brandi, 2013)

En estas fases mencionadas, la creatividad sin duda es indispensable, puesto que, de caso contrario, se correría el riesgo de crear un producto copia, porque al momento en que el diseñador investiga sobre las tendencias del momento, este se alimenta de estéticas y formas que ya han sido creadas, pero dependerá de su iniciativa el poder gestionar un producto diferente a lo que ya se ha visto anteriormente.

Además es importante que a lo largo de este proceso en el que se empieza a generar un esbozo del nuevo producto que se piensa confeccionar, el diseñador ya vaya tomando en cuenta todos los elementos que influirán en el mismo, tales como que materiales se emplearan, sus costos, existencia y disponibilidad del proveedor, competencia del mercado, procesos, tiempos y costos de confección, canales de difusión y venta, puesto que estos factores influirán directamente sobre el éxito que la propuesta tenga en el mercado.

En resumen, el proceso creativo que un diseñador transita desde la idea, inspiración, hasta la concepción y venta de un diseño, deberá ser multifacético, habrá de tener en cuenta todos los aspectos que influyen en el mismo para así lograr el éxito, la parte de la invención propia de la creatividad no solo se verá plasmada en la parte estética del producto, sino también en su funcionalidad, precio, promoción, y en la capacidad de satisfacer las necesidades propias o inducidas del consumidor.

Aspecto técnico:

De la mano del aspecto creativo está el aspecto técnico, puesto que el uno complementa al otro, esto quiere decir que la tecnología y las técnicas que un diseñador conozca y tenga a la mano le servirá para valerse de las mismas en cada proceso creativo desde la concepción hasta la producción de una prenda o accesorio, en vista de que la tecnología se traduce en una herramienta de trabajo con la cual generar innovación está es una vía para la diferenciación entre los productos competencia de un mismo mercado.

El desarrollo y avance de la tecnología provienen de aquellas necesidades identificadas en la sociedad, de las dificultades y estancamientos que se han ido identificando como problemas recurrentes en las cadenas productivas, de una revisión de

la existencia actual de los materiales e insumos, su aplicabilidad y técnicas existentes al momento que se relacionan con las nuevas tendencias y los métodos de investigación para su aplicación.

Así pues, partiendo del criterio emitido por Remolins en su ensayo “El rol del diseñador entre el sistema de moda y el diseño de autor” (2014) la industria de la confección adquiere su valor cuando hay la influencia directa del diseño y de las tendencias porque en esta fase no solo se refiere a las estéticas que están de moda, sino a una cantidad incalculable de materia prima, como bases textiles, sus tejidos, fibras, calidades de hilatura, comportamiento de las telas, insumos, tipologías de estampación, de bordados, de costuras y acabados, etc. Que van cambiando conforme la tecnología avanza y se introducen nuevas técnicas, cada vez las propuestas son más novedosas. Por lo tanto, un diseñador de modas debe estar en constante contacto con la novedad del mercado, actualizando su conocimiento para desarrollar y perfeccionar su destreza, tanto como con los avances tecnológicos, así como los aspectos técnicos de la confección, para valerse de estas nuevas herramientas y ocuparlas en su proceso creativo logrando así concebir productos innovadores, de valor agregado, capaces de insertarse en el mercado y de ser consumidos. (Remolins, 2014)

La capacidad resolutive del diseñador de modas se enfoca en imaginar adecuados procesos de innovación y concepción de ideas para luego ser materializadas, tal como Remolins lo ha enfatizado en el ensayo anteriormente mencionado, por ello el diseñador de perfil integral deberá sopesar la funcionalidad que el producto creado está dispuesto a ofrecer, considerando la ocasión de uso, la aplicabilidad con la que cuenta, lo que se logra identificando plenamente las necesidades del consumidor y desarrollando métodos y soluciones para satisfacer las mismas, de igual forma se concibe la ergonomía de un producto, cómo se comportará sobre el cuerpo vestido, y en esa fase la resolución del diseño se complementa con los conocimientos en Patronaje con los que cuente el diseñador, ya que de eso dependerá si se logra o no una óptima resolución de la confección de la prenda o accesorio que se piensa comercializar, la comodidad del mismo, así como la parte de los tiempos de confección que se traducen en mayores o menores ganancias para el productor.

El diseño como paquete tecnológico para el desarrollo de un nuevo material, se inscribe en un proceso complejo que implica interdisciplinariedad para su factibilidad. El objeto de estos nuevos materiales como portador de utilidad social, devienen de una metodología de diseño proyectual como elemento que interpreta las necesidades de los nuevos usuarios, y se complementan con otros grupos heterogéneos de conocimientos para que el proceso innovativo recree estos materiales. (Baima, 2018, pág. 55)

Aspecto ético sociológico:

El perfil profesional le exige a un diseñador de modas encargarse de las funciones creativas, estéticas, organizativas, funcionales, de promoción, etc. De la cadena productiva y de venta de una prenda o accesorio de moda, sin embargo, en esta línea, el diseñador también tiene se hace cargo de la responsabilidad que implica generar cierta estética que difundirá un mensaje, el concepto de una colección se transmite en un lenguaje no hablado de una u otra ideología, estilo de vida, la cual se suele promocionar en campañas publicitarias, entonces el mensaje que se transmita al ser de influencia en el medio y para el consumidor concretamente, representa una carga de compromiso para el diseñador en su proceso de concepción de una idea.

La tarea de generar estéticas debe ser llevada a cabo con profesionalismo, y respondiendo a la ética, por lo cual el diseñador deberá de estar debidamente capacitado en este aspecto, puesto que tal tarea podría exceder la capacidad del mismo.

Como Sebastián Gil Miranda menciona en su artículo *Entre la ética y la estética* en la sociedad de consumo, una estética malversada puede cobrar un protagonismo y llegar al punto de que lo que se vende sea únicamente una mera imagen, donde el objetivo sea únicamente masificar dicha imagen, dejando a un lado por completo las diferentes singularidades del consumidor, del ser humano. En este sentido la industria de la moda se delimita con una delgada línea entre un modelo de venta prefabricado donde únicamente importan los volúmenes de venta y el generar estéticas que permitan al individuo conocerse y reconocerse desde su singularidad en medio de la sociedad. (Gil Miranda, 2007)

Cuando el único objetivo de un producto de moda en el mercado es generar consumo y más consumo, claramente el hilo conductor del diseño se ha visto deformado, a más del hecho de que se le coloca al consumidor en un papel predominante, al que se le atosiga con propaganda y venta de imágenes irreales, trastornando el lenguaje visual propio del ser humano. En este escenario el diseño se convertirá en cómplice e incluso promotor de una sociedad frágil y efímera donde el consumo masivo es constante e interminable por la necesidad generada de actualizarse y sentirse parte de la tendencia, de la nueva propaganda que las industrias de moda venden. Ciertamente la parte lucrativa mantienen económicamente a fábricas y talleres de confección de indumentaria de moda, sin embargo, la motivación de un productor de vestimenta, que ha optado por valerse del diseño como herramienta para generar valor agregado a su producto, es justamente eso, darle a la prenda un valor extra, una cualidad específica que la diferencia del resto de productos similares, cualidad con la cual el consumidor se sentirá conectado, y se apropiará de la misma y por supuesto consumirá el producto, pero esta circunstancia no es sinónimo de consumo rápido y poco pensado, porque entonces el sentido del valor agregado que se buscó generar por medio del proceso de diseño, se traducirá en una mera estrategia mercantil, y no en pro de la satisfacción de las necesidades propias del consumidor, y como Gil Miranda lo menciona “En la sociedad de consumo no tienen lugar las llamadas necesidades básicas o, más bien, todo cobra el rigor de una necesidad básica inabarcable.” (Gil Miranda, 2007, pág. 12) Efímera, nunca satisfecha, imperante y siempre cambiante.

Además, está la imagen corporal que se venden junto con la indumentaria, cuerpos esbeltos, delgados, prácticamente inalcanzables para el consumidor común, pero sin embargo tan codiciados porque aparentemente son más bonitos, más deseables, aparentemente mejor aceptados por la sociedad y que se colocan en una suerte de podio, donde la moda junto con la imagen corporal se vuelven necesidad generada que se introduce en la mente del consumidor y por las cuales el mismo está dispuesto a modificar conductas propias, sin darse cuenta que estas estéticas que se venden como moda, son solamente imágenes prefabricadas. Respondiendo al criterio “La evolución de la moda ... concernientes al cuerpo, a su apariencia y ornamentación se ha basado ... en la preocupación por la moda...el valor del vestuario ... dependen menos de su valor funcional, que de su carácter de signo” (Uribe Merino, 2007, pág. 74) se evidencia de

manera más profunda la severa responsabilidad ética que el diseñador de modas va a tener al momento de generar una propuesta estética, puesto que la misma tendrá la capacidad de trascender no solo en un ámbito meramente estético y de indumentaria, sino que trascenderá en el modo de vida y expectativas de los individuos portadores.

En este sentido, la ética y la responsabilidad que debe regir el comportamiento del diseñador y del productor de indumentaria de moda, recae en adoptar un compromiso humano que no caiga en las provocaciones de lo frívolo de la industria, sino que al tener claro los límites concebirá al consumidor primero como un ser humano, y se apoyará sobre ese concepto antes de verlo únicamente como el consumidor que se transfiere a ganancias económicas, y así se conseguirá canalizar la producción por una vía éticamente responsable con la sociedad.

Así mismo dentro del desempeño de sus labores, el diseñador deberá tener un código ético intrínseco, donde prime siempre el trabajo digno de todos sus colaboradores, el procurar condiciones justas para el ambiente en el que se desenvuelve el trabajo, así como el respeto por llevar una competencia justa. En este último aspecto vale recalcar que la ética del diseñador será indispensable cuando de copia se hable, ya que en el medio será siempre muy fácil apropiarse de estéticas ajenas, disfrazadas de inspiración, cuando hay algún producto en el mercado que ha sido creado por alguien más y que ha sido bien acogido por el público, entonces la copia será no sola fácil sino realmente tentadora, por ello, la una conducta adecuada y el respeto para con la competencia, deberá primar en el criterio de un diseñador de modas éticamente responsable ya que el mismo conoce todo el trabajo detrás de un producto exitoso, y el hurto que significaría el apropiarse indebidamente de un trabajo ya resuelto.

Los diferentes escenarios condicionan el ejercicio efectivo de la disciplina y terminan influyendo sobre diseñadores, sobre la generación de los productos diseñados, y sobre la sociedad que los contiene y de la cual forman parte. Diseñar significa establecer entre el pensar y el hacer una mutua referencia. Y la estética sin ética se aproxima al fraude. (Gaitto, 2018, pág. 22)

Aspecto ambiental:

El diseño emerge de la sociedad y del medio ambiente en el que esta se desarrolla, por ende, este puede incidir de forma positiva o negativa en la misma, por ello es aquí donde el aspecto ambiental toma su protagonismo, ya que de la función social que cumple el diseño deriva la generación de valor agregado, que en sí misma es una oportunidad. Así como está la responsabilidad ética para con la sociedad, en el rol que desempeña un diseñador de modas está también la responsabilidad para con el entorno, y el aplicar políticas verdes, amigables con el medio ambiente y la reutilización de recursos se convierten en un valor añadido pero que de no ser bien entendidas malversarán el propósito de las mismas.

Temas como el diseño sustentable, diseño sostenible, eco amigable, reutilización de residuos, etc. Son términos comunes, pero que ciertamente vale la pena diferenciarlos entre sí para entender mejor sus aplicaciones.

Habría que empezar por entender la diferencia entre la palabra sustentable y sostenible, que comúnmente terminan siendo mezcladas y entendidas como lo mismo, lo sustentable hace referencia a algo que se puede sostener por sí solo, donde se preservan y protegen los recursos pensando en generaciones presentes y futuras, pero sin tomar en cuenta otras necesidades, mientras que lo sostenible es aquello que puede sostenerse por sí solo pero que además comprende aspectos sociales, culturales, políticos, económicos, etc. en pro de las necesidades actuales y futuras existentes, de una manera balanceada, integrando todos los sistemas que subyacen entre sí. Para mejor entenderlo, lo sostenible abarca lo sustentable. (Salcedo, 2014)

Partiendo de este precepto de sostenibilidad, entonces se debe evaluar como diseñadores, el nivel del impacto que los productos desarrollados van a generar, comenzando por la las rutas de obtención de la materia prima para bases textiles e insumos que se vayan a emplear, los procesos de producción, fases de tratamientos y tinturados, manejo de residuos, corte y confección del productos, la cantidad de remanentes generados, de energía empleada, así como el destino post venta y post consumo que tal producto tendrá; dicho en otras palabras la conciencia ético ambiental de un diseñador de modas deberá de estar pendiente y siempre pensando en el impacto que generará cierto

producto antes de concebirlo ya que el objetivo no es solamente venderlo, como se ha dicho antes, por obtener rédito económico, sino que existen muchísimas estrategias que se pueden emplear al momento de concebir un diseño, para garantizar que el mismo sea amigable con el medio ambiente, responsable con el usuario y con la sociedad.

Para conseguir lo antes mencionado, un diseñador puede valerse del análisis del Ciclo de Vida del Producto ACV, que no es otra cosa que el análisis de cada una de las etapas productivas de la vida de un producto desde su nacimiento (obtención de materias primas) hasta su muerte (eliminación de los residuos del mismo una vez que ha terminado su vida útil) lo cual sigue el siguiente circuito:

- Producción de la fibra y tejido
- Diseño
- Procesos de manufactura
- Logística de distribución y venta
- Uso y re uso del producto
- Fin de vida

Entonces el ACV entra en juego en cada una de estas etapas mencionadas, donde gracias a su aplicación permitirá determinar los aspectos ecológicos que se apliquen, establecer una línea guía de cómo se manejará la producción, identificar con claridad los objetivos para la sostenibilidad, evaluar mejoras y errores para futuras producciones.

La industria confeccionista al ser una de las más demandantes en cuanto a volúmenes de producción, es también una de las más contaminantes, impactando en el uso de suelos, usanza y desecho de agua, emisiones de gases de efecto invernadero, generación de residuos sólidos, consumo de energía, el uso de productos químicos para el procesamiento de las materias primas, sin dejar atrás su trascendencia en aspectos sociales a tomar en cuenta como las condiciones de trabajo que provee para sus colaboradores.

Planteándose así la interrogante para el diseñador de cómo aportar en estos aspectos, teniendo en cuenta que quizá no siempre tendrá en sus manos el garantizar los procesos empleados en la obtención de la materia prima, en su hilatura y procesamiento,

si no será capaz de controlar el origen de las bases textiles e insumos que el mercado provee. Pues está claro, si el diseñador de moda tiene como meta disminuir en algún punto el impacto que la industria de la moda genera, pues este buscará e ideará tácticas aplicadas en los productos que pretenda comercializar, como por ejemplo aumentar las capacidades funcionales del mismo, multiplicar las ocasiones de uso, generar un producto de calidad que sea duradero y no desechable, generando lazos afectivos entre el consumidor y el producto para que este no lo deseché enseguida sino alargue su tiempo de uso e incluso de re uso, potencializando campañas de recolección de prendas usadas, en fin, un sinnúmero de vías y estrategias que un diseñador de pensamiento consiente y crítico puede idear para intervenir por lo menos en una de las fases del Ciclo de Vida del producto, donde su aporte pueda ser significativo.

Por ello en pro de la sostenibilidad de la industria se han generado nuevas corrientes tales como la Moda ética, que valora el medio ambiente, la salud de los consumidores y las condiciones de trabajo de los operarios, la Slow Fashion que se contrapone al concepto de una moda de consumo excesivo y rápido basándose en la generación de productos de calidad y duraderos, apelando a crear consumidores más consientes, Eco-moda que responde a la creación de prendas con procesos ecológicos, uso de materias primas orgánicas, biológicas y/o ecológicas, sustituyendo procesos químicos por otros más naturales; entre otras. (Salcedo, 2014)

Ciertamente la moda sostenible será aquella que logre conjugar en una sola todas las corrientes que han ido naciendo en pro de proteger el planeta y crear una conciencia más verde tanto en los fabricantes como en los consumidores, y aunque no todas las fases de la industria de la moda estén en manos de los diseñadores de moda, estos, por sus dotes creativos, su espíritu innovador y su conciencia plenamente ética, deberán de interferir en cada una de las etapas donde tengan acceso y plantear nuevas oportunidades para que los productos diseñados cumplan con un perfil sostenible que ciertamente abarca el aspecto ético-moral, sociológico, técnico, tecnológico y creativo.

“...el diseño sustentable es principalmente un problema ético más que técnico. Es la base del desarrollo de una sociedad y particularmente de su sustentabilidad, y por ello debe ser abordado desde esos principios.” (Zito, 2014, pág. 104)

2.4.3 Constelación de ideas de la variable dependiente:

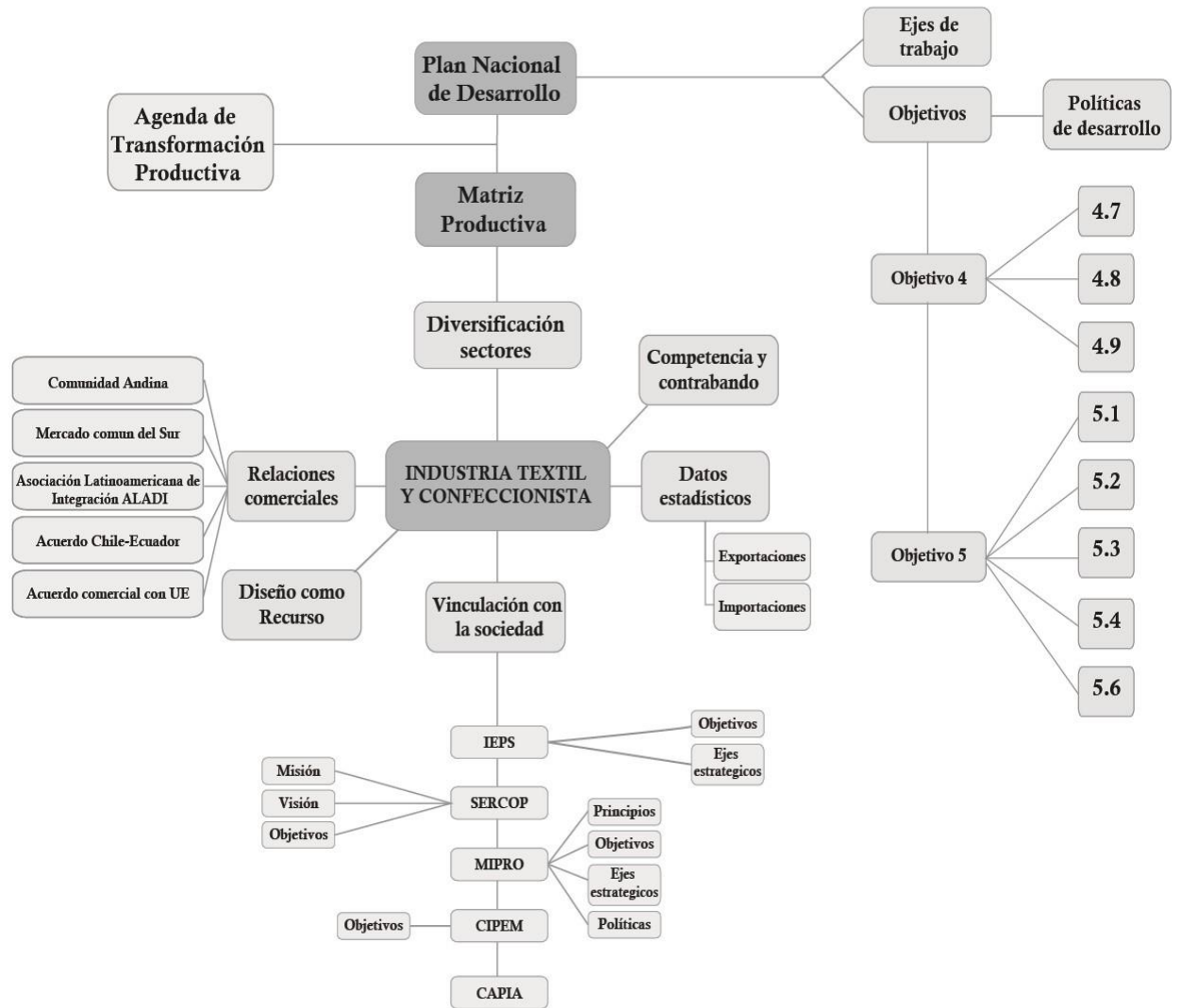


Figura N5: Constelación de ideas de la variable dependiente.

2.4.3.1 Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021):

El Plan de Desarrollo Nacional busca crear un entorno sano, igualitario, amigable con el medio ambiente, proyectándose desde una perspectiva donde el desarrollo del capital humano es la prioridad, buscando de esta forma generar espacios de interacción que resulten en la transferencia de conocimientos, desarrollo de tecnologías, se basa además en el ideal social de la distribución equitativa de las riquezas, la priorización de los recursos económicos para el avance y desarrollo de los sectores priorizados.

Con este plan de desarrollo nacional el gobierno del Ecuador programa sumar esfuerzos en una planificación correcta donde por medio de la canalización de los recursos con los que cuenta el país, se pueda invertir como prioridad en el capital humano para mejorar la calidad de vida del pueblo, motivados por conseguir la equidad y el desarrollo conjunto.

Planificar para “Toda una vida” implica una visión integral e integradora para que nadie, a lo largo de toda su vida, quede fuera o se quede atrás. En diez años, se logró recuperar la planificación para lograr mayor equidad y justicia social, ampliar las capacidades productivas y fortalecer el talento humano. La planificación es el medio a través del cual avanzaremos con pasos firmes hacia el desarrollo. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017, pág. 15)

Entonces el principio actor del Plan Nacional de Desarrollo propone una ruptura con cualquier visión en la que se llegase a materializar al ser humano y su rol dentro de la sociedad y/o del medio ambiente que lo rodea; muy por el contrario estos postulados propician una sociedad de plena libertad, estrecha relación con el bienestar medioambiental y por ende con el de la sociedad, lo que procurará como resultado individuos interdisciplinarios, consientes, innovadores, pero por sobre todo éticos y solidarios.

Así pues, el gobierno ha planteado a partir de dos líneas básicas, desarrollo territorial y sostenibilidad ambiental, tres ejes estratégicos (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, pág. 36):

- Eje 1: Derechos para durante toda la vida
- Eje 2: Economía al servicio de la sociedad
- Eje 3: Más sociedad, mejor estado

Objetivos Nacionales de Desarrollo:

De esta manera, partiendo de estos tres ejes y de los Planes de Desarrollo de los años 2007, 2009, 2013 han trazado los objetivos para el actual plan, respondiendo de igual forma a las necesidades, de las cuales su satisfacción y cumplimiento es compromiso del estado ecuatoriano, objetivos que plantean lo descrito a continuación (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, pág. 37):

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.

1. Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.
2. Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades.
3. Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.

4. Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización.
5. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria.
6. Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.

7. Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía.
8. Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.
9. Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

En concordancia con el cuerpo de estudio del presente trabajo, cabe señalar que el eje en el cual se enmarca la investigación es economía al servicio de la sociedad, puesto que dentro de este se contemplan los aspectos económicos y sociales, el impulso de la productividad, que en este caso encadena con la producción de indumentaria, y el desarrollo de capacidades productivas mismas que tienen total pertinencia con el enfoque de la investigación, ya que la misma pretende mejorar la formación y potenciar la capacitación de los actores de la industria de confección, en pro del crecimiento y desarrollo del sector de la confección.

Así pues, es pertinente mencionar que para el estado ecuatoriano es de gran importancia los aspectos socio económico y socio solidario, en vista de que valoran el hecho de que la economía debe de estar al servicio de la población, logrando a través de ella y su correcto ejercicio, exigir una mejora en la calidad tanto de los productos como de los procesos; claramente el Gobierno nacional se encuentra para llegar a un estado ideal de equilibrio económico, tal como se menciona en el Plan Nacional de Desarrollo:

La forma de consolidar la sostenibilidad de una economía es apoyar y fortalecer al sector productivo, al sector empresarial, la pequeña empresa y negocios, el emprendimiento, con políticas desde el Estado que faciliten su implementación y desarrollo, la capacitación y financiamiento (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional de Desarrollo, 2017, pág. 75)

Para conseguir consolidar la sostenibilidad mencionada, el estado ecuatoriano ha planteado diversas políticas propias y afines a cada objetivo y a cada eje, esto como directrices para el correcto actuar de todas aquellas instituciones y/o actores de la mejora por la cual trabaja el gobierno nacional.

Políticas de desarrollo:

A continuación, se describen aquellas directrices oportunas y enmarcadas con el presente trabajo investigativo (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, págs. 79-89):

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización

4.7 Incentivar la inversión privada nacional y extranjera de largo plazo, generadora de empleo y transferencia tecnológica, intensiva en componente nacional y con producción limpia; en sus diversos esquemas, incluyendo mecanismos de asociatividad y alianzas público-privadas, con una regulación previsible y simplificada.

4.8 Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional en la contratación pública, garantizando mayor participación de las MIPYMES y de los actores de la economía popular y solidaria.

4.9 Fortalecer el apoyo a los actores de la economía popular y solidaria mediante la reducción de trámites, acceso preferencial a financiamiento y a contratación pública, para su inclusión efectiva en la economía.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

5.3 Fomentar el desarrollo industrial nacional mejorando los encadenamientos productivos con participación de todos los actores de la economía.

5.4 Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades.

2.4.3.2 Agenda de Transformación Productiva:

El Ecuador por años se ha caracterizado por ser un país generador de materia prima para potencias mundiales, concentrando de esta forma su matriz productiva en una categoría exportadora, extractora de recursos, con poco desarrollo tecnológico e industrial, por ello el Gobierno desde el año 2012 ha emprendido una serie de acciones y se ha trazado una serie de estrategias que le permitan al estado potenciar otros sectores de la producción con miras a mejorar el marco económico competitivo del país, lo cual consecuentemente permitirá la mejora de la calidad de vida de todos los ecuatorianos. La Agenda de Transformación Productiva es entonces aquel manual donde se encuentran establecidos al detalle todos los aspectos influyentes en el proceso de un cambio y re

potencialización de la industria ecuatoriana, en ella constan estrategias de transformación productiva, desarrollo territorial, basados en indicadores, derivando finalmente en ejes transversales y sectoriales de donde se extraen los escenarios de trabajo. (Consejo Sectorial de la Producción, Agenda de Transformación Productiva, 2013)



Tabla N4: Ejes transversales y sectoriales. Agenda para la Transformación Sectorial (ATP).

Fuente: Consejo Sectorial de la Producción (2013)

Políticas de la Agenda de transformación Productiva:

Como se mencionó ya, por medio del establecimiento de las estrategias para la transformación productiva del Ecuador, la Agenda de Transformación Productiva pretende cambiar la heterogeneidad del sector productivo, homogenizarlo y brindar la misma cantidad y calidad de ofertas a todos sus actores económicos, para ello se han establecido dos políticas de trabajo, industrial y de innovación y tecnología, en función de su calidad de punto de partida. Así pues, se derivan los siguientes ámbitos de trabajo, mencionados por su relación con el presente estudio de investigación (Consejo Sectorial de la Producción, Agenda de Transformación Productiva, 2013, pág. 26):

- Sistema de aprendizaje para toda la vida, accesible y de calidad que le permita al país contar con una dotación de talento humano de calidad para enfrentar los desafíos de la transformación productiva.

- Una plataforma de generación, difusión y aplicación del conocimiento que se funda en esfuerzo permanente y robusto de investigación científica y tecnológica, coherente con los problemas productivos y sociales del país.
- Un sistema empresarial innovador, orientado a la creación de valor como estrategia de competencia en los mercados globales, con empresas que estén dispuestas a asumir el rol protagónico que les cabe en las actividades de investigación, desarrollo e innovación.
- Consolidar una institucionalidad para la innovación. Estamos trabajando en el fortalecimiento de toda la oferta, en particular la de los institutos públicos de investigación, y su articulación con la demanda para crear y difundir conocimiento para la transformación productiva. Así como en la interacción y sinergia entre los diferentes sistemas educativos: educación básica, secundaria, capacitación profesional y técnica y universitaria. Conectado estos sistemas en función de las necesidades del Plan nacional del Buen Vivir PNBV y de esta Agenda.

Entonces, basándose en todo lo anteriormente descrito la Agenda de Transformación Productiva (ATP) ha trazado ocho pilares desde los cuales pretende construir la transformación anhelada, dichos pilares son:

1. Cambio en la matriz productiva
2. Reducción de la heterogeneidad estructural
3. Democratización – ciudadanía de los recursos / Empleo de calidad
4. Talento humano
5. Sistema integral para la innovación y el emprendimiento
6. Competitividad y productividad sistémica
7. Crecimiento verde: sostenibilidad ambiental
8. Cambio cultural e imagen país. (Consejo Sectorial de la Producción, Agenda de Transformación Productiva, 2013, pág. 102)

2.4.3.3 La Matriz Productiva:

Comenzando por su definición, la misma Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) considera Matriz Productiva de un país al conjunto de procesos de productos, bienes y servicios a nivel industrial que este produce y provee, de los cuales se forja progreso, crecimiento y bienestar para la sociedad. El Ecuador por excelencia ha sido un país manufacturero generador de materia prima posterior a la explotación de los recursos naturales que posee, con un bajo nivel de tecnificación y por ende susceptible a las variaciones del mercado internacional y poca o nula capacidad de

competencia frente a los precios pre establecidos. Es por ello que en el año 2012 el gobierno de turno planteó el cambio de la matriz productiva del país como estrategia económica para conseguir un mejor desarrollo de la nación. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Transformación de la Matriz Productiva, 2012)

Este cambio ha requerido de un arduo proceso y planificación a largo plazo ya que se convierte en uno de los proyectos más ambiciosos que se ha puesto en marcha en pro de la nación, la idea radica en especializar y tecnificar de manera integral a todos aquellos sectores industriales que tengan proyecciones y potencial de crecimiento y que precisen de incentivos para su adecuada evolución, todo esto con el claro objetivo de mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

El modelo de matriz productiva que mantenía el Ecuador hasta al año 2012 se concentraba en un esquema primario-exportador, es decir generador de materia prima y exportador de la misma para que esta sea procesada en otros países y posterior a esto ser adquirida nuevamente, pero a elevados costos.

Entonces se planteó el cambio hacia un modelo mucho más dinámico “Transformar la matriz productiva para alcanzar el Ecuador del Buen Vivir” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012), lo que permitirá a las diferentes industrias de los sectores productivos del país tecnificarse y especializarse para convertirse en productores y no solo proveedores de material, planteando como resultados contar con nuevos esquemas para la generación y distribución de la riqueza, disminución de la fragilidad de la economía ecuatoriana, la inclusión y desarrollo en el mercado a aquellos actores que por usanza han sido excluidos; todo esto con el objetivo de crear un modelo de producción diversificado con mayor valor agregado, basado en el saber, en la diversidad, en los conocimientos y las capacidades de los ecuatorianos, y dejar de depender de la explotación de los recursos naturales. Mejorar las políticas públicas en pro de la creación de competencias, financiamiento productivo, planificación tecnológica y de estructura forman parte de la estrategia emprendida por el gobierno, en coherencia con el deseo de potencializar al Ecuador.

La diversificación de los sectores:

Como parte de las estrategias que el gobierno se ha planteado para mejorar la economía del país está la diversificación productiva, con el afán de impulsar a la industria, dar un valor agregado a la producción ecuatoriana, impulsar y desarrollar aquellos sectores emergentes, y lo ha venido haciendo a través de un arduo trabajo, delimitando políticas y mecanismos eficaces, profundizando en cada sector de la industria por los cuales ha apostado.

Entre los sectores identificados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, las industrias especificadas en el ranking de industrias a potencializar, en su mayoría son de índole manufacturera, ya que uno de los recursos más importantes con los que cuenta el país es la mano de obra, el capital humano.

Los sectores priorizados, así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar. (SENPLADES S. N., 2012, pág. 15)

Entonces se establecieron 5 industrias estratégicas y 14 sectores productivos en los cuales la acción del gobierno en conjunto con el Plan del Buen Vivir para el cambio de la matriz productiva, han venido centrando sus esfuerzos. En este ranking se identifica a la industria de Confecciones y Calzado ubicada en tercer puesto gracias a su potencial de desarrollo y expansión, así como su aporte a la economía nacional.

2.4.3.4 La Industria Textil y Confeccionista:

Dentro de las industrias manufactureras se encuentra la Industria Textil y de Confección, misma que es de suma importancia para la economía del país ya que de acuerdo con los datos otorgados por el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, es la segunda industria a nivel país en generar más plazas de empleo, confirmando 174.125

empleos equivalente al 21% a nivel nacional. Además, las ventas del sector en el año 2016 superaron el millón de dólares aportando considerablemente al PIB del Ecuador. (Líderes, 2017)

La industria confeccionista ha tomado protagonismo en los últimos años gracias al crecimiento potencial que ha demostrado tener, ya que es necesario resaltar que no solo se refiere a la confección como tal, sino que es la responsable de generar encadenamientos estratégicos con otros sectores de la producción, fomentando una participación integral y ciertamente dinámica en la economía y en el comercio del país.

Hablando ya desde una perspectiva mucho más enfocada en los procesos de la industria de confección, se puede mencionar que esta abarca una amplia gama de procedimientos, conocimientos, tecnologías, etc. todos ellos aplicados metódicamente para planificar, diseñar, patronar, cortar, confeccionar y finalmente comercializar una prenda de vestir.

Los inicios de la industria textil y confeccionista del Ecuador remontan a la época de la colonia, aunque previamente en la época incaica ya se tenían conocimientos sobre tejido e hilado, pero no fue sino hasta la época colonial cuando esta empezó a tecnificarse, para posteriormente llegar a industrializarse. En un inicio la industria se dedicó principalmente al hilado de lana y algodón, pero conforme han ido pasando los años el sector se ha ido diversificando en gran escala aumentando sus volúmenes y ramas de producción, lo cual le ha permitido la internacionalización a través de las importaciones y exportaciones. (Cuvi, 2011)

Datos estadísticos:

De acuerdo con el boletín emitido por la Asociación de Industriales Textiles el Ecuador AITE con fecha febrero del año 2018, a pesar de las expectativas de incremento en los ingresos de este sector a la economía nacional, el Ecuador ha disminuido el nivel de exportaciones en relación con los períodos anteriores, cayendo en un 15%, ya que de

los 101 millones de dólares que se esperaban recaudar se ha llegado apenas a 86 millones de dólares. (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2018)

EXPORTACIONES TEXTILES EN USD FOB			
PAIS DESTINO	A Nov. 2016	A Nov. 2017	
COLOMBIA	\$33.529.840,15	\$26.712.875,66	-20%
BRASIL	\$7.970.273,81	\$10.345.658,34	30%
FILIPINAS	\$9.942.931,05	\$9.055.662,02	-9%
REINO UNIDO	\$7.623.944,68	\$6.504.788,47	-15%
ESTADOS UNIDOS	\$4.848.286,01	\$4.991.014,16	3%
CHILE	\$8.164.809,55	\$4.980.144,80	-39%
ARGENTINA	\$461.367,70	\$4.306.631,33	822%
PERÚ	\$5.239.481,981	\$4.143.961,10	-21%
JAPÓN	\$3.696.588,80	\$3.473.632,00	-6%
MÉXICO	\$3.290.736,84	\$2.622.677,87	-20%
ESPAÑA	\$1.984.250,54	\$1.815.461,262	-9%
BOLIVIA	\$1.895.593,96	\$1.664.869,94	-12%
OTROS DESTINOS	\$1.895.593,96	\$6.021.720,44	-53%
TOTAL	\$12.761.908,34	\$86.639.097,39	-15%

Tabla N5: Exportaciones textiles en USD FOB

Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2018) *Exportaciones textiles en USD FOB*

[Imagen]. Recuperado de http://aite.com.ec/boletines/2018/AITE_InformeFeb_Completo.pdf

En cuanto a importaciones los datos referentes indican que la importación de tejidos, hilados y fibras han tenido un notable incremento, al igual que los productos de confección cuyo aumento ha sido de un 20% en referencia con el último período.

IMPORTACIONES TEXTILES EN USD FOB			
CATEGORIA	A Nov. 2016	A Nov. 2017	△
MATERIA PRIMA	\$38.942.185,49	\$51.355.859,28	19%
HILADO	\$34.144.874,66	\$46.755.396,55	33%
TEJIDO PLANO	\$92.097.732,20	\$143.736.558,86	50%
TEJIDO DE PUNTO	\$46.616.502,36	\$64.830.461,30	47%
PRENDA DE PUNTO	\$58.688.741,07	\$67.503.708,87	21%
PRENDA,EXC. DE PUNTO	\$78.877.313,07	\$92.730.534,80	23%
ROPA HOGAR	\$4.287.177,10	\$4.748.442,64	20%
ALFOMBRAS, TAPICES	\$2.535.961,12	\$3.390.975,89	42%
PROD. ESPECIAL	\$58.700.988,04	\$75.659.228,53	32%
PRENDERIA, TROPOS	\$7.376,50	\$2,968,44	-13%
OTROS USOS	\$24.457.252,74	\$26.728.796,65	4%
TOTAL	\$439.356.104,35	\$577.442.931,79	32%

Tabla N6: Importaciones textiles en Toneladas y USD FOB

Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2018) *Importaciones textiles en Toneladas y USD FOB* [Imagen]. Recuperado de http://aite.com.ec/boletines/2018/AITE_InformeFeb_Completo.pdf

En lo que refiere al Producto Interno Bruto PIB las actividades de hilado, tejeduría, confección de prendas de vestir, productos de cuero y calzado, igual tuvieron un decremento con relación a los índices alcanzados en años anteriores, tal como lo indica el siguiente cuando elaborado por la AITE para el informe de su último boletín:

PRODUCTO INTERNO BRUTO EN USD		
PAIS DESTINO	2016	2017
TRIMESTRE 1	USD 247.422	USD 235.507
TRIMESTRE 2	USD 241.330	USD 230.991
TRIMESTRE 3	USD 238.709	USD 230.433

Tabla N7: Producto Interno Bruto en USD

Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2018) *Producto Interno Bruto en USD* [Imagen]. Recuperado de http://aite.com.ec/boletines/2018/AITE_InformeFeb_Completo.pdf

2.4.3.5 Relaciones comerciales:

Actualmente el Ecuador mantiene varias relaciones comerciales a nivel internacional, de las cuales se pretende obtener beneficios beneméritos que fundamenten un apoyo sustancial para el despegue de muchos sectores industriales del país. Además, por medio de los acuerdos comerciales se pretende atraer y afianzar inversiones extranjeras que permitan abrir nuevos mercados hacia una economía más estable. A continuación, los acuerdos que mantiene el país y una breve descripción de los mismos:

Comunidad Andina de Naciones CAN:

Desde el año 1969 el Ecuador forma parte de la Comunidad Andina de Naciones, donde actualmente comparte espacio con Bolivia, Colombia y Perú, esta comunidad fue formada entre países hermanos que comparten similares condiciones tales como la ubicación geográfica, diversidad cultural, y por ello sus objetivos y metas a alcanzar son de igual manera comunes entre sí. Siendo parte de la Comunidad Andina de Naciones, el Ecuador así como los demás países miembro unen sus fuerzas, lo que les permite un mayor capacidad de negociación en ámbitos internacionales, fortalecer la seguridad de las regiones por medio de políticas anti contrabando y tráfico que se pueden poner en marcha de manera conjunta, así como la posibilidad abierta de potenciar el desarrollo del comercio andino a través de políticas que conformen una clara oportunidad para una inclusión integral entre economía y sociedad. Para ello la CAN se ha planteado los siguientes objetivos como línea guía para su correcto funcionamiento (Comunidad Andina de Naciones, s.f):

- Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.
- Acelerar el crecimiento y la generación de empleo laboral para los habitantes de los Países Miembros.
- Facilitar la participación de los Países Miembros en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
- Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional.

- Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los Países Miembros.
- Procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión.

Mercado Común del Sur MERCOSUR:

Este bloque internacional está formado por Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay como “estados asociados” están Chile, Colombia, Perú, Guyana, Surinam y Ecuador. Así mismo Bolivia se encuentra en procesos de adhesión mientras que Venezuela a pesar de ser país miembro se encuentra suspendido. La creación de un mercado común ha sido un proceso de integración donde se busca una eficaz vinculación entre las naciones participantes, lo que las beneficia en temas de aranceles, comercio libre, intercambio social y cultural, una complementación productiva enfocada hacia el crecimiento económico, es decir generar una serie de oportunidades y ventajas que permiten inversiones, que le otorga una presencia competitiva a nivel internacional. Los objetivos que se ha planteado esta comunidad internacional son los siguientes (MERCOSUR, s.f):

- La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente;
- El establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados y la coordinación de posiciones en foros económicos-comerciales regionales e internacionales;
- La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes: de comercio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetaria, cambiaria y de capitales, de servicios, aduanera, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Partes;
- El compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

Asociación Latinoamericana de Integración ALADI:

Conformada por trece miembros, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, y Venezuela, ALADI fue suscrita en 1980, siendo este el mayor grupo de países latinoamericanos concentrados por la creación de preferencias de carácter económico, político, cultural, en pro del desarrollo de los países miembros, en coherencia con su pluralidad y diversidad, todo esto con el objetivo final de generar un mercado común para Latinoamérica. Se establecieron tres mecanismos principales para su favorable creación, una preferencia arancelaria para la región de los miembros, acuerdos de alcance regional para todos los miembros y de carácter parcial para dos o más de los países participantes.

El Ecuador al ser considerado uno de los países con un desarrollo económico menor en comparación con algunos de los miembros de ALADI, goza de un sistema preferencial en cuanto a programas especiales de cooperación tales como financiamiento, ruedas de negocios, apoyo tecnológico y así mismo de ciertas medidas compensatorias que le permiten una participación plena dentro de la asociación, todo en favor de que este bloque encamine a sus miembros a una integración propicia. La finalidad de cada uno de los acuerdos suscritos por la asociación es derivar en las siguientes metas:

- desgravación arancelaria
- promoción del comercio
- complementación económica
- comercio agropecuario
- cooperación financiera, tributaria, aduanera, sanitaria
- preservación del medio ambiente
- cooperación científica y tecnológica
- promoción del turismo
- normas técnicas (SENAE, s.f)

Acuerdo Chile-Ecuador ACE 65:

Este acuerdo convenido entre Ecuador y Chile dado en un ambiente de libre voluntad y cooperación mutua propuso convenios bilaterales de carácter político,

comercial aplicables en materia arancelaria, políticas económicas, donde gracias a la claridad de las reglas establecidas, las ventajas para el desarrollo de productos y servicios mejorarán el flujo de venta y de inversiones. Este acuerdo es de relevancia para la economía del Ecuador ya que formula un ambiente de oportuna cooperación en las áreas industrial, comercial y de servicios, manteniendo claro los derechos y obligaciones de las partes, para así conseguir una convergencia adecuada para que los esfuerzos puestos en marcha rindan sus frutos. Se fijaron los siguientes objetivos (Acuerdo Chile - Ecuador, 2010):

- Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre las Partes, y estimular la expansión y la diversificación del comercio entre ellas
- Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre las Partes
- Promover condiciones de competencia leal en el comercio entre las partes
 - Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del presente Acuerdo, para su administración conjunta, y para prevenir y resolver controversias
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios del presente Acuerdo.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes, propiciando un intensivo aprovechamiento de sus mercados, y fortaleciendo su capacidad competitiva en los intercambios mundiales.

Acuerdo comercial con la Unión Europea:

Este es el acuerdo más reciente que ha establecido el Ecuador, y tiene la característica de ser un evento que marca la historia en las relaciones comerciales que el país ha instituido, ya que a más de generar políticas y acuerdos para el incremento de los flujos comerciales, la inversión, el fortalecimiento de las industrias y aumento de empleo, transferencia de conocimiento y tecnología, coloca a ambas partes en una posición equitativa, es decir igual cantidad de oportunidades de ganancia, lo cual ha creado un ambiente amistoso. La cooperación es equitativa cuando ambas partes tienen igual capacidad de beneficiarse, por ello el compromiso se vuelve más dinámico

La Unión Europea significa para el Ecuador uno de los socios más importantes, y cabe destacar que en las exportaciones no petroleras, es así que con la serie de acuerdos definidos se abren las puertas al mercado para los productos provenientes de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas del país que intentan salir a flote con sus emprendimientos, y ahora tendrán mayores beneficios como respaldo para el desarrollo de la industria no petrolera ecuatoriana, ya que dentro de los acuerdos firmados, se mantienen todas aquellas políticas y planes emprendidos por el gobierno para el apoyo y la correcta inserción de los sectores vulnerables y en priorización previamente concebidos por el Ecuador.

“El acuerdo asegura la liberalización inmediata del 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos.” (Ecuador, 2016)

Cada una de las relaciones comerciales que el Ecuador mantiene con las diferentes naciones anteriormente mencionadas, supone ventajas y oportunidades para el desarrollo y crecimiento de la economía del país, lo que se traslada en oportunidades para las industrias priorizadas del país, entre ellas la industria confeccionista como se lo había mencionado anteriormente.

2.4.3.6 Vinculación con la sociedad:

Así como el país se ha preocupado de generar enlaces externos para el crecimiento y desarrollo de la economía e industrias del país, lo ha hecho de igual manera de forma interna, creando instituciones de carácter nacional y local, las cuales dentro de sus normativas y estatutos de instauración mantienen un constante compromiso con el desarrollo de la sociedad, la vinculación de los sectores productivos, la generación de empleo, el desarrollo de la economía nacional, el crecimiento de los emprendimientos, el desarrollo de tecnología, transferencia de conocimientos, por mencionar algunas. En concordancia con el ranking de industrias y sectores a priorizar del Plan del Buen Vivir, como ya se lo había mencionado, el sector de las confecciones y calzado ocupa el tercer puesto en dicho ranking, a continuación, se habla de aquellas instituciones que dedican su

labor al apoyo y acompañamiento del desarrollo del mismo, mencionando algunas de aquellas que ejercen a nivel tanto nacional, así como regional y local.

De nivel nacional:

Pro Ecuador:

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO Ecuador forma parte del Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones y tiene como actividad principal el promover y ejecutar políticas que permitan promocionar tanto la inversión como la exportación de productos propios del mercado ecuatoriano, con el objetivo de mejorar e incrementar la introducción y posicionamiento de dichos productos en el mercado exterior, fortaleciendo de esta manera el comercio internacional. Para ello Pro Ecuador desde sus oficinas indaga y gestiona las necesidades presentes en el medio comercial del país, a través de una constante comunicación con los productores y comerciantes, de donde se obtienen los lineamientos para continuar con el trabajo de abrir oportunidades en el mercado internacional.

Para lograr establecer estos nexos de comercialización, la institución trabaja desde diferentes frentes (Pro Ecuador, s.f.):

- Servicio y asesoría al exportador: Asesora el emprendedor, generan capacitaciones para mejorar la formación de los mismos, establecen proyectos que fomentan la comercialización justa.
- Inteligencia comercial: Realizan estudios de mercado para identificar aquellos productos de consumo potencial, analizando el estado del comercio exterior, a partir de lo cual generan estrategias segmentando por sector comercial.

- Promoción de inversiones: generan información constante sobre el estado del comercio, planifican agendas de oportunidades de inversión, así como la asistencia necesaria en oportunidades de negocio.

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS:

Esta entidad pública, deriva del Ministerio de Inclusión Económica y Social, pero mantiene independencia administrativa y financiera, está encargada de brindar apoyo a los todos procedimientos para nuevos emprendimientos de desarrollo productivo y lo hace basándose en la Ley de Economía Popular y solidaria, cuyo modelo sustentado en la organización económica prioriza el capital humano, promueve los procesos de asociatividad, promoviendo la igualdad, así como la eficiencia grupal y comunitaria. El IEPS pretende conseguir una adecuada inclusión laboral para los ecuatorianos, aportando así en los ámbitos económicos y financieros.

Misión:

Fomentar y promover a las personas y organizaciones sujetas a la Ley Orgánica de la Economía Popular Solidaria, en el contexto del sistema económico social y solidario previsto en la Constitución de la República y consistente con el Plan Nacional de Desarrollo, con sujeción a las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional.

Visión:

Construir el Sistema Económico Social y Solidario del Ecuador con el liderazgo de los actores de la EPS, visibilizados e incluidos en políticas públicas transformadoras, desarrollando procesos productivos basados en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, que privilegien al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientados al buen vivir del país, en armonía con la naturaleza. (IEPS I. N., s.f) **Objetivos:**

- Crear capacidades para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del buen vivir.
- Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria a través de su acceso a los factores productivos y de la coordinación y articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y/o ejecutan las Instituciones del Estado, los gobiernos autónomos

descentralizados, las organizaciones sociales, las universidades y la comunidad en general.

- Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la economía popular y solidaria. (IEPS I. N., s.f)

Para conseguir los objetivos que se acabaron de mencionar, el IEPS se ha planteado los siguientes ejes estratégicos, en los cuales centra sus esfuerzos (IEPS I. N., Ejes Estratégicos, s.f):

Ejes estratégicos:

- **Fortalecimiento Organizativo:** Fortalecemos las capacidades técnicas y organizativas de los actores de la Economía Popular y Solidaria.
- **Fomento Productivo:** Articulamos los emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria a los circuitos económicos.
- **Intercambio y Mercados:** Fortalecemos estrategias y promovemos el intercambio y el acceso a mercados a las formas de organización de la Economía Popular Solidaria.
- **Estudio e Investigación:** Sistematizamos y difundimos información, conocimientos, experiencias y acciones aprendidas sobre los procesos de la Economía Popular y Solidaria.

Dentro de esta institución, se encuentra la Dirección de Fomento Productivo, área dedicada a promover la creación de emprendimientos con la determinación de que sean sostenibles y además de calidad; esta dirección promueve inversiones, cooperación, apoyo, competitividad justa entre los actores, además apoya con financiamiento para el sector, aportando de esta forma al crecimiento del sector productivo del país. La innovación y el desarrollo de tecnologías generarán valor agregado en los sectores priorizados, esto en concordancia con el Plan del Buen Vivir, por ello la adecuada promoción y generación de enlaces y espacios para el posicionamiento de emprendimientos es sustancial, para lo cual la institución se encarga de crear espacios de capacitación, acompañamiento, ya que de estos dependerá su fortalecimiento. En base a esto la Dirección de Fomento Productivo se ha establecido los siguientes objetivos (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, s.f):

- Identificar necesidades de financiamiento en zonas y sectores de menor desarrollo relativo.
- Promover Proyectos Productivos.
- Contribuir a la inclusión social de los actores de la EPS
- Aumento del nivel competitivo del sector.
- Promover el incremento de la producción y fuentes de empleo.

Para el cumplimiento de los objetivos anteriormente citados, la institución maneja circuitos productivos, los cuales comprenden un conjunto de unidades que involucran producción, distribución y consumo, por medio de los cuales se impulsa la producción de bienes y servicios, especializados en las áreas de fomento establecidas para el cambio y potencialización de la matriz productiva del país. Estos circuitos permiten fortalecer la vinculación de los actores, así como su adecuado encadenamiento, además se concentran en espacios geográficos determinados, conformándose de esta forma Circuitos Regionales, lo que ayuda a organizar la producción y los canales de enlace.

Fases del Circuito:

- Producción de materias primas,
- Transformación de materias primas en bienes manufacturados
- Comercialización de la producción (Instituto Nacional de economía Popular y Solidaria, s.f)

Circuitos Productivos:

Los circuitos se dividen en tres categorías, mismas que están estrechamente ligadas a la industria agrícola, pesquera, de manufactura y servicios, los cuales han sido definidos en base a las necesidades primarias de cada región. Los circuitos son los siguientes (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, s.f):

- La Buena Manufactura
- El Buen Alimento □ El Buen Servicio

Dentro del circuito de “La Buena Manufactura” se encuentra el programa “Hilando el Desarrollo”, el cual ha permitido generar emprendimientos en el área de la confección.

Hilando el Desarrollo:

Por medio de esta iniciativa gubernamental se dota de uniformes escolares de manera gratuita a establecimientos escolares fiscales y fiscomisionales del país de zonas tanto urbanas como rurales, para lo cual el gobierno realiza convocatorias de contratación para otorgar contratos de confección a artesanos y emprendedores dedicados a la confección. El objetivo del programa es incentivar la inclusión de dichos artesanos y emprendedores del sector textil, generando oportunidades de trabajo digno, justo, en búsqueda de la mejora económica, al otorgar pequeños contratos de producción, promueve la asociatividad de los participantes con la posibilidad de adquirir contratos más grandes mismos que significarán mayores ingresos por la cantidad de producción (Ministerio de Inclusión Económica y Social, s.f).

Cabe resaltar que el estado propicia condiciones equitativas para los participantes, ya que el precio establecido de ganancia para los productores por el estado es igualitario independiente de las condiciones de los participantes. De esta forma el Estado propicia nuevas oportunidades de trabajo para emprendedores y artesanos del sector confeccionista, aportando de esta forma con el desarrollo de esta industria, a más de enlazarla con las necesidades presentes en la sociedad.

Servicio Nacional de Contratación Pública SERCOP:

El SERCOP es el organismo vigilante de todos los procesos de compras públicas que el Estado realiza a personas naturales y/o jurídicas, mismas que previamente se han puesto a disposición con sus productos o servicios en conformidad a las demandas

expuestas por el mismo organismo. Esta institución tiene el deber de regular los procedimientos ejecutados entre la contratación y compra del producto o servicio que se haya solicitado.

En palabras más concretas, el SERCOP como institución actúa como enlace entre todas aquellas entidades públicas que requieran dotarse de cierto producto o servicio, y que, a través de la misma, se contacta a ofertantes calificados para ser quienes provean a la institución el pedido solicitado (SERCOP, s.f).

Objetivos estratégicos regionales:

- Incrementar el aseguramiento de la gestión de la contratación pública del Ecuador.
- Incrementar el aseguramiento de la calidad en normativas y técnicas para la gestión transparente de la contratación pública.
- Incrementar la efectividad de la gestión de la contratación pública del Ecuador.
- Incrementar el desarrollo del talento humano en el Servicio Nacional de Contratación Pública.
- Incrementar la eficiencia institucional en el Servicio Nacional de Contratación Pública.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto en el Sistema Nacional de Contratación Pública.

Para ingresar a la lista de los proveedores del Estado, cualquier fabricante, empresario, emprendedor o artesano que desee ofertar sus productos/servicios deberá registrarse en el banco de datos del SERCOP, para lo cual deberá contar con RUC, razón social, representante legal, etc. Posteriormente deberá ingresar en la página web del SERCOP y registrarse al ingresar datos básicos en el formulario tales como dirección, contactos, información del proveedor, indicar que tipo de productos ofertará, establecer activos, pasivos con los que cuenta su negocio. Posterior al ingreso de esta información le llegarán todas aquellas ofertas de trabajo, en el área en la que se haya inscrito, como convocatoria a participar, ya dependerá del proveedor el si participa o no del proceso de oferta y contratación. (Servicio Nacional de Contratación Pública, LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA, 2017)

En función de la plena intención que tiene el estado por potenciar aquellos sectores de economía popular y solidaria, artesanos, micro y pequeñas empresas son priorizadas en los procesos de contratación, a más de esto, la institución busca promover la asociatividad para potencializar la capacidad productiva de los participantes. Así mismo los proveedores pueden hacer reclamos en caso de que consideren se haya vulnerado sus derechos de alguna manera, amparados en la Ley Orgánica del Sistema de Contratación Pública – Artículo 102.

A la par todos los proveedores se ven constantemente beneficiados, tal como consta en el portal oficial, por todos aquellos procesos de capacitación y certificación que lleva adelante el SERCOP, ya que acorde con la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública esta institución está en la capacidad de capacitar y certificar a todos aquellos participantes del sistema de contratación, esto con la idea clara de contar con mano de obra calificada, lo cual permitirá que el talento humano mantenga un constante fortalecimiento de conocimientos mismos que serán aplicados en conformidad a las labores de la entidad contratante (Servicio Nacional de Contratación Pública, s.f.).

Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO:

La misión de esta institución es “Formular y ejecutar políticas públicas, para la transformación del patrón de especialización industrial, que genere condiciones favorables para el Buen Vivir” (MIPRO M. d., s.f.) por lo cual dedica su trabajo al apoyo constante de los sectores industriales del país, en especial de las industrias a potencializar, y lo hace por medio de capacitaciones, conferencias, certificaciones, creación de nexos, proyectos, etc. De los cuales se pueda obtener cualquier tipo de beneficio.

Constantemente el MIPRO busca aliarse con sectores estratégicos de la sociedad para vincularlos adecuadamente con los actores de la industria, es decir artesanos, micro, pequeños, medianos industriales, y de esta manera permitir un intercambio más fluido de conocimientos y tecnologías, para así afianzar a la industria del país, por lo cual, y para no perder su norte de vista, la institución se ha planteado los siguientes valores y

principios institucionales a los cuales se rige (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f) :

Principios y valores institucionales:

- Honestidad
- Compromiso
- Respeto
- Responsabilidad
- Calidad
- Equidad
- Trabajo en equipo
- Profesionalismo

De igual forma El Ministerio ha identificado claramente los siguientes objetivos como ejes estratégicos a alcanzar con su trabajo efectuado, mismos que se derivan del Plan Nacional para el Desarrollo (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f).

Objetivos Institucionales:

- Incrementar la productividad de la industria y sus servicios conexos.
- Incrementar la sustitución selectiva de importaciones de bienes industriales y sus servicios conexos, creando oportunidades de inversión de nuevos agentes económicos en las industrias básicas e intermedias.
- Incrementar la calidad de la producción industrial y sus servicios conexos.
- Incrementar las oportunidades de asociatividad para fortalecer su capacidad de gestión y negociación.
- Promover la generación de estímulos para la inversión en los diferentes sectores productivos y para la creación de bienes y servicios.
- Incrementar la inversión en la industria, así como la aplicación de mejores tecnologías y capacidades para la innovación productiva.
- Incrementar las oportunidades para generar diversificación, valor agregado, y nueva oferta exportable.
- Diseñar políticas públicas bajo un enfoque integral y holístico, que permita la articulación del sector público y privado en el fomento de la producción.

Ejes estratégicos (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f):

- Generación de capacidades productivas.
- Calidad como eje de desarrollo productivo.
- Sustitución estratégica de importaciones.
- Fomento de la oferta exportable.

Así mismo en función de los objetivos y las estrategias que se acaban de mencionar, y conforme a la Planificación Estratégica Institucional proyectada para el período 2014-2017, la institución plantea varias políticas que le permitirán hacer frente a las necesidades de los distintos sectores industriales del Ecuador, a continuación, se detallan dichas políticas (Coordinación General de Planificación del MIPRO, 2013):

- Política 1.- Fomentar la productividad en la industria e incorporar valor agregado asegurando la maximización de componente nacional.
- Política 2.- Promover la sustitución selectiva de importaciones asegurando una escala mínima de producción nacional en bienes industriales y sus servicios conexos.
- Política 3.- Impulsar la regularización, consolidación y fortalecimiento de empresas Política del sector industrial en el territorio nacional.
- Política 4.- Promover la generación de trabajo digno en la industria nacional, priorizando los grupos vulnerables.
- Política 5.- Impulsar la especialización y desarrollo de capacidades técnicas del talento humano del sector industrial.
- Política 6.- Impulsar el acceso al financiamiento en condiciones favorables y oportunas para la industria.
- Política 7.- Fomentar la aplicación de mejores tecnologías en el sector industrial.
- Política 8.- Desarrollar la Industria Básica y fomentar la industria intermedia como eje de la diversificación y generación de valor agregado.
- Política 9.- Dinamizar el consumo de los productos de la industria ecuatoriana.
- Política 10.- Fortalecer el sistema nacional de la calidad industrial como elemento de la competitividad sistémica.
- Política 11.- Orientar a la industria al aprovechamiento de las oportunidades en los mercados internacionales.
- Política 12.- Generar condiciones para la creación de emprendimientos en el sector industrial y el cumplimiento de obligaciones con el Estado.
- Política 13.- Impulsar la generación de condiciones favorables para incrementar la inversión en la industria nacional.
- Política 14.- Impulsar la asociatividad para crear cadenas productivas y mejorar su Política capacidad de negociación.
- Política 15.- Potenciar la contratación pública de productos industriales ecuatorianos.
- Política 16.- Desarrollar capacidad logística industrial que garantice la gestión eficiente de la oferta local y exportable.

Todos los objetivos, metas, políticas y estrategias que tiene el MIPRO como institución a nivel nacional, aplican de igual forma a nivel regional y sectorial. De igual manera en lo que a nivel local se refiere, en la provincia del Azuay cuenta con

instituciones dedicadas a la potencialización, apoyo y acompañamiento de emprendedores, artesanos y pequeños, medianos y grandes productores.

De nivel local:

Cámara de Industrias, Producción y Empleo CIPEM:

En la ciudad de Cuenca la industria ha ido evolucionando y creciendo rápidamente, aportando significativamente a la economía tanto local como nacional, por ello con la intención de apoyar este crecimiento y a su fortalecimiento la Cámara de Industrias, Producción y Empleo fomenta oportunidades para el adecuado desarrollo industrial de la ciudad. En vista de lo cual la institución se ha planteado como misión y visión el potenciar el sector productivo de la ciudad (CÁMARA DE INDUSTRIAS PRODUCCIÓN Y EMPLEO, s.f).

El sector industrial así como el empresarial de la ciudad de Cuenca son el centro de atención de la institución, ya que la función de la misma es aportar en la generación de oportunidades, políticas, actividades, es decir todo tipo de iniciativas tanto a nivel local como nacional de las cuales se desprendan situaciones de provecho para los sectores, lo cual eventualmente permitirá contar con una industria de calidad, bien establecida, capaz de generar riqueza y contribuir a la economía, para lo cual la CIPEM se ha planteado los siguientes objetivos detallados a continuación (CÁMARA DE INDUSTRIA PRODUCTIVIDAD Y EMPLEO CIPEM, s.f):

- Representar a los afiliados ante los organismos del sector público y privado y brindarles asistencia, apoyo y cooperación en defensa de sus legítimos intereses.
- Impulsar la transferencia de tecnología como una forma idónea de contribuir al desarrollo profesional de los ecuatorianos, la modernización y expansión de la industria.
- Promover o estimular el aumento de la producción y la competitividad interna y externa de los productos nacionales y ampliar su participación en mercados externos en igualdad de condiciones.
- Auspiciar la continua capacitación en materia industrial, de técnicos y trabajadores, y cooperar con los proyectos de capacitación y especialización de otras entidades públicas y privadas.

- Promover la investigación científica y tecnológica en las distintas actividades productivas del Ecuador.
- Fomentar la óptima utilización de los recursos humanos y naturales del país, mediante la creación de fuentes de trabajo y la elevación del nivel económico, cultural y técnico de los ecuatorianos.
- Defender la aplicación de las garantías constitucionales relacionadas con la libertad de trabajo, comercio e industria, la libertad de contratación, el derecho de asociación y en general los principios que conforman el sistema de libre empresa, y además promover la inversión nacional y extranjera.
- Propugnar el sistema de arbitraje para la solución de diferendos que involucren a sus afiliados.
- Propender al fortalecimiento de relaciones armónicas y coordinadas entre los sectores de la producción.
- Propiciar el desarrollo sostenible de la industria y la preservación del entorno ecológico.

Esta cámara al ser una organización sin fines de lucro, trabaja con certera responsabilidad para con las industrias, desde el aspecto económico hasta el social, resaltando la importancia del capital humano y su convivencia con la comunidad.

Cámara de la Pequeña Industria del Azuay CAPIA:

Los gremios de artesanos, micro, pequeños y medianos industriales de la provincia del Azuay cuentan con el constante apoyo de la Cámara de la Pequeña Industria del Azuay, ya que esta institución nació bajo la premisa de convertirse en un apoyo para estos sectores vulnerables, y respaldar a los mismos por medio de la creación de oportunidades reflejadas en capacitaciones, proyectos, alianzas, políticas, etc. que permitan ampliar los espacios de participación para los asociados de la CAPIA. (CAPIA, s.f.)

Muestra de esto son las constantes capacitaciones, ruedas, conversatorios y ferias organizadas por la institución en función de las exigencias de los asociados, muestra de ello es la última feria para micro empresarios organizada por la CAPIA donde se contaría con la participación de sus socios, esto en la clara búsqueda de aportar en el camino de la dinamización de la economía de la región. (El Mercurio, 2018)

Entonces rigiéndose a la consigna del apoyo constante a los sectores más pequeños de la industria del Azuay, la institución brinda varios servicios, da apoyo y asesoría a las nuevas empresas en cuanto a reglamentaciones y licencias se refiere, para que así la instauración de una nueva fábrica o empresa sea más fácil de conseguir, así mismo ofrece constantes capacitaciones y asesoría en temas de seguridad industrial, ocupacional, sobre las buenas prácticas para la manufactura, por mencionar algunos de los campos más comunes. De igual forma la asesoría para la creación de nuevos proyectos es de suma importancia y para esto la CAPIA trabaja con distintos organizamos que entregan asesoría técnica y financiamiento para un desarrollo más competitivo de los proyectos en pro del sector. Además, la institución actúa como vocera de las necesidades y requerimientos de sus asociados, que muchas veces por su tamaño no pueden tener la presencia suficiente para ser escuchadas ante instituciones más grandes.

Como dato adicional, la CAPIA pone en sus planes a futuro generar un banco de datos de estudiantes que necesiten realizar sus prácticas pre profesionales, para de esta forma vincularlos de manera más oportuna con todos aquellos afiliados que estén interesados en participar de este intercambio de saberes.

2.4.3.7 Competencia y contrabando en la industria de la confección:

Empezando por definir la palabra contrabando se puede mencionar que esta actividad refiere a la entrada, salida venta y comercio de mercadería de forma clandestina e ilegal, donde a más de defraudar a las instituciones reguladoras del proceso, también se ve severamente afectado el sector productivo que compite con los productos de contrabando que ingresan a una zona de comercialización.

Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podría estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país. (Asociación de Industriales Textiles el Ecuador, s.f)

Una de las industrias nacionales más afectadas por el contrabando y el comercio ilegal es la industria textil y confeccionista, ya que tanto la mercadería asiática, panameña, como la de los países vecinos Colombia y Perú, que ingresa por las fronteras, se ha incrementado y de manera ilegal ya que su paso es de contrabando, la misma que posteriormente es comercializada en el país a costos sumamente bajos, con los cuales los productores nacionales ciertamente no pueden competir. De acuerdo con la publicación del Diario el Telégrafo un total de \$ 22.000.000,00 de dólares representados en mercadería que ingresaba al país como contrabando fueron incautados entre enero y septiembre del año 2014, mientras que en este mismo período de tiempo del año 2015 la suma incautada ascendió a \$29.000.000,00 de dólares, cifras que van en aumento y ciertamente son alarmantes, ya que perjudican directamente a la segunda industria generadora de empleo del país. (El Telégrafo, 2015).

Con el objetivo de frenar este tránsito de contrabando el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE creó un comité interinstitucional para la erradicación del comercio ilegal, además de poner en marcha proyectos de control de contrabando en la frontera, valiéndose de la cooperación de los industriales y fabricantes del sector para retroalimentar información que se les es otorgada mediante estos nexos de comunicación.

Otro modo de ingresar mercadería sin la correcta declaración tributaria, es decir sub facturada, a través de los aeropuertos internacionales, por donde la mercancía ingresa como equipaje de pasajero, sin tener su respectiva clasificación arancelaria y por ende pago de los impuestos de ley, misma que es cada vez más común como *modus operandi* de muchos comerciantes de prendas de vestir, para ello la SENAE también ha intensificado los mecanismos de control en las aduanas de tránsito de los distintos aeropuertos del país. (El Telegrafo, 2016)

Otra vía por la cual ingresa indumentaria al país, y que de igual forma afecta a la industria confeccionista, son las compras Web, ya que el usuario al revisar las distintas páginas de ropa cree conseguir el producto mucho más barato de lo que lo conseguiría en el mercado local, entonces realiza la compra, no de una o dos, sino en su mayoría de varias

prendas, que incluso en la mayoría de los casos su envío, por la cantidad adquirida, es gratuito, siendo el tiempo de espera el único inconveniente aparente, que parece no molestar a los consumidores de este modo de venta-compra. Sin embargo, este tipo de transacción también ha incomodado gravemente a los productores de prendas de vestir del país ya que nuevamente es enfrentarse y tratar de competir con precios bajos, precios que por los volúmenes de producción de las grandes marcas de moda pueden ser bajos, pero que para un productor nacional de capacidad limitada o un emprendedor, ciertamente serán imposibles de igualar y mucho menos de devaluar.

En función de este inconveniente, el gobierno nacional del Ecuador junto con la SENA E actuó implementando una nueva medida de control, el sistema “4x4” que permite a los ciudadanos ecuatorianos enviar y recibir paquetes de hasta 4 Kilos de peso o \$400.00 de valor sin tener que pagar impuestos, para la cual el comprador deberá asegurarse de tener registro consular para que de esta forma el estado pueda procesar y controlar los envíos. Sin embargo, el sistema, según los industriales y comerciantes perjudicados tiene sus fallas, ya que de todas formas los productos traídos del exterior por medio de este sistema de compra, todavía son comercializables y a un costo bajo, por lo cual consideran no está funcionando. (Ayala, s.f)

Ciertamente la situación para los emprendedores, artesanos y fabricantes de indumentaria en el país no es fácil, por los obstáculos que se han mencionado, sin embargo, cabe resaltar que de una u otra forma el estado se preocupa por precautelar la integridad de la producción nacional, y está al pendiente de mejorar o implementar nuevas políticas de control. En este punto es válido recalcar que, en cualquier circunstancia que se presente van a existir dificultades para el adecuado crecimiento de un sector económico, en este caso la industria de la confección, pero de igual forma las soluciones radican en los actores del mismo sector, deberán de buscar estrategias que les permitan sortear los inconvenientes que se les va presentado en el camino. En el caso específico de la producción de indumentaria, que no puede competir por precios con la mercadería que ingresa de forma ilegal al país, deberá buscar otro sistema para combatir, que no sea el económico, tal como serían la diversificación de productos, completar el producto con valor agregado y promocionarlo de manera dinámica, asegurar su calidad y asegurar que sus procesos de producción son amigables con el medio ambiente y estos con el capital

humano que ha empleado, recurrir al diseño y generar así un producto diferenciado, para de esta forma aumentar sus ventas, pero no por mantener los precios más bajos del mercado, sino porque oferta un producto de altura, de calidad, con los avales suficientes para que el consumidor se vuelva fiel al producto, lo valore e incluso promocióne.

2.4.3.8 El Diseño como recurso:

Se ha acreditado ya el peso que la industria textil y confeccionista del Ecuador tiene en la economía y en el desarrollo para el país, la cantidad de mano de obra que alberga, las oportunidades de comercio que genera, son tales que incluso el contrabando existente en esta rama es uno de los más fuertes contra los que luchan las autoridades. Entonces sería adecuado creer en el potencial que tiene el sector confeccionista para desarrollarse y posicionarse como gran industria, representativa en el país y con oportunidades a mediano y largo plazo para expandirse hacia un futuro prometedor, sin embargo es de relevancia el mencionar que el sector textil no solo se enmarca en la mera producción de prendas de vestir, sino que también debe responder al diseño como estrategia para una mayor competitividad gracias al valor agregado que este puede aportar.

En este sentido, y posterior a todo el análisis que se ha hecho con respecto a la situación de la industria de la confección, hay que resaltar que ni en las políticas que amparan el desarrollo de la misma, ni en los entornos donde se desenvuelve, se clasifica particularmente al diseño como parte indispensable de la industria, como estrategia, como proceso, o como vínculo, lo cual indica que este eslabón de la cadena ciertamente no está siendo tomado con la pertinencia suficiente acorde a su valor y al gran aporte que es capaz de generar, por ello a continuación un análisis de la presencia del diseño en la industria de la confección de indumentaria y su importancia para el desarrollo de la misma.

La industria textil y de confección es muy extensa, se ramifica según el tipo de actividades desde la obtención de las fibras, producción de hilados y telas, corte, confección y venta de indumentaria que puede o no ser de moda. ¿Por qué se hace este comentario con respecto a la existencia o no de moda en una prenda de vestir?, pues bien,

ciertamente dependerá de la tipología a la que responda la prenda, es decir si es formal, casual, deportiva, etc. Pero a más de estos lineamientos, habría que preguntarse en que parte de toda la cadena productiva existente entre la obtención de la fibra y la creación de la prenda intervino o existió siquiera la presencia del diseño para generar un producto de moda, mismo que responderá a las necesidades del consumidor y a una estética de forma pertinente. (Veneziani, 2007)

Para poder entrar con más claridad en el tema es necesario hacer un pequeño acercamiento a lo que el diseño y la moda significan, para así comprender de manera más oportuna su participación dentro de la cadena productiva del sector textil y confeccionista.

Intentar definir la palabra diseño resulta difícil ya que este abarca una infinidad de conceptos y aplicaciones, sin embargo se podría crear un bosquejo de definición mencionando que un diseño es el resultado final de un proceso creativo cuyo objetivo fue plantear y plasmar una solución adecuada y audaz para una problemática o necesidad en particular, respondiendo siempre a un orden estético gracias a la aplicación de conocimientos y técnicas especializadas que permitan conjugar estética con funcionalidad.

Entonces un diseñador es aquel especialista que está colmado de conocimientos y creatividad, encargado de crear y dirigir todo este proceso, sin embargo, el diseñador no solo es una persona creativa y versátil, es un profesional preparado para la resolución de problemas desde una perspectiva de innovación, que ayudada por su pensamiento multidisciplinario maneja diferentes herramientas y metodologías, mejora la calidad de los productos y potencializa la gestión de una empresa.

El diseñador será necesariamente un generador de propuestas en función de solucionar los problemas identificados, valiéndose de su capacidad creativa y apostando hacia el futuro con cierto optimismo de que el producto creado efectivamente será capaz de cubrir las necesidades que impulsaron su diseño, a más de esto se debe mencionar que el alcance del mismo puede llegar a ser global, por lo cual el diseñador deberá de estar consciente de su papel en la sociedad y el impacto sobre la misma, entonces tal propuesta deberá mostrarse de acuerdo a una responsabilidad colectiva.

Por otro lado, está la moda, definida en principio como el cambio sujetado a nuevas tendencias que van apareciendo a corto o mediano plazo, quizá calificada de durabilidad efímera y pasajera, lo cierto es que la moda responde a un fenómeno social ya que abarca muchos aspectos tales como económico, psicológico, histórico, antropológico, por mencionar algunos, y es que la moda expresa un lenguaje que trasciende más allá de lo evidente. La concepción que se tiene de la moda está estrechamente ligado a la indumentaria, ya que la misma a lo largo del tiempo ha respondido al contexto económico social y político de cada época, el vestir se ha convertido en un lenguaje no hablado, que permite visualizar el estatus, cultura, origen, la definición de quien porta una u otra prenda, una expresión del estilo de vida, convirtiéndose en una extensión del cuerpo humano. “En efecto, la forma de vestir traduce la manera de vivir, tanto social como individual; sitúa al individuo en el tiempo y en el espacio” (del Olmo & Fondevila Gascón, 2014)

La indumentaria le permite a un individuo mostrar su pertenencia a un grupo social, a un estatus, a una determinada comunidad por ejemplo, y es por ello que su importancia trasciende más allá de una simple prenda que cubre el cuerpo, y lo resguarda de las inclemencias del clima, sino que abarca más significaciones de expresión de las cuales cada prenda adquiere una importancia propia para el portador, ya que los seres humanos por excelencia buscan la aceptación social y el vestuario contribuye ciertamente en este aspecto.

Entonces, el diseño de indumentaria de moda supone ser un proceso creativo en el cual se resuelve la elaboración de prendas de vestir innovadoras, inéditas, que posean los rasgos y cualidades estéticos y funcionales ideales para satisfacer las necesidades de consumo de los futuros portadores, mismas que deberán ser capaces de representar todas las significaciones que el individuo busca comunicar a un grupo social con el que se relaciona, o al que pretende pertenecer, y por ello el consumo de la indumentaria de moda es constante, imperante en su crecimiento, imparable, masivo e incluso cambiante de acuerdo a las nuevas estéticas que van dando vuelta alrededor de la globalidad.

Ciertamente el diseño al intervenir en el proceso de creación de indumentaria aporta en aspectos no solamente estéticos, sino que también lo hace en la parte de la funcionalidad, de la conceptualización, ya que detrás de la prenda como producto final hay todo un proceso de investigación, un apropiado acercamiento al consumidor, un detallado análisis y bien pensadas propuestas que además deben ser socialmente responsables, que dan como resultado final un producto bien concebido con la intención de que este sea exitosamente aceptado por los portadores y que además repercutan de forma positiva en su usabilidad post compra.

Por ello el protagonismo del diseño de moda dentro de la cadena productiva del sector confeccionista admite incorporar factores de interés que permiten dotar de un valor agregado al producto, ayuda a generar oferta mediante estrategias formuladas de forma multidisciplinar, además de aclarar el panorama de una empresa dentro del mercado.

Tal como Ramírez menciona “Aunque el diseño es una actividad reconocida para muchas Pymes, también es cierto que hay desconocimiento de su alcance y de lo que puede conseguirse con él” (Ramírez, Guía de buenas prácticas de diseño: herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos, 2012, pág. 15) su valor no puede ser eludido, al menos no si se desea conferir a una empresa de creatividad y nuevas expectativas.

El diseño provee nuevas alternativas, lo cual deriva en la creación de productos bien pensados para que beneficien tanto económica como socialmente. La incorporación del diseño de modas dentro del proceso productivo de una empresa o fábrica confeccionista conseguirá mejorar el desempeño de la unidad productiva, independiente del tamaño de la empresa, incluso las más pequeñas deben de incorporar el diseño en su estructura ya que este siempre ofrecerá de innovación y cambio, lo cual se traduce en competitividad y oportunidades claras de posicionamiento.

Así pues, según como reflexiona Valerie Steele en su libro “Fashion Theory: Hacia una teoría cultural de la moda”, el rol del diseñador de modas dentro de una fábrica o taller de confección de indumentaria será en primer lugar apropiarse del concepto de la

empresa, conocer sus características, sus fortalezas y debilidades, cuál es su visión, a qué mercado se dirige, en dónde está y a dónde quiere llegar, es decir comprometerse de forma paralela con las metas de dicha empresa para entonces poder entrar en materia, e idealizar la mejor forma de concebir nuevos productos y guiar correctamente la producción hacia una exitosa comercialización y generar lazos con los consumidores para que incluso se vuelvan fieles consumidores. (Steele, 2018)

El diseñador al ser un profesional dotado de una mente creativa, es además multidisciplinario, que claro cuenta con un criterio estético para apelar a la parte sensible de lo visual, pero que además es capaz de apersonarse de las necesidades del consumidor, satisfacerla e incluso generar nuevas necesidades para incrementar el consumo de cierto producto diseñado estratégicamente; además es un conocedor de tendencias, con el criterio suficiente para introducir y acoplar nuevas estéticas y propuestas de temporada al estilo que maneje la fábrica o taller, sin perder ni manipular la esencia de la misma, es un profesional capaz de intervenir en todos los procesos de una producción, desde la elección de las materias primas, haciéndolo con criterio y de la mejor manera considerando los aspectos estéticos y económicos, que ciertamente van de la mano en temas de venta y comercialización, es un especialista en patronaje, moldería, escalado, técnicas de estampación, aplicación de tecnologías, etc. que buscará que la funcionalidad de la prenda sea la adecuada, que sea ergonómica y que además sea costeable para el productor, el diseñador es capaz de intervenir y aportar en todo el ciclo de vida del producto, tomando la cabecera desde la concepción del mismo, y dando un acompañamiento eficaz en el proceso de fabricación, venta, y acompañamiento post venta.

Todos estos aportes que el diseñador puede brindar dentro de una fábrica, taller o empresa de confección de prendas de vestir permitirán que el producto que se expende tenga un hilo conductor entre su tipología, el mercado al que se dirige, el discurso que desea comunicar, el efecto que desea conseguir en el consumidor, ya que este será sensible a recibir el beneficio de adquirir un producto con diseño, dotado de un valor agregado que le hace sentirse más cercano a la marca e incluso generar lazos con la misma, convertirse en un consumidor frecuente, lo cual se transmite en el incremento de las ventas.

Estamos mediando entre el empresario que lleva adelante su negocio y para él, el diseñador es un medio para seguir generando dinero y variables económicas entre el consumidor a quien debemos satisfacer su necesidad de vestirse y aggiornarse, teniendo en cuenta en este caso variables sociológicas y psicológicas que operan en este accionar ... un diseñador es un profesional con formación integral, donde detrás de su producto diseñado se encierran aspectos económicos, sociológicos, psicológicos, artísticos y lógicamente personales, ya que estamos hablando de “creación” (Sammartino, 2004, pág. 175)

2.5. Hipótesis:

Una correcta y estrecha vinculación entre la Escuela de Diseño Textil y de Modas de la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca permitirá el desarrollo de dicha industria.

2.6 Señalamiento de variables:

2.6.1 Variable Independiente:

Perfil del diseñador de modas.

2.6.2 Variable Dependiente:

El diseño como recurso en la industria confeccionista.

CAPÍTULO III

ENFOQUE

3.1 Enfoque de investigación:

Esta exploración tiene un enfoque investigativo de carácter cuanli-cuantitativo ya que en un inicio se ha procedido a la recolección de datos cualitativos por medio de entrevistas, estudio de casos y observación directa a cada grupo de fabricantes de prendas de vestir, previamente segmentados por su tamaño y capacidad de producción, así como a los tres docentes que conforman la junta académica de la Facultad de Diseño Escuela de Textiles y Moda, donde la información obtenida finalmente se cotejada con la adquirida en una primera instancia; para en una segunda etapa realizar encuestas, utilizando el cuestionario como herramienta para recolectar la información necesaria al primer grupo estudiado, diseñadores en textil y moda graduados de la facultad de Diseño correspondientes a las promociones 2015 – 2016 – 2017. Toda la información recolectada posterior a la aplicación de estos cuestionarios ha sido analizada oportunamente para así determinar los factores intervinientes.

Se han definen estos dos enfoques de investigación puesto que el trabajo que se plantea realizar requiere de análisis exhaustivo en estas dos áreas (cuantitativa y cualitativa) para al final comparar la información obtenida y plantear soluciones coherentes con la situación enfrentada. (Sampieri, 2014)

3.2 Modalidad básica de la investigación:

3.2.1 Documental- Bibliográfica:

La investigación de carácter documental es aquella que refiere una búsqueda en medios tales como publicaciones escritas, imágenes, audios, videos, etc. es decir todo

aquello que haya sido documentado, tal como su nombre lo indica; así mismo hablar de investigación documental bibliográfica hace referencia a la indagación de las publicaciones que sirven como fuentes de referencia sobre el tema que se está averiguando, la cual permite al investigador plantearse nuevas cuestionantes y preguntas nuevas, así como estrategias investigativas para aplicar en el proceso. Siendo más concretos, en un trabajo de investigación escrito, la investigación documental bibliográfica es la que permite recolectar información que posteriormente conforma el marco teórico, puesto que en esta se encontrará un despliegue de publicaciones previas que irán abriendo camino a nuevas rutas y líneas de investigación. Resumiendo, la investigación documental bibliográfica “descubre, sistematiza y procesa datos cuantitativos y/o cualitativos, así como datos del estado del conocimiento: teorías, conceptos, metodologías y del tema” (Mendez Rodriguez & Astuffillo Moya, 2008, pág. 19)

Con el fin de tener como referencias casos similares de proyectos que han buscado una adecuada vinculación entre los actores académicos e industriales, se realizó una investigación de carácter documental bibliográfica, para así obtener diversas fuentes de información que generen directrices tanto de trabajos antecesores, así como de libros e información previa que ha sido analizada en capítulos anteriores, en preciso, los temas que han sido precedentemente desarrollados han permitido entender el entorno que rodea la formación así como el rol del diseñador de modas, el contexto en el cual se desenvuelve la industria de la confección, lo que al momento ha permitido tener claro el panorama en cuanto a aspectos específicos, limitantes y oportunidades, recursos y necesidades, para así arrancar con una idea clara sobre el panorama de los entes investigados.

3.2.2 De campo:

En esta fase la interacción que el investigador llegue a tener dentro del medio investigado le permitirán recoger de forma directa la información requerida, la cual fue real y de primera mano, por eso la observación en este punto será de suma importancia.

A través de los métodos empleados (encuesta, entrevista, cuestionarios, observación directa) se pudo recoger la información de forma franca, extraída

directamente de la realidad donde se produce, para su posterior análisis y crítica. La intención de realizar esta modalidad investigativa ha sido adentrarse en el medio laboral donde se ejercen los diseñadores de modas, entender cómo funciona este entorno, evaluar las necesidades y requerimientos de la empresa como tal, para entonces comprender de manera más clara el contexto en el que se desarrolla el ejercicio profesional para el diseñador de modas que interviene en la industria de la confección, con esta información la etapa propositiva será más acertada, puesto que se desarrolló en función de la información recolectada directamente desde su realidad. De igual manera, al acercamiento que se logró tener con los tres docentes miembros de la junta académica de la escuela de Diseño en Textiles y Modas, abrió el camino hacia el entendimiento de cuál es la posición de la academia ante la formación de los futuros profesionales, cuáles son las directrices en las que se basan para plantear un plan de estudios, y entender que necesidades tienen, y las carencias afrontan. Todo el trabajo de campo permitió entonces conocer, evaluar y finalmente plantear estrategias para mejorar la inserción del diseñador de modas junior en la industria confeccionista de la ciudad.

3.3. Nivel o tipo de investigación:

3.3.1 Exploratoria:

Una investigación de nivel exploratorio, tal como su nombre lo refiere, es aquella en la cual se empieza por explorar, indagar, examinar el tema o problema de estudio. El objetivo de realizar este nivel de investigación será familiarizarse con el entorno del tema de estudio, detectar así que tipo de variables se encuentran en el medio, identificar la forma de relación entre los indicadores que formen parte de la problemática, para entonces tratar de tener un acercamiento mucho más real al problema de investigación, definiendo de una forma más clara el camino a recorrer. En suma “La investigación exploratoria ... permite conocer y ampliar el conocimiento sobre un fenómeno para precisar mejor el problema a investigar.” (Cazau, 2006)

Tal como se ha venido mencionando y analizando en capítulos anteriores, existen breves investigaciones de similar problemática, donde se ha abordado la vinculación de la Escuela de Diseño Textil y Moda de una forma superficial, y que durante esta investigación se pretende profundizar en la problemática evidenciada en los vínculos entre dicha escuela y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, el nivel de investigación recae en una tipología exploratoria puesto que en este nivel se explorará toda información, datos, criterios, experiencias, escenarios, contextos en los cuales se desenvuelve el diseñador de modas junior dentro de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, para amplificar de esta manera el conocimiento del estado de esta relación mencionada.

3.3.2 Descriptiva:

La investigación descriptiva, tal como su nombre indica, busca describir, detallar aquellas particularidades o rasgos de relevancia que se obtienen posterior a un análisis de un grupo o segmento, donde se resaltan aquellas actitudes más relevantes, lo que permite establecer criterios de las vías más adecuadas para enfrentarse al problema de estudio. (Gómez, 2006)

Puesto que la metodología de investigación descriptiva trata de especificar las particularidades de los grupos estudiados, este tipo de investigación encaja con el objetivo de estudio del presente trabajo, ya que tal investigación permite identificar características, tendencias, o causas específicas sobre el tema indagado, ayudando así mismo a describir las mismas. En este aspecto, conocer de una forma descriptiva el entorno, fortalezas y debilidades tanto de los diseñadores de modas junior que salen al medio laboral, así como de la industria de la confección, concede alcanzar un cierto nivel de especificidad en el estudio que se está realizando, ya que la indagación toma un nivel más profundo.

3.3.3 Correlacional:

El modelo de investigación correlacional pretende responder a las inquietudes preestablecidas en el trabajo de investigación, y tal como su nombre lo indica, las va relacionando entre unas y otras, buscando una relación entre causa y efecto, en conjunto con la información antes obtenida, para entonces identificar cualquier grado de asociatividad que existiese entre los conceptos o variables estudiados. Para ello se evalúa primero el grado de asociación entre las variables y después se procede a establecer los lazos de vinculación. (Herrera E., Medina F., & Naranjo L., 2004)

Entonces, una vez ya determinadas las causas del comportamiento de los dos entes a estudiar, diseñadores e industria, se procede a cotejar la información para así determinar cuan relacionadas están una de la otra, de que tipo es esta relación así como qué tan alto es su grado de correspondencia, y posterior al análisis de los factores se debe determinar con claridad las causas que impiden una adecuada comunicación entre la academia y la industria, además de delimitar los porqués de cada una de las causas.

Al final, a través del planteamiento de un Plan Estratégico surgirán propuestas que permitan llevar a cabo los objetivos planteados, en pro de una mejora sustancial en la vinculación entre la Escuela de Diseño Textil y Modas y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca. El análisis y la descripción de cada etapa permitirán evaluar todos los factores que intervengan.

3.3.4 Explicativa:

La investigación explicativa, pretende encontrar el porqué de los comportamientos identificados en etapas anteriores de investigación tales como la fase descriptiva y correlacional, es decir, en esta etapa ya no solo se describe el fenómeno estudiado, sino que se le busca un porqué a las causas que originan cada situación en específico. En este punto se puede ya pensar en establecer explicaciones que lleven a conclusiones,

enriqueciendo así las teorías inicialmente planteadas, lo que permite establecer una posición mucho más cercana a la realidad del problema estudiado. (Arias, 2006)

Dado que de la investigación realizada busca descubrir los motivos por los cuales la vinculación entre academia e industria no es estrecha, sus características y particularidades, se efectuará un análisis entre las causas y efectos anteriormente identificadas para conseguir explicar de forma clara y concisa la situación actual entre estos dos entes, lo que consecuentemente permitirá plantear estrategias que permitan revertir la situación actual y estrechar lazos entre las dos partes estudiadas.

3.4. Población y muestra:

3.4.1 Población:

En este trabajo en cuestión se identificaron tres grupos de estudio:

- Diseñadores graduados de la carrera de Diseño en Textiles y Moda de la Universidad del Azuay, promociones 2015, 2016 y 2017, correspondientes a 89 diseñadores.
- Fabricantes de prendas de vestir inscritos en el Servicio de Rentas Internas SRI bajo el concepto de “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.” Bajo el código CIU C141002 (Servicio de Rentas Internas, s.f.) dentro de la ciudad de Cuenca únicamente, clasificados según su tipología e contribuyente (micro, pequeño, mediano, gran contribuyente)
- Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas de la Universidad del Azuay, conformada por tres docentes, quienes actúan como representantes de dicha carrera.

3.4.2 Muestra:

En el caso de los fabricantes de prendas de vestir registrados en el SRI, se concibió que el número total de la población registrados bajo el código CIU C141002 corresponde a 911 contribuyentes dentro de la ciudad de Cuenca bajo dicha actividad económica, sin embargo hay que destacar el hecho de que este grupo al no ser homogéneo, por su capacidad productiva y niveles de ventas, no se lo puede estudiar por igual, por ello se lo ha debido de segmentar según su tamaño, para lo cual se solicitó esta información a la entidad correspondiente SRI, de la cual se obtuvo la siguiente información (*anexo 2 y 3*):

TAMAÑO	CÓDIGO	# CONTRIBUYENTES
Grande	C141002	1
Mediana	C141002	3
Pequeña	C141002	63
Micro	C141002	844
		911

Tabla N8: Distribución por tamaño de los contribuyentes SRI con código C141002 “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.”

Fuente: Servicio de Rentas Internas – Departamento de Planificación y Control de Gestión

Entonces, teniendo la población segmentada ya por tamaño de contribuyente, la muestra será tomada de la siguiente manera:

En el caso de los contribuyentes considerados como Grande y Mediano se aplicó el método de la entrevista y observación directa del total de la población. En el caso de Pequeño contribuyente, de igual manera, se procuró generar un acercamiento a toda la población por medio de encuestas, para determinar en una primera fase la apertura que tienen para brindar la información, luego con aquellos que mostraron tal apertura se realizaron entrevistas y observación directa para la extracción de la información requerida. Finalmente, en el caso de la población considerada como Micro contribuyente,

al ser la población más grande, pero a su vez tratarse de los contribuyentes con menor capacidad productiva y de venta, se realizó un acercamiento a las federaciones y asociaciones correspondientes, que tengan la disponibilidad de facilitar información preliminar a cerca de la situación de las mismas.

En una siguiente etapa se entrevistó a los miembros de Junta de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas para de esta manera obtener información directa y certera acerca de que estrategias se han planteado desde la escuela para mejorar la vinculación de la misma con la sociedad, y así determinar si la vinculación con la parte productiva propia de la industria, está siendo considerada como base fundamental dentro del planteamiento de la carrera de Diseño de Modas.

En el caso de los Diseñadores en Textiles y Modas graduados de la Universidad del Azuay de las tres últimas promociones correspondientes a los años 2015, 2016 y 2017, ya que la Escuela de Diseño en Textiles y Moda realizó un seguimiento de sus graduados hasta el año 2014. Del total de los diseñadores graduados en estas promociones se obtuvo el total del universo gracias a la colaboración de la Facultad de Diseño que entregó la información oportunamente, donde consta que el total de ex estudiantes es de 89 (*anexo 1*).

Se ha aplicó entonces encuestas al total del universo de los graduados de estas promociones, ya que, para conseguir información real y certera a cerca de la situación laboral de cada uno de ellos, es necesario ejecutar dicha encuesta a cada Diseñador. Sin embargo, cabe resaltar que a pesar de que se esperaba contar con la participación absoluta de los graduados correspondientes a estas promociones, solo se obtuvo la participación de 75 de los 89 diseñadores graduados.

3.5 Operacionalización de variables:

3.5.1 Variable Independiente:

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
-Academia: Sociedad científica, literaria o esdrástica establecida con autoridad pública. Establecimiento docente, público o privado de carácter profesional, artístico, técnico o simplemente práctico.	-Conocimiento teórico impartido. -La puesta en práctica de los conocimientos.	-Situación actual. -Formación de los diseñadores de modas (fortalezas, amenazas, debilidades, oportunidades detectadas en la formación) -Estado actual de la vinculación.	-¿Qué materias se les imparte a los alumnos? -¿Cómo se relacionan estas materias con su aplicabilidad en el medio laboral? -¿Qué programas o proyectos de vinculación existen entre alumnos y sociedad? -¿Se prioriza el acercamiento de los alumnos al futuro medio laboral?	-Técnica: Entrevista Cuestionario dirigido a los miembros de la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas, de donde se podrá obtener de primera mano cual es el objetivo principal de la carrera y que proyectos o propuestas se han puesto en marcha en pro del objetivo principal.
-El diseñador de moda: Profesional encargado de diseñar colecciones de ropa y complementos, creando nuevos estilos o recuperando modas antiguas centrándose en las tendencias culturales y sociales	-Competencias adquiridas -Falencias detectadas	-Situación actual. -Conocimientos de los diseñadores de modas (fortalezas, amenazas, debilidades, oportunidades detectadas en el ejercicio) -Apertura a la participación en programas de actualización de conocimientos.	-¿Cuántos graduados se encuentran ejerciendo la profesión? -¿Cuántos graduados se han vinculado con la industria? -¿Que tan fácil le es al diseñador graduado insertarse en el medio laboral? -¿Los conocimientos adquiridos le son de utilidad? -¿Que falencias se han detectado en la práctica del ejercicio laboral?	-Técnica: Entrevista Cuestionario dirigido a los diseñadores graduados de la carrera de diseño en textiles y modas de la Universidad del Azuay correspondientes a las promociones 2015 - 2016 - 2017.

Tabla N9: Variable independiente / Perfil del Diseñador de Modas

3.5.2 Variable Dependiente:

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
<p>Industria Confeccionista: Negocio o actividad económica dedicada a la producción de indumentaria y sus accesorios. Conjunto de operaciones ejecutadas por personal de manufactura preparado para la transformación de la materia prima en productos de vestir.</p>	-Interna	<p>-Situación actual</p> <p>-Percepción del diseño de modas y su participación en la industria</p> <p>-Aptitudes del diseñador, fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas detectadas en los diseñadores de modas en ejercicio.</p>	<p>-¿Cuentan con mano de obra calificada?</p> <p>-¿Consideran al diseño como un recurso importante de diferenciación y competitividad?</p> <p>-¿Cuentan con un diseñador de planta?</p> <p>-¿Cuentan con un departamento de diseño?</p> <p>-¿Qué competencias le son otorgadas a un diseñador dentro de su cadena productiva?</p>	<p>-Técnica: Investigación de campo</p> <p>Dividido en tres fases, se aplicará como instrumento Encuestas, Entrevistas y Observación directa, a contribuyentes del SRI registrados bajo la actividad "fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera."</p> <p>Encuestas dirigidas en una primera instancia al grupo de Pequeños Contribuyentes para determinar el nivel de participación.</p> <p>Entrevistas a Grandes y Medianos Contribuyentes, aplicado al total de la población, así como a los dirigentes de asociaciones y gremios de artesanos que conforman el grupo de los Micro Contribuyentes registrados en el SRI</p> <p>Observación directa aplicada a todos los grupos anteriormente mencionados, con el fin de obtener mayor información sobre su situación real.</p>
	-Externa	<p>-Estado actual de la vinculación.</p> <p>-Apertura a la participación en programas de enlace.</p>	<p>-¿Como calificaría los conocimientos del diseñador en la práctica?</p> <p>-¿En que áreas considera se debería reforzar los conocimientos adquiridos por los diseñadores acorde con los requerimientos propios del mercado y la industria?</p>	

Tabla N10: Variable dependiente/La Industria Confeccionista de la ciudad de Cuenca

3.6 Plan de recolección de información:

3.6.1 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información:

Tipo de información	Técnicas de investigación	Instrumentos de recolección de información
Primaria	<p><i>-Entrevista:</i> Esta técnica se la pondrá en práctica con el grupo de los Grandes, Medianos y Micro contribuyentes registrados en el SRI bajo la actividad de fabricación de prendas de vestir código CIU C141002, en el caso de Grande y Mediano, el total de la población es un número pequeño por lo cual contactar con los mismos permitirá evaluar al total de la población, en el caso de Micro contribuyente la población es extensa, sin embargo al existir asociaciones y gremios que tutelan al grupo, la entrevista se realizará a los representantes de los mismos ya que estos cuentan con información preliminar de la situación y necesidades de sus afiliados. De igual manera será aplicada a los miembros de la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Moda.</p> <p><i>-Observación directa:</i> La técnica de observación será aplicada en conjunto con las entrevistas que se realicen, y de esta se podrá obtener información adicional extraída de la realidad, lo que permitirá evaluar de manera más profunda las condiciones de las fábricas y talleres visitados.</p> <p><i>-Encuesta:</i> Con esta técnica se obtendrá información de dos grupos, el primero de los Diseñadores de Modas graduados en las promociones 2015 - 2016 - 2017, de los cuales se pretenderá contactar al total de la población; y el segundo grupo serán los Pequeños contribuyentes registrados en el SRI bajo la actividad de fabricación de prendas de vestir código CIU C141002, a los cuales se les aplicará un cuestionario para identificar el nivel de participación con el que contará, y así decir la muestra con la cual se contará.</p>	<p>Cuestionarios semiestructurados para la fase de entrevistas, ya que de su ejecución pueden ir surgiendo más interrogantes en el momento, aplicado a Grande, Medianos, Pequeños y Micro contribuyentes.</p> <p>Cuestionarios estructurados para la fase de encuestas tanto a diseñadores.</p> <p>Fichas de registro para la fase de observación</p> <p>Fotografías para registrar la distribución de los talleres y fábricas</p>
Secundaria	<p>-Investigación documental, de la cual se obtendrá información de respaldo principalmente sobre las actividades dispuestas por parte de la academia para la correcta formación de sus estudiantes en diseño en textiles y moda, formación que ha sido recibida. Así como investigación bibliográfica que sirva como base.</p>	<p>Documentos web referenciales, investigaciones previas en el área, bases de libros, revistas o artículos relacionados.</p>

Tabla N11: Técnicas e Instrumentos de recolección de información

3.7 Plan de procesamiento de la información:

Población y Muestra	Recolección de datos	Pasos a seguir	Análisis e interpretación
<p>-Industriales confeccionistas de la ciudad de Cuenca registrados en el Servicio de Renteas Internas SRI como contribuyentes bajo la actividad "fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera." código CIUU C141002 segmentados por su tamaño en cuatro subgrupos:</p> <p>-Grandes contribuyentes</p> <p>-Medianos contribuyentes</p> <p>-Pequeños contribuyentes</p> <p>-Micro contribuyentes</p> <p>En los tres primeros grupos se contactará con el total de la población, sin embargo en el caso de Micro contribuyente se hará un acercamiento a gremios y asociaciones representativas.</p>	<p>-Encuestas</p> <p>-Entrevistas</p> <p>-Observación directa</p>	<p>-Elaborar cuestionario para encuestas y entrevistas a industriales del sector confeccionista.</p> <p>-Identificar industriales según su tamaño como contribuyentes.</p> <p>-Contactar Grandes, Medianos contribuyentes para entrevistarlos.</p> <p>-Contactar gremios y asociaciones para entrevistarlos y obtener información sobre Micro contribuyentes.</p> <p>-Aplicar encuestas al grupo Pequeños contribuyentes, para determinar el nivel de participación.</p> <p>-Identificar y entrevistar a los pequeños contribuyentes dispuestos a colaborar.</p> <p>-Analizar e interpretar datos obtenidos</p> <p>-Cotejar ambos resultados.</p>	<p>-Análisis de resultados obtenidos</p> <p>-Interpretación de los resultados obtenidos</p> <p>-Reflexión</p> <p>-Comprobación de hipótesis</p>
<p>-Docentes miembros de la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas, como representantes de la academia.-</p>	<p>-Entrevistas</p> <p>-Observación directa</p>	<p>-Elaborar cuestionario para entrevista a Junta Académica.</p> <p>-Aplicar entrevista</p> <p>-Analizar e interpretar datos obtenidos</p> <p>-Cotejar ambos resultados.</p>	<p>-Análisis de resultados obtenidos</p> <p>-Interpretación de los resultados obtenidos</p> <p>-Reflexión</p> <p>-Comprobación de hipótesis</p>
<p>-Diseñadores graduados de la carrera de Diseño en Textiles y Modas correspondientes a las promociones 2015, 2016 y 2017. (total de la población).</p>	<p>-Encuestas</p>	<p>Elaborar cuestionario para encuestas a diseñadores</p> <p>-Contactar Diseñadores utilizando listado que ha sido facilitado por la secretaría de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay</p> <p>-Aplicar encuesta</p> <p>-Analizar e interpretar datos obtenidos</p>	<p>-Generación de gráficos y tablas de aquellas preguntas cuantitativas.</p> <p>-Agrupación por similitud en preguntas cualitativas</p> <p>-Análisis de resultados obtenidos</p> <p>-Interpretación de datos obtenidos</p> <p>-Reflexión</p> <p>-Comprobación de hipótesis</p>

Tabla N12: Plan para el procesamiento de información

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.7 Análisis de los resultados:

Como se mencionó en el capítulo anterior, en la fase investigativa se identificaron tres grupos principales a estudiar, por un lado están los contribuyentes registrados en el Servicio de Rentas Internas SRI bajo el código CIU C141002 correspondiente a la actividad “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.”

Los Diseñadores en Textil y Modas graduados en las promociones 2015, 2016 y 2017 de la Universidad del Azuay, así como los tres docentes que presiden la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Moda.

Entonces el primer grupo que se analizará será el de los diseñadores, cabe resaltar que la población que se definió en una primera instancia correspondía a 89 sin embargo, se contó con la participación de únicamente 75 de ellos, por lo cual se determinó el porcentaje de participación en 84,27%. A continuación, se analizarán las respuestas obtenidas de los cuestionarios aplicados al grupo de diseñadores previamente mencionados. El modelo del cuestionario aplicado se adjunta en *anexo 4*.

4.2 Interpretación de datos:

4.2.1 Entrevistas a empresarios del sector confeccionista de la ciudad de Cuenca, clasificados por el tamaño de contribuyente:

Continuando con la investigación, el siguiente grupo a analizar es el de los industriales en confección inscritos en el Servicio de Rentas Internas SRI bajo el concepto de “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.” Bajo el código CIU C141002 dentro de la ciudad de Cuenca únicamente, a quienes se los ha segmentado por tamaño entre grande, mediano, pequeño y micro contribuyente (información otorgada por el SRI) para de esta manera poder analizar la información obtenida de manera conexas con las condiciones de cada taller o fábrica, ya que generalizar las posibilidades de cada contribuyente en un solo análisis sería inapropiado al no ser un grupo homogéneo.

4.2.1.1 Entrevista gran contribuyente:

De acuerdo con la información obtenida gracias al Servicio de Rentas Internas, como ya se lo había dicho anteriormente, se conoce que en la ciudad de Cuenca existe una fábrica calificada como gran contribuyente, tres clasificadas como mediana, sesenta y tres como pequeña, y finalmente ochocientas cuarenta y cuatro registradas como micro contribuyente, por lo cual la etapa de entrevistas y observación directa se dividió en cuatro etapas, iniciando por la entrevista realizada a Pasamanería empresa que consta como Gran Contribuyente, a continuación el análisis e interpretación de los resultados obtenidos. (modelo de la entrevista *anexo 5*)



Figura N6: Logo empresa PASAMANERÍA

Fuente: Página Facebook oficial Pasa.ec (s.f). Logo Pasamanería [Imagen].

<https://www.facebook.com/PASA.ec/photos/a.145091838927935.18757.145091692261283/1112488848854891/?type=1&theater>

Nombre Empresa o Taller:	Pasamanería
Nombre Empresario entrevistado:	Rosanna Nelson
Tipo de contribuyente:	Grande
Cargo que ocupa:	Jefa de Diseño
Tipo de prenda que confecciona:	Ropa interior y exterior para hombre y mujer, niño y niña.
Responsabilidades conferidas:	Dirección de diseño, contros de colecciones y líneas, control de artes para estampación.

Tabla N13: Datos generales empresa PASAMANERÍA

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Bastante buena, esto se debe al posicionamiento de la marca tanto a nivel local como a nivel nacional, donde los productos están bien colocados.

Pasamanería es una empresa local fundada en el año 1935, cuenta con 83 años de trayectoria, a lo largo del tiempo se han especializado en la producción de fibras, hilados, tejeduría de bases textiles, confección, etc. es decir son productores de toda la serie de materiales, suministros e insumos para la cadena de confección desde la obtención de los hilados hasta la venta del producto de forma directa al cliente. Esto sin duda es una gran ventaja para la empresa puesto que permite que sus precios sean sumamente competitivos en el mercado, garantizan la calidad del producto en todas sus etapas, a lo cual se suma el vínculo generado ya desde hace años con el cliente, que se ha convertido en un cliente fiel a la marca, el cual además encuentra variedad de productos para cada edad, consiguiendo así un acompañamiento al cliente a lo largo de su vida. Estas particularidades propias de la empresa Pasamanería han hecho que su posición económica en la actualidad sea buena, y estable tal como lo ha descrito la empresaria entrevistada.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

La calidad, este es un aspecto que se cuida en cada etapa de la fabricación ya sea de materias primas o de prendas terminadas, “Pasa es calidad” es el eslogan de la marca y por ende el producto.

Uno de los aspectos más importantes, o quizás el principal por el cual la empresa se ha logrado posicionar y mantener a lo largo de tantos años en el mercado y en la mente de los consumidores como un producto tradicional, es la calidad, cada detalle bien cuidado en toda la cadena de producción de los bienes que oferta la marca son cuidadosamente elaborados asegurándose así que la prenda terminada, o insumos ofertados, sean de buena calidad.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Aquel compendio de características de un artículo de vestir que cumpla tanto parámetros estéticos como de calidad y funcionalidad.

La empresaria entrevistada es diseñadora de interiores de profesión, pero relacionada y dedicada al ámbito de la confección y la moda desde hace muchos años, entiende muy bien el sistema de la moda y por ello ha definido al diseño en textiles y modas como la recopilación de aspectos estéticos y funcionales pensados en función de un artículo en específico, el cual es un criterio claro y consiste del papel principal del diseño de modas.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

El diseñador de modas debe ser aquel profesional capaz de cumplir con lo anteriormente mencionado, es decir aquel que conozca de la estética del producto que se está generando de acuerdo con el estilo de la marca, que entienda el estilo de vida del cliente para el cual se está diseñando, y que lo conjugue con las tendencias actuales de la globalidad. Además, deberá ser capaz de llevar a la realidad las propuestas que genere, lo que se traduce en que debe ser capaz de patronar y confeccionar el producto que ha diseñado previamente.

Las características mencionadas por la entrevistada, que considera un diseñador de modas debe de poseer hacen total referencia al ámbito creativo, pero totalmente vinculado con la parte productiva, pues bien, estas dos fases son necesarias para la creación de una prenda de vestir, y la una depende de la otra cuando el objetivo es producir una prenda con un contenido de diseño en el mismo. El criterio de la entrevistada habla de años de experiencia y de un panorama claro de las necesidades que como fábrica tienen con respecto al desempeño de este profesional.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Análisis e Interpretación:

La calidad está dentro de los procesos de confección insumos, materias primas, bases textiles, procesos de confección, estampación, diferentes tecnologías aplicadas así como los terminados de los productos, lo cual hace que la prenda de vestir que se oferta al público sobresalga por su calidad de entre la competencia, pero el diseño y todos los procesos que se contienen dentro del permite crear un producto estético y funcional que así mismo se diferenciara de la competencia por su propuesta visual, al unir estos dos elementos se obtiene un producto de altísima calidad, con un valor agregado que el mercado valora y por supuesto permite resaltar de entre la competencia que pudiese existir.

El punto de vista que ha dado la empresaria entrevistada resulta muy interesante, ya que ella ha sabido mencionar que la calidad está en los materiales, telas, insumos, procesos de confección y acabados que se le dé a una prenda y que esto es ya una característica que permitirá que un producto resalte por sobre otros similares que no tengan los mismos parámetros de calidad, sin embargo así mismo ha mencionado que en este aspecto el diseño adquiere una función complementaria a los procesos de producción, puesto que la parte estética es la que salta primero a la vista y que al estar encadenada con la calidad del producto en sí, pues este entonces será un producto de altísima calidad que se posicionará en el mercado. Resumiendo, el diseño sería aquel factor generador de valor agregado en una prenda de vestir que puede ser muy buena, pero que siempre requerirá de ese algo que le permita completar el paquete.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

La empresa cuenta con un departamento de diseño formado por cuatro diseñadoras y tres patronistas que trabajan correlacionadas todo el tiempo.

Al ser una empresa grande, con cientos de empleados en su nómina, el departamento de diseño debe estar equipado para abastecer las necesidades creativas de la fábrica, por ello tal como la entrevistada lo ha mencionado cada diseñadora está encargada de un área en específico tales como diseño de colecciones para el mercado infantil, junior, adulto, de mujer o de hombre, diseño y decoración de escaparates y vitrinas, diseño de artes para estampación y bordado, por mencionar algunas de las actividades propias del departamento. Así mismo es relevante recalcar que la entrevistada ha señalado que el departamento cuenta con tres patronistas bien capacitadas las cuales están dedicadas al desarrollo de moldería, escala y tendidos en compañía de las diseñadoras, así como la confección e prototipos previo a la producción en serie.



Figura N7: Instalaciones departamento diseño empresa PASAMANERÍA

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

Las diseñadoras tienen entre sus tareas las siguientes actividades:

- Diseño de producto, línea o colección.
- Diseño de artes para serigrafía y estampación
- Diseño de artes para bordados
- Diseño de etiquetas

- Diseño de vitrinas
- Diseño de empaques
- Fichas de diseño y de producción
- Revisión de prototipo
- Estudio de mercado y tendencias

Al ser Pasamanería una empresa grande hay varias áreas que requieren de la interpretación del diseño, tales como escaparates, empaques y etiquetas de los productos, actividades que difieren de las que se pudiesen tener en empresas más pequeñas, pero además de estas, como actividades principales se encuentran la generación de colecciones, desarrollo de artes para estampación o bordado, generación de fichas y la revisión de los prototipos. En este caso el papel del diseñador llega solo hasta el desarrollo del prototipo, pero se encuentran en constante comunicación con el departamento de producción y de calidad para así cuidar todos los detalles que pudiesen tener alguna corrección que realizar, y que se lo identifique en el proceso.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

En la parte creativa las diseñadoras que han pasado por la empresa han sido muy buenas, han tenido muchas ideas innovadoras, pero en este aspecto a veces les ha costado un poco asentar esa creatividad sobre el tipo de producto que se confecciona en la fábrica, sin embargo, es un proceso de adaptación fácil de conseguir. Por otro lado, en área en el que por lo general se identifican problemas es en patronaje, ya que cuando es el diseñador el que desarrolla la moldería se requiere de más ensayo y prueba hasta lograr corregir cualquier error en la moldería.

De lo conversado en la entrevista realizada existieron dos aspectos a resaltar en cuanto al perfil de los diseñadores junior cuando han empezado a laborar en la empresa,

como fortaleza la entrevistada ha identificado la creatividad del diseñador, su facilidad para generar propuestas innovadoras, sus habilidades para bocetar, conocimiento de tendencias, paletas de colores, etc. Y por otro lado identifica como debilidad el nivel de conocimientos en patronaje, a pesar de que las prendas elaboradas en la fábrica son básicas por así decirlo, los diseñadores han tenido problema en desarrollar moldes que tengan un buen armado a la primera, siempre requieren de procesos de corrección antes de pasar una prenda a producción, lo cual le representa un desperdicio de tiempo al departamento de diseño.

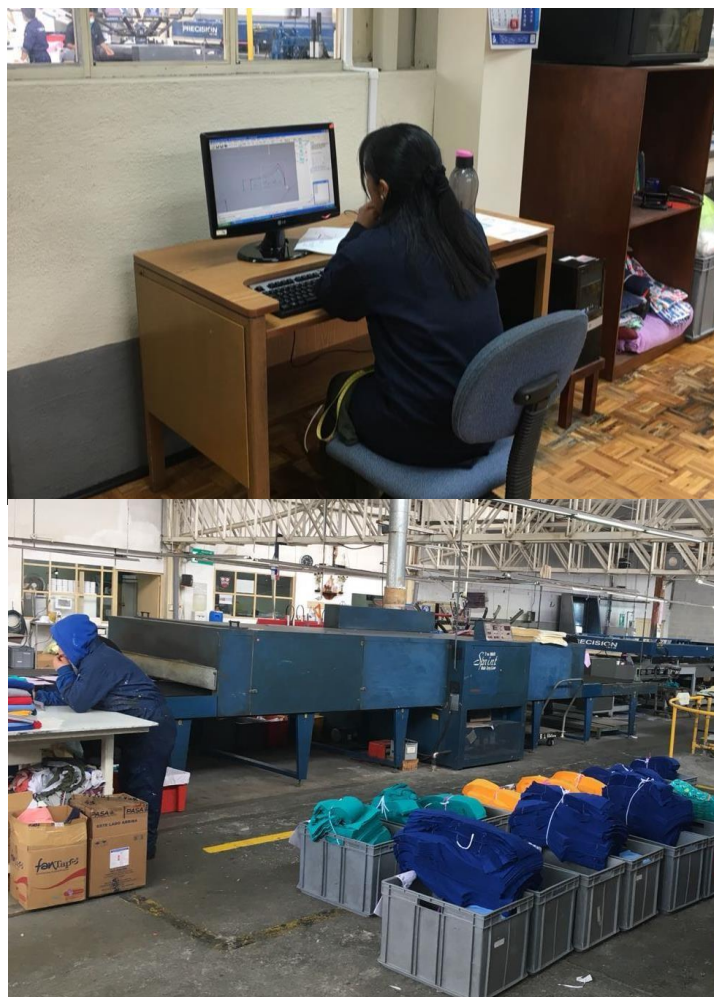


Figura N8: Instalaciones departamento diseño empresa PASAMANERÍA

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

Solían recibir pasantes, pero desde hace un tiempo no han recibido peticiones, o por el contrario los horarios en los cuales los estudiantes puede realizar sus horas de trabajo no coinciden con los de la disponibilidad de la fábrica y por este motivo no se han concretado estas prácticas pre profesionales.

En este sentido la fábrica Pasamanería ha estado siempre dispuesta a colaborar con este tipo de procesos para el crecimiento y formación de los estudiantes de diseño, si hay un aspecto que resaltar sería que, tal como la entrevistado lo señaló en la conversación, para la fábrica recibir pasantes se traduce en tiempo destinado al entrenamiento del pasante, puesto que muchos de los procesos y manejo de tecnologías que mantienen en el área de diseño tales como la aplicación de serigrafía, bordado, moldería, etc. requiere un acompañamiento, e incluso en muchos casos la enseñanza desde cero, que claro para el estudiante es muy provechoso porque aprende nuevas metodologías, pero para la fábrica se traduce en la desviación de recursos, de tiempo en el cual podrían realizar otras actividades para la misma empresa.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

En algún momento vieron esta opción como un recurso, sin embargo, el costo que les representaba fue considerado alto, por ello decidieron no tomar estos servicios.

La presencia del diseño como recurso indispensable en el proceso previo a la confección de prendas, para la empresa Pasamanería, ha hecho que incluso en un momento dado buscaran el apoyo externo de estos servicios de diseño, dato que muestra

la importancia y protagonismo que ese le da a la creatividad y al diseño de modas como tal dentro de la cadena productiva, puesto que según palabra de la entrevistada, no pueden prescindir de este, es la base de donde se parte toda la cadena de confección, ventas, publicidad, etc.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Si le interesaría, ya que comparte la idea de que el diseñador sale con una ideología de que el diseño de modas puede ser aplicado casi exclusivamente en las pasarelas, dejando por fuera toda la amplia gama de aplicaciones que en realidad tiene sobre todo dentro de la industria confeccionista.

La participación de grandes referentes de la industria textil y confeccionista, como es el caso de la fábrica Pasamanería es de gran importancia, debido a que, con su experiencia en el campo laboral, los recursos con los que cuentan, podrán aportar de forma contundente en cualquier proceso de vinculación que se pudiese plantear en pro de la vinculación integral de los diseñadores de modas de la ciudad de Cuenca con la industria confeccionista de la ciudad.

Resultados de la observación directa:

Gracias a la apertura brindada por la empresa, se pudo visitar el área de diseño, un espacio sumamente ordenado, bien distribuido, donde trabajan en conjunto cuatro

diseñadoras y tres patronistas, mismas a las que se les asigna tareas concretas según las necesidades de la empresa, para coordinar de esta forma el trabajo de forma paralela.

Así mismo se observó que cuentan con la tecnología adecuada para la aplicación de tecnologías que manejan en la fábrica tales como estampación por serigrafía, aplicación de bordados, etc. En la fábrica utilizan el programa Gerber para patronaje digital, y estas actividades las coordinan con el área de producción.

La colaboración prestada por la jefa del área de diseño Rosana Nelson fue de gran ayuda puesto que tuvo total apertura a contestar cada pregunta y a emitir sus criterios partiendo desde su experiencia tras muchos años de dedicarse a dirigir el departamento, por lo cual las respuestas obtenidas de la entrevista son tomadas con la seriedad propia de la empresa cuya magnitud de producción y años de experiencia en el mercado se traducen en juicios certeros.

Reflexión:

Pasamanería es la única empresa en la ciudad de Cuenca bajo el criterio de *Gran Contribuyente*, de acuerdo a los datos facilitados por el Servicio de Rentas Internas SRI, por sus niveles de ventas y aportaciones. Esta fábrica por sus años de trayectoria, variedad de productos que oferta, cantidad de personal de planta con el que cuenta, es un referente a nivel local y nacional para la industria textil y confeccionista del país.

El área de la confección de prendas de vestir es el área en el que se centró la entrevista realizada a la directora del departamento de diseño, esto con el fin de entender y conocer cómo trabaja dicho departamento, cuáles son sus necesidades y que rol desempeñan los diseñadores de modas dentro de esta área.

Gracias a la entrevista y a la observación directa realizada, se pudo constatar que el departamento de diseño está bien conformado, cada diseñadora conoce sus responsabilidades designadas y ocupan su tiempo en la investigación de tendencias, seguimiento del estilo de vida del cliente al cual se dirigirá la línea o colección, participan de la selección de materias primas tales como bases textiles e insumos, se encargan del

diseño de colecciones o líneas de productos dependiendo de los requerimientos, así como de la parte gráfica a aplicarse en las prendas, ya sea serigrafía o bordados, participan de la realización de moldería y confección de prototipo y su trabajo como tal llega hasta este punto puesto que el área de confección es otra diferente de la de diseño, aunque seriamente conectadas.

Así pues se resuelve que en el caso de la empresa Pasamanería que por su tamaño está conformada por varios departamentos, el de diseño se dedica explícitamente a actividades creativas y su intervención llega hasta el nivel de prototipo como máximo, siendo así que en este caso en particular los requerimientos de la fábrica en cuanto a un profesional del diseño de modas se centran en la innovación y propuestas frescas, conocimiento de tendencias del medio, manejo de softwares de diseño, y por supuesto la creatividad. Así como en un menor grado conocimientos sobre patronaje que permitan concebir una prenda de vestir de la manera más adecuada.

Finalmente se resumen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) identificados posterior a la entrevista aplicada, en la siguiente tabla:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Diseño de artes para serigrafía y estampación
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de patronaje manual	Poco Conocimiento del control de Producción
Mal manejo de softwares de patronaje digital	Poco conocimiento de fotografía e imagen del producto

Tabla N14: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Gran Contribuyente

4.2.1.2 Entrevista medianos contribuyentes:

El siguiente grupo fue el de los Medianos Contribuyentes, mismo que según el registro se encuentra conformado por tres contribuyentes, de los cuales se tuvo un acercamiento con dos de los tres contribuyentes, lo que refiere un 67% de participación. A continuación, los resultados obtenidos por empresa.

Empresa N1:



Figura N9: Logo empresa KOSSMORÁN

Fuente: Directorio de empresas Cuencanos.com (sf). Logo Kossmorán [Imagen]. Recuperado de http://www.cuencanos.com/empresas/detallesempresaporid.php?Id_Empresa=2124

Nombre Empresa o Taller:	Kossmorán
Nombre Empresario entrevistado:	María Caridad Carrión
Tipo de contribuyente:	Mediano
Cargo que ocupa:	Gerente y Diseñadora
Tipo de prenda que confecciona:	Prendas básicas de uso diario, casual y deportiva.
Responsabilidades conferidas:	Parte legal, manejo de finanzas, diseño colecciones junior.

Tabla N15: Datos generales empresa KOSSMORÁN

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Considera que la situación es algo complicada ya que económica de su empresa se ha visto estancada debido a la contracción propia del sector, y han tenido que optar por otras vías para tener mayores niveles de ventas tales como participar de proceso de compras públicas, así como cerrar un poco el abanico de los productos tradicionalmente ofertados al público para así ser más competitivos en líneas de producción específicas.

Kossmorán es una marca tradicional en la ciudad de Cuenca que desde hace años ha ofertado al público prendas básicas, casuales para el uso diario, sin embargo tal como la Dis. María Caridad Carrión lo ha mencionado en la entrevista que se realizó, en algún momento empezaron a expandir su línea de productos con el fin de abarcar una mercado más grande, sin embargo con el paso del tiempo se han dado cuenta de que manejar varias líneas de productos no es tan rentable así como el especializarse en una cierta línea y ofertar productos de calidad, lo cual es muestra de que para tener éxito en la venta de un producto, se necesita empezar por la especialización en cierta rama o línea, para entonces después de posicionarse en el mercado con la misma, pensar en expandir el abanico de opciones y así mismo buscar consolidar el producto que se está introduciendo en el mercado.

Ha esta situación, tal como lo menciono la Dis. Carrión se ha sumado el hecho de que en el país los proveedores de insumos y bases textiles han realizado cambios en los precios de los productos que usualmente adquiere la marca, y al no existir una variedad de proveedores en el sector, el industrial debe optar por adquirir dichos materiales al precio que le son ofertados, aun cuando considera el valor es algo alto.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

En la empresa al ofertar prendas de vestir para el diario priorizan la calidad, ya que deben ser prendas duraderas, cómodas, sin embargo, el precio también es un factor a tomar en cuenta al momento de ser competitivos en el mercado.

Para la empresa Kossmorán es importante vender calidad en sus productos, y hacerle saber al cliente que esa prenda que está adquiriendo será confortable, duradera, para que así el mismo regrese con la confianza de saber que producto es el que está adquiriendo, para ello es importante que en los procesos de diseño y producción se cuiden detalles como el tipo de bases textiles que se usas, la moldería que se aplica y los terminados en cuanto a los proceso de confección y a los tiempos de confección para que el producto pueda ser vendido en un precio razonable y competitivo, fácil de adquirir, demostrando así que la concepción de un nuevo diseño no solo involucra la parte visual de la prenda, sino todos los aspectos de procesos, tiempos y costos de producción, etapas que deben ser bien cuidadas por el diseñador de modas que se encargue de generar un nuevo producto.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Es aquella profesión en la cual el diseñador como tal deberá de proponer un estilo de vida que se identifique con cierto grupo o nicho de mercado, más que tan solo la creación de una nueva prenda de vestir.

En este caso, al ser diseñadora la persona entrevistada tiene un conocimiento más amplio sobre el verdadero sentido de la profesión de diseño en textiles y moda ya que supo mencionar que el diseñador debe ir más allá de la parte creativa, y que más bien debe identificarse y comprender a cabalidad el mercado para el cual este está diseñando y así entonces poder ofertarle productos que concuerden con su estilo de vida, en este sentido esta respuesta es ciertamente acertada ya que define una parte muy importante del diseño en textiles y moda que es satisfacer las necesidades del consumidor.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Considera que el diseñador debería ser un investigador, que estén capacidad de proponer nuevas cosas a partir de un análisis que se realice en el mercado, sin embargo, en la práctica del día a día no se puede cumplir con este trabajo de investigación ya que se debe cumplir primero con otras actividades dentro de la fábrica, tales como dar seguimiento a la cadena de producción, control de los productos, etc.

En este caso, la persona entrevistada al ser diseñadora entiende cuál es el sentido del diseñador de modas, y por ello ha mencionado que el mismo debería estar en casa de tendencias, de las novedades existentes en el medio, tal como lo menciona ser un investigador, que pueda empaparse de información nueva y junto con su capacidad creativa poder proponer nuevos diseños, pero en el medio la realidad es otra, y el diseñador poco o nada puede hacer de caza de tendencias en investigación de mercados ya que dentro de una fábrica se le otorgan varias responsabilidades sobre todo relacionadas con el aspecto de la producción por lo cual debe dedicar su tiempo a concebir, probar y programar la producción de una nueva prenda de vestir, misma que se ha basado en las tendencias globales investigadas previamente en redes sociales o en la web, más que en el entorno propio de la ciudad. Este entonces podría ser uno de los motivos por los cuales el país y en específico la ciudad de Cuenca no genera moda

autónoma, porque a final de cuentas resulta más fácil, rápido y económico obtener referentes del internet y dedicarse a los procesos de producción antes que realizar todo el trabajo desde cero.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique.

Análisis e Interpretación:

Efectivamente el diseño y el diseñador de modas tienen su razón de ser y de formar parte de una fábrica dedicada a la confección de indumentaria de moda, por lo tanto, su rol es muy importante ya que de su creatividad y propuestas frescas dependerá la captación y aceptación del público con respecto a una prenda, porque el comprador sabe que va a encontrar un producto cómodo, de buena calidad, estéticamente agradable, y distinto a lo que se ve en otras tiendas competencia, donde quizás los productos son elaborados en base a copias de la web.

Sin duda el hecho de que una de las cabezas de la fábrica sea diseñadora de profesión ayuda a que los criterios con los que se maneja y desarrolla la empresa Kossmorán estén siempre ligados al diseño, incluso en este caso a pesar de ellos manejar una línea de prendas básicas, de uso diario, donde se podría suponer que el diseño no interfiere, el mismo tiene un protagonismo importante ya que les permite generar siempre propuestas innovadoras, distintas a lo producido anteriormente y de esta forma captar siempre la atención del comprador.

De esta manera se establece que el diseño si aporta un valor agregado y diferenciador, lo cual resulta ser un eje estratégico para sobresalir de la competencia, ya que esto es lo que le ha permitido a la marca Kossmorán posicionarse en el mercado al pasar de los años.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

Eventualmente han contratado diseñador de planta, no obstante, al momento no cuentan con uno ya que la última persona que trabajo para ellos salió por motivos de estudio, y no han vuelto a contratar un diseñador por la contracción económica por la que pasa la empresa y al ser la gerente diseñadora de profesión, se apoyan en sus conocimientos.

Kossmorán, tal como su gerente lo ha mencionado, se caracteriza por producir prendas básicas de uso diario, donde el diseño interfiere más en la parte visual de la prenda tal como los estampados e insumos que se utilizan, por ello la presencia de un diseñador se ha vuelto prescindible por calificarlo de cierta forma sobre todo frente a la situación economía de contracción por la que atraviesa al momento, sin embargo hay que resaltar el hecho de que si cuentan con una diseñadora, que es la misma gerente, quien se encarga de dirigir los procesos de diseño y producción cuando no cuentan con otro diseñador de planta contratado, lo cual muestra que aunque las prendas sean básicas y se mantenga una producción continua de la misma tipología de prendas, el diseñador es un elemento necesario para coordinar ya sea la parte creativa, visual, en la elección de bases textiles e insumos, moldería, generación de fichas de producción, prototipado, control de calidad, etc. ya que estas son actividades multidisciplinarias pero que van encadenadas y por lo tanto si el diseñador no interviene en la parte visual y creativa de la prenda porque ya existe, deberá de intervenir en el resto de procesos que le siguen al diseño de la prenda.



Figura N10: Instalaciones área de diseño Kossmorán

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

Como ya se dijo anteriormente, al momento la empresa Kossmorán no cuenta con diseñador de planta, pero cuando se contrata uno, este se encarga concretamente de las actividades siguientes:

- Manejo de insumos y bases textiles
- Diseño y generación de colecciones

- Elaboración de fichas técnicas
- Manejo de softwares de diseño
- Patronaje manual
- Manejo de softwares de patronaje

Las actividades que Kossmorán le confiere a su diseñador de planta cuando tiene contratado a alguno son las actividades propias para el profesional de diseño, es decir sigue en orden la cadena de producción ya que al tener intervención desde el momento de la elección de los materiales, hasta el nivel de prototipado y programación para la confección ya en cantidad, está interviniendo en cada una de las etapas, donde puede además ser responsable de controlar que el prototipo sea fiel al diseño propuesto así como que el diseño propuesto sea ejecutable.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

El diseñador recién graduado sale al mercado con la idea de que el diseño de modas es únicamente la alta costura o la confección de vestuario para ceremonia, con una inclinación hacia las pasarelas, y no consideran que existen otras áreas del diseño donde también pueden aplicar sus conocimientos y por ello aquellos diseñadores que han pasado por Kossmorán les ha costado acoplarse a la idea de que las propuestas que realizan deben ser sencillas por llamarlas de algún modo, para que las mismas sean de precios accesibles. Además, considera que el diseñador junior desconoce, o más bien no siempre tiene en cuenta que el diseño que se proponga deberá de haber contemplado procesos de producción por cuanto estos significan mayores procesos y mayor costo.

Entonces, el desenvolvimiento en el área creativa de los diseñadores es muy bueno, así como su manejo de softwares de diseño y el conocimiento que tienen sobre las tipologías de las bases textiles, mientras que en el área de patronaje tanto manual como

digital es bueno, pero si podría mejorar, sobre todo para evitar repetir procesos de ensayo y error, lo cual siempre significa empleo de recursos para la fábrica.

En base a la experiencia de la Dis. María Caridad Carrión, los diseñadores que se han empleado en la empresa han sido muy creativos, y las propuestas que han generado para la marca han sido bastante buenas, sin embargo una de las falencias más comunes, según lo menciona, ha sido que el diseñador no conecta el diseño con la confección del prototipo y menos aún con su producción, es decir no buscan generar diseños que sean costeables para la empresa y que puedan venderse a un valor accesible y esta es una falla existente en la formación de los diseñadores debido a que en papel aguanta todo, en papel el diseño puede tener muchos detalles que creen un producto sumamente estético y creativo pero hay que considerar la factibilidad de confeccionar tal prenda y además considerar el costo que esta va a tener , en función del mercado al que se dirige y el costo que los clientes son capaces de cubrir.

Considera que en las otras áreas que ha visto desenvolverse a los diseñadores que ha recibido sus conocimientos son buenos, por ejemplo, en patronaje considera que los conocimientos para realizar molderia básica y manejar el programa de patronaje digital son buenos, lo cual puede deberse al hecho de que por la tipología de prendas que se producen en Kossmorán, los patrones que se deben desarrollar son derivados de los básicos por lo cual su ejecución es práctica.

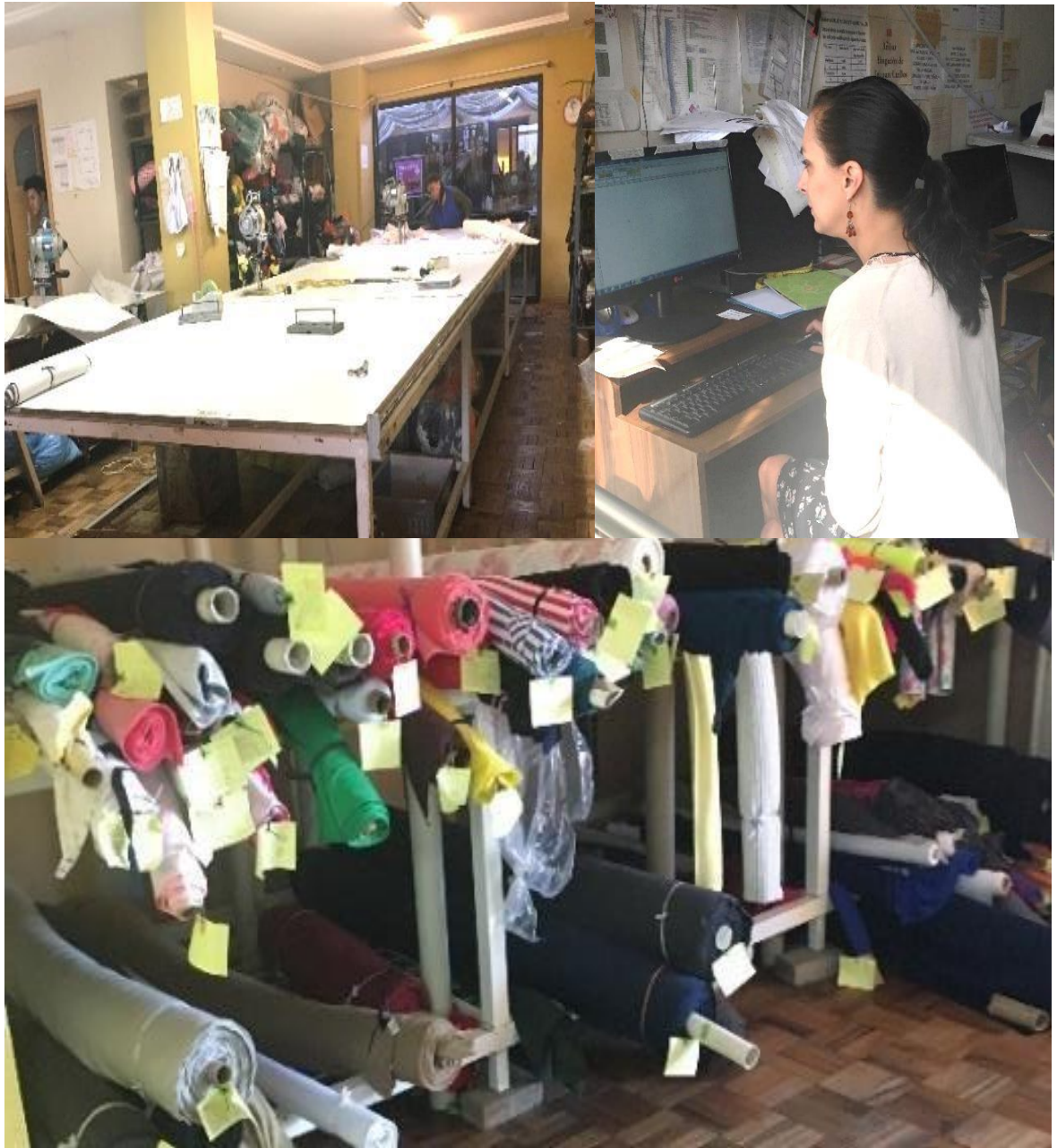


Figura N11: Instalaciones de producción Kossmorán

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

Eventualmente si han recibido a estudiantes de la carrera en diseño textil y modas, los estudiantes han sido quienes se han acercado a solicitar realizar estas prácticas pre profesionales.

La empresa tiene apertura y disponibilidad para aceptar a estudiantes que deseen realizar sus pasantías pre profesionales, dándoles el espacio para que pongan en práctica sus conocimientos y a la vez adquieran nuevos a partir de la experiencia de quienes trabajan en la misma. Esta disponibilidad y apertura por parte de la empresa es muy valiosa sobre todo para los futuros programas de vinculación que se pudiesen plantear, ya que demuestra que respetan el rol del diseñador en los procesos propios de la producción y además que la fábrica no tiene recelo de compartir sus conocimientos con los futuros diseñadores.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

Si lo han hecho en algún momento, sobre todo por cuestiones de tiempo decidieron buscar diseñadores que trabajen de forma externa, los mismos que cumplieron a cabalidad con la parte creativa en sus propuestas para nuevas líneas de ropa que fueron solicitadas desde la empresa.

Nuevamente el hecho de que la empresa busque servicios externos para la generación de nuevas prendas y modelos ratifica la confianza que le otorgan al diseño en su cadena de producción, ya que muy bien podrían basarse en una mera investigación en redes sociales y la web para conseguir nuevas propuestas. El hecho de que una de las

dueñas dude la fábrica sea diseñadora de profesión ha significado para Kossmorán un criterio acertado sobre el diseño y sus funciones dentro de la cadena de producción.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Si, estarían dispuestos, ya que el diseño es parte fundamental de la producción en la industria confeccionista y es importante que el vínculo sea estrecho.

La disponibilidad y apertura de la fábrica es de suma importancia para el desarrollo de una correcta vinculación entre la academia y la industria, en el caso de la escuela de diseño de modas y la industria de la confección ya que los representantes de esta empresa conocen de primera mano la importancia del diseño, y por ello están dispuestos a darle el protagonismo.

Resultados de la observación directa:

A partir de la observación directa que se pudo efectuar gracias a la visita realizada a la fábrica de Kossmorán se pudo ver que la fábrica cuenta con la maquinaria suficiente para la confección de varios tipos de prenda, tales como de tejido plano y de punto, el espacio y la distribución con la que cuenta el área de producción quizás se ve un poco estrecho y limitante para un correcto movimiento entre cada área de producción tales como mesa de corte, bodega, circuitos de confección. Además, en la fábrica cuentan con sistema de patronaje digital Rich peace donde realizan los procesos de moldería, así como los trabajos de plotteado, es decir el equipamiento de la fábrica es completo. Así mismo

se pudo observar que le dan un papel importante al diseño dentro de su cadena productiva, como ya se mencionó esto puede darse debido al hecho de que la gerente y copropietaria es diseñadora de profesión y por lo tanto entiende bien cuál es el rol que cumple un diseñador en los procesos de producción, además hay que resaltar el hecho de que buscan generar prendas cómodas, bien pensadas y creadas para cada target de cliente que manejan.

Así mismo la apertura que se brindó para realizar la entrevista fue accesible, ya que se admitió conocer las instalaciones y tomar fotografías, lo cual permitió realizar la observación de forma directa e identificar ciertos detalles que hablan sobre la forma de trabajo y organización de la fábrica.

A modo de conclusión, se podría decir que la empresa Kossmorán considera al diseño como una etapa fundamental en la creación de las prendas que confeccionan, que además brinda espacio a los diseñadores en formación por medio de la aceptación de pasantes así como han generado oportunidades de trabajo para diseñadores graduados, por lo tanto sus criterios emitidos a cerca de las fortalezas y falencias que la empresaria entrevistada supo manifestar son valederos ya que parten de años de experiencia en el campo.

Dentro de estos criterios supo mencionar que la parte creativa de los diseñadores es buena, manejan bien los formatos para la presentación de fichas técnicas, manejan softwares de diseño, sin embargo la empresaria considera que las ideas de los diseñadores van mucho hacia la parte fantasiosa, propia de una pasarela, y les cuesta un poco aplicarse al tipo de prenda más básica, de uso diario que se elabora en la fábrica, lo cual atribuye al hecho de que en su formación los estudiantes no tienen suficiente acercamiento con los procesos industriales y esto genera un cierto desconocimiento.

Además, los diseñadores al desarrollar un diseño deben generar la moldería y para ello tienen a su disposición softwares de patronaje digital rich peace, el cual, si es bien manejado de acuerdo con Ma. Caridad Carrión, los demás procesos que pudiese cumplir un diseñador dentro de la cadena productiva en el caso de la empresa Kossmorán no le

son otorgados al creativo de planta, por lo tanto, no puede emitir criterios a cerca de los mismos.

Empresa N2:



Figura N12: Logo empresa ZHIROS

Fuente: Sitio Web Oficial Zhiros (sf). Logo ZHIROS [Imagen]. Recuperado de <http://www.zhiros.com/index.html>

Nombre Empresa o Taller:	Zhiros
Nombre Empresario entrevistado:	Patricio Maldonado
Tipo de contribuyente:	Mediano
Cargo que ocupa:	Gerente propietario
Tipo de prenda que confecciona:	Infantil
Responsabilidades conferidas:	Finanzas, ventas, programación de producción, planificación y revisión de diseños

Tabla N16: Datos generales empresa ZHIROS

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

La define como regular, atribuyendo esta situación a la falta de empresas proveedoras de insumos y bases textiles, sobre todo de buena calidad, ya que la mayoría de los distribuidores vienen de países vecinos y el material que traen al país no es de primera calidad y ese es un limitante para la línea de producto que maneja la marca Zhiros.

Al no contar con una variedad suficiente de insumos ni materia prima las posibilidades creativas y la gama de productos que se pudiesen crear en la empresa se ve ciertamente limitada, así lo ha sabido mencionar el empresario entrevistado, atribuyendo a esto situación la situación regular de la empresa, sin embargo al realizarle esta pregunta el mismo no quiso tocar el tema de la parte económica de forma clara, tomando en cuenta que la marca Zhiros es una marca con años en el mercado, dicho problema de falta de variedad en insumos y telas deberá de estar ya cubierto por lo cual, el atribuir la situación económica de la empresa como regular únicamente a esta problemática descrita, lleva a pensar que hablar del tema económico con más apertura no fue del agrado del entrevistado por lo cual limitó su respuesta.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

La calidad por sobre el precio, Zhiros no compite en el mercado por precios bajos sino por tener variedad de productos para el mercado infantil, sin embargo, siempre se apunta a que el precio de venta del producto en venta sea accesible para el target al cual se dirigen.

Al trabajar para el mercado infantil se debe tener en cuenta que las prendas de vestir deberán cumplir con ciertos estándares de calidad, tales como telas que no produzcan alergias, que sean ergonómicas y funcionales, buenos acabados y duraderas para resistir las diferentes actividades propias de niños pequeños, por ello el entrevistado ha sabido mencionar que dentro de la empresa siempre han procurado crear prendas de calidad, bien confeccionadas y que además tengan un valor competitivo y accesible para el consumidor. Esta mentalidad ha permitido que Zhiros sea una marca posicionada en la ciudad de Cuenca, con años de experiencia en el mercado bajo la estrategia de venta que aplican brindando un producto de calidad y de precio conveniente.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Es una actividad orientada al consumidor, donde se procura crear un producto que sepa satisfacer ciertas necesidades previamente identificadas en un grupo específico que será el mercado meta.

La respuesta recibida es ciertamente acertada ya que engloba una parte esencial del diseño de modas que es satisfacer las necesidades del consumidor a través de propuestas creativas, estéticas y funcionales, cuidando por supuesto detalles propios de la cadena productiva tales como costos, tiempos, procesos, materiales, ciclo de vida, etc.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Proponer y crear productos que sepan satisfacer las necesidades de un consumidor en específico, que será el cliente potencial, el diseñador debe tener claro cuál es el perfil del consumidor de la marca. Además, tener un criterio bien formado como para ser capaz de proponer cambios que permitan mejorar la cercanía que debe existir entre el producto y el estilo de vida del cliente meta.

El empresario entrevistado tiene en claro cuál es el rol fundamental el diseño y el diseñador de modas dentro de una fábrica, sin embargo, sus respuestas están dirigidas mucho más hacia la parte creativa, hacia la parte del estudio del cliente y las propuestas que pudiesen surgir en torno de eso, hasta este punto no se menciona la intervención del diseñador en otras áreas de producción que van de la mano de la parte creativa.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique.

Análisis e Interpretación:

El diseñador al ser un profesional sumamente creativo que conoce de tendencias, que maneja el equilibrio del color, que conoce de bases e insumos textiles, que está siempre en constante movimiento motivado por la curiosidad de que está pasando en el mundo, siempre estará dispuesto a proponer cosas diferentes, llamativas, y en el caso de la empresa Zhiros, al conocer y entender bien el mercado al que se dirige la marca, el diseñador es capaz de generar colecciones muy creativas, que resaltan entre las perchas donde se presenta el producto y es lo que hace que el cliente se enamore de una u otra

prenda, su rol es muy importante cuando está bien encaminado porque permite desarrollar prendas innovadoras que efectivamente se diferencian de la competencia, lo que se deberá ver reflejado en ventas y números siendo esto beneficioso para la empresa.

En el caso de la empresa Zhiros, su gerente considera que el papel del diseño dentro de la misma es estratégico, ya que es una herramienta que cuando está bien encaminada, bien enfocada, puede significar el desarrollo de un producto creativo del cual el cliente se enamorará y lo adquirirá, haciendo que el mismo, tal como lo ha mencionado el entrevistado, resalte de entre la competencia y sea el preferido por el consumidor.

El caso de esta empresa, que lleva muchos años en el mercado, resulta de gran importancia ya que es muestra y ejemplo de que el diseño y el diseñador de modas son parte fundamental en la cadena productiva, puesto que permite desarrollar productos con identidad, bien dirigidos al cliente meta y su estilo de vida, prueba de ello es la durabilidad y la aceptación que la marca Zhiros continúa teniendo en el mercado tanto local como nacional.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

Si, actualmente cuenta con un departamento formado por tres diseñadores, dos diseñadoras de modas y una diseñadora gráfica.

Al ser Zhiros una marca con locales y puntos de venta a nivel país, mantiene una producción permanente, por lo cual desde hace años atrás han sentido la necesidad de contar con varios diseñadores de planta que se encarguen de generar propuestas y diseños permanentemente para todas las regiones del país donde se coloca el producto, el contar con un departamento de diseño es muestra clara de la importancia que le dan al diseño

dentro de la cadena producto ya que valoran mucho el potencial creativo y el valor agregado que aporta en las prendas que confeccionan.

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

Las actividades de los diseñadores de modas están orientadas hacia el tema estético y funcional del producto, no solo se queda en la parte estética, sino que buscan crear prendas con un patronaje bien desarrollado y pensado en la comodidad de la prenda, por el mismo hecho de que se dirigen a un público infantil las prendas deben cumplir con ciertos requerimientos tales como que sean fáciles de poner o sacar. La intervención de las diseñadoras de moda dentro de la fábrica llega hasta la fase de prototipado, pero no son ellas quienes confeccionan, sino que guían a las costureras para realizar el prototipo.

En concreto, las actividades desarrolladas en el departamento de diseño por los diseñadores de modas son las siguientes:

- Diseño de colecciones
- Fichas técnicas
- Manejo de softwares de diseño

En Zhiros el diseño tiene un papel protagónico y se les confiere a las diseñadoras la responsabilidad de proponer prendas muy bien pensadas, no solo en la parte visual, sino en la parte funcional, teniendo en cuenta el target de mercado al cual venden sus productos, por ello en preguntas anteriores se hacía mucho énfasis en el hecho de satisfacer las necesidades y conocer muy bien el perfil el consumidor como requisito para proponer u diseño. En este sentido la metodología empleada para proponer los diferentes diseños está correctamente encaminada ya que no se trata únicamente de crear un producto

vistoso, sino que también sea práctico y de esta manera crear lazos con el cliente, ya que se cubren todas sus necesidades.

Hay que recalcar el hecho de que al ser Zhiros una empresa con volumen de producción, cuenta con el personal suficiente para cada área de la producción, y en este caso en específico los diseñadores se dedican únicamente a la parte creativa, e intervienen muy poco en las siguientes fases de la producción.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

La parte creativa, considera, está muy bien desarrollada en los diseñadores junior que salen al medio a trabajar, el empresario cree que los conocimientos en cuanto a tendencias, bases textiles, manejo de colores, insumos, propuestas para colecciones, etc. está muy bien concebidas; no obstante en lo que a manejo de planta se refiere si ha identificado a lo largo de los años varias falencias, sobre todo en el área de patronaje, ya que no siempre logran resolver bien la generación de una moldería o un tallaje, así como en el área de la confección, donde ha identificado que muchos de los diseñadores no tienen bien afinadas sus habilidades de corte y confección.

Por su experiencia, el empresario entrevistado, ha tenido la oportunidad de conocer a varios diseñadores que han trabajado en su fábrica y a partir de ello menciona que la creatividad de los mismos no está en tela de duda, no obstante, la parte productiva si es más conflictiva siempre, reflexionando sobre que en otros países el diseñador de modas domina todas las áreas propias de la cadena de producción, para así poder proponer y manejar coherentemente el desarrollo de un nuevo producto. En este sentido en la empresa Zhiros, las diseñadores están encargadas solo de la parte creativa y se apoyan de mano de obra calificada para resolver moldería, prototipado y confección, siendo que esto se ha dispuesto así dentro de la cadena productiva por la falta de conocimientos y dominio

de los diseñadores que han pasado por la fábrica y no han logrado cumplir a cabalidad la fase productiva que se les otorgaba como parte de sus responsabilidades, lo cual resulta preocupante ya que parte creativa y parte productiva van estrechamente ligadas, la una depende de la otra y por ello el diseñador deberá de ser capaz de manejar ambas.

En este sentido, la especialización que el diseñador debe tener en cuanto al tipo de producto se va a dedicar es muy importante, porque ni la molería, ni los procesos de confección ni el manejo de la maquinaria es uno solo para todos los tipos de prenda de vestir que existen, y aquel diseñador bien formado deberá especializarse en un área para entonces poder dominar la misma.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

Si, de hecho, ha sido la empresa quién ha solicitado a la Universidad del Azuay que se les envíe pasantes para poder abastecerse con el trabajo.

Esta respuesta obtenida es muestra de la disposición que la empresa Zhiros tiene hacia el diseño y hacia beneficiarse del aporte que puede generar un diseñador dentro de la empresa, a más de brindar la oportunidad a los diseñadores en formación de conocer de cerca cómo funciona la industria confeccionista, como se manejan y establecen los procesos industriales de producción, generando así una nueva perspectiva en el diseñador que está por graduarse.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

En algún momento si lo hicieron, porque con el diseñador de planta que trabajaba no se abastecían y buscaron ayuda externa, sin embargo, ahora prefieren tener más diseñadores en el departamento de diseño de la empresa para que todo el trabajo que se realice en esta área sea interno.

El papel que se le da al diseño y a la creatividad dentro de la fábrica de la marca Zhiros se podría decir que es protagónico ya que con el pasar del tiempo la empresa se dio cuenta que a partir del mismo el producto que ofertan y la imagen de la empresa se fue consolidando, para el gerente propietario Patricio Maldonado, el diseño es parte fundamental de la marca y por ello no han prescindido de este en ningún momento, sino que más bien han buscado siempre abastecerse de nuevas ideas, de nuevas propuesta y por ello se mantienen en una búsqueda constante de nuevas mentes creativas.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Definitivamente, ya que considera que el diseño y la industria deberán ser uno solo, ya sea en el caso de que el diseñador decida emprender o por el contrario apoye a una fábrica o taller ya existente, y la mejor forma de hacerlo es compartiendo los conocimientos y experiencias de lado y lado.

La apertura del propietario de la empresa Zhiros es muestra de que existen industrias en el medio dispuestas a dar espacios de intervención y de vinculación entre los diseñadores ya sea en formación o recién salidos al medio, con la parte productiva, ya que gracias a su experiencia de tantos años en el mercado, y del ser testigo fiel del aporte del diseño dentro de una fábrica confeccionista, le permiten hablar desde su perspectiva con un criterio bien formado en el área, corroborando la hipótesis planteada en este trabajo de investigación, donde se ha dicho que la relación academia e industria está lejos de ser estrecha.

Desafortunadamente en este caso no se pudo realizar observación directa ya que el empresario accedió a la entrevista, pero en un lugar diferente a la empresa, por este motivo no se podrá analizar criterios más allá de las respuestas obtenidas.

Reflexionando sobre la información que se ha obtenido luego de la entrevista, es acertado mencionar que la intervención y rol que el diseño de modas tiene dentro de la empresa Zhiros han llevado a la misma a ser competitiva y a seguir consiguiendo más consumidores fieles a la marca, incluso a pesar de las limitantes propias del medio, tal como se lo mencionó anteriormente. De igual forma se ha visto ya que, tal como lo considera Patricio Maldonado, al diseñador le falta seguirse capacitando en muchas otras áreas para que su desempeño dentro de la industria sea totalitario y por ende mucho más eficaz, tomando este criterio como referencia que confirma el sentido motivador del presente trabajo.

Resaltando el criterio del entrevistado, gracias a sus años de experiencia, hay que mencionar que el perfil del diseñador junior que sale al medio laboral, carece de habilidades en el área de producción, por contrario del área creativa que ciertamente está muy bien formada, tal como lo considera Patricio Maldonado.

Reflexión:

Luego de haber realizado la entrevista con los representantes de dos de las tres empresas que en la ciudad de Cuenca constan como *Contribuyentes Medianos*, de

acuerdo a los datos facilitados por el Servicio de Rentas Internas SRI, se puede cotejar y comparar la información obtenida de cada uno de ellos ya que sus condiciones de trabajo y entorno son muy similares.

En el caso de las dos fábricas, se cuenta con diseñadores que trabajan todo el tiempo inmerso en la línea de producción, incluso tienen un área específica en la empresa designada como departamento de diseño, en el caso de KOSSMORÁN, aunque actualmente no cuentan con un diseñador contratado, al ser diseñadora la gerente se encuentra ejerciendo las actividades propias de la profesión.

Como dato relevante se puede mencionar que los entrevistados consideran que el diseñador junior que sale de la graduado de la facultad de diseño, carrera diseño en textiles y moda, es un profesional muy bien preparado en el ámbito creativo, tiene muchas propuestas innovadoras y maneja muy bien la parte visual y estética del producto, tienen buen manejo sobre las bases textiles e insumos porque sus propuestas son creativas, sin embargo así mismo hay que recalcar que los empresarios consideran que en cuanto a la preparación referente al área de producción los graduados necesitan reforzar sus conocimientos, ya que en temas de patronaje manual, manejo de softwares de patronaje digital, conocimientos sobre procesos de producción de nivel industrial tales como generación de tendidos, optimización de recursos, técnicas de confección, conocimientos sobre costos y estrategias de marketing, que si bien no son responsabilidades propias de un diseñador de modas dentro de una fábrica, este debe tener un conocimiento general en el ámbito que le permita valorar de forma eficiente el panorama donde será introducido el producto que este diseñando para que el mismo sea rentable, tenga acogida y pueda representar los réditos que busca la empresa.

Resumiendo, la información recolectada en el siguiente cuadro, a continuación, las etapas FODA identificado como resultado de las entrevistas aplicadas a los medianos contribuyentes.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Confección de prototipos
Manejo de insumos y bases textiles.	Fotografía e imagen del producto
DEBILIDADES	AMENAZAS
Mal patronaje manual	Poco control de producción
Deficiente manejo de softwares de patronaje digital	Desconocimiento de ventas y marketing del producto

Tabla N17: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Mediano Contribuyente

4.2.1.3 Entrevista pequeños contribuyentes:

El tercer grupo es el de Pequeños Contribuyentes que está conformado por sesenta y tres contribuyentes, mismos a los que se intentó contactar, no obstante, del total de contribuyentes se contó con la participación y disponibilidad de apenas seis empresas, es decir el 10%, dispuestas a compartir su información, mientras que el porcentaje restante, a pesar de la insistencia, no dio respuesta o no dio apertura para realizar la entrevista. A continuación, los resultados obtenidos por empresa.

Empresa N1

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	Insudecor
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Fabrizio Cordero
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Gerente propietario
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Deportivo y de trabajo
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Programación de producción, ventas, proveedores.

Tabla N18: Datos generales empresa INSUDECOR

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Complicada, ya que hay una falta de circulante en el mercado, los clientes se demoran mucho en pagar, al ser una empresa que produce para la venta a cadenas de ropa siempre están sujetos a las políticas de pago de los compradores y en ciertas ocasiones eso genera un problema por la demora de los pagos y el estancamiento del circulante.

La fábrica Insudecor al dedicarse principalmente a la producción de prendas básicas de uso diario, su fuerte está en vender en cantidad, y lo hacen a cadenas de venta de ropa a nivel nacional, es decir ellos son proveedores, sin embargo esta situación que podría parecer provechosa en cuanto a los niveles de producción – venta que pueda tener la fábrica, tiene su contraparte, que son las políticas de pago impuestas por tales cadenas, así como los plazos con los que se cobra una venta en volumen. Esta situación es preocupante en el ámbito económico para la fábrica y para su gerente Fabricio Cordero, por eso él ha considerado generar de forma paralela una línea de ropa con más tendencia, de moda y para cada temporada para así poder buscar otros canales de venta y generar así mayores ingresos. Actualmente se encuentra en el proceso de generar la marca, el estilo del producto, para poder empezar a trabajar en el ámbito de la moda.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Al ser proveedor de cadenas grandes, por la cantidad que se produce y vende el precio si es bajo, no obstante, la calidad del producto siempre es evaluada por el comprador, ya que ellos como marca deben ofertar un buen producto, por lo tanto, en este caso se priorizan ambos aspectos a la par.

En este caso, al ser la fábrica proveedor de prendas de vestir básicas para grandes cadenas de venta de ropa a nivel país, el volumen de ventas que mantiene le permite abaratar los costes de producción y expender un producto a un precio bajo, pero así mismo debe cumplir con ciertas especificaciones en cada producto para asegurar la calidad del mismo, tales como que la composición de las bases textiles efectivamente sean las que el proveedor oferta, terminados prolijos en las prendas, una moldería cómoda, etc. Por lo cual en este caso el empresario entrevistado considera que en sus productos debe existir un equilibrio entre precio y calidad, caso contrario al subir el valor podría perder

competitividad en el medio, o si disminuye la calidad del producto podría perder los clientes.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Considera que el diseño de modas hace referencia a las tendencias, a la moda de grandes ciudades, a las pasarelas, colores, propuestas.

Responder esta pregunta le resultó un tanto difícil al entrevistado, ya que considera que el diseño de modas en sí se lo ve solo en ciudades grandes, donde hay alta costura, donde hay grandes pasarelas, de donde surgen las tendencias. Esto mostró que para el empresario el diseño es una cuestión que se da en países primermundistas, o más desarrollados que el Ecuador, ya que primero no supo bien como definirlo, y luego lo relaciono con grandes marcas y grandes eventos, es decir haciendo referencia únicamente a lo “Fashion”.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Considera que es un rol importante ya que a partir de la creatividad del diseñador pueden salir propuestas que se introduzcan eficientemente en el mercado, considerando previamente todos los aspectos que se involucran en el proceso de confección tales como materias primas, procesos industriales, costos, estilo de vida del cliente, etc.

El empresario entrevistado en una primera instancia manifestó que el diseño de modas es una cuestión de tendencias que se da en las grandes ciudades del mundo, sin embargo luego supo decir que ya en un contexto local el rol del diseñador de modas dentro de una fábrica de confección de indumentaria es muy importante puesto que de su creatividad dependerán las propuestas creativas para nuevos productos y su consiguiente éxito en el mercado, así mismo cree que el diseñador deberá de tener una visión global sobre todos los aspectos que interfieren en el proceso de confección, considerarlos y evaluarlos al momento de generar una nueva propuesta. Este criterio manifestado muestra que el empresario tiene una visión acertada sobre el rol del diseño en una fábrica y aquellos aspectos que forman parte del mismo.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique.

Análisis e Interpretación:

En el caso de los productos donde se puede aplicar el diseño para su concepción, este sí puede representar un plus, pero en el caso de prendas básicas de uso diario no tienen diseño y el papel del diseñador quedaría relegado.

El empresario considera que la creatividad del diseñador y la aplicación del diseño de modas como tal aplica únicamente a prendas de tendencia, y no, como lo ha mencionado, a prendas básicas tales como camisetas básicas, bividis, busos, etc. que es la línea de productos que maneja la fábrica. En este caso se evidencia un cierto desconocimiento sobre el perfil del diseñador de modas ya que, si bien es cierto que la parte creativa y las propuestas estéticas son primordiales, el diseñador puede intervenir también con mucha eficiencia en términos de producción tales como moldería, tendido, procesos de confección, elección de bases textiles, etc. aplicando su creatividad en aspectos tales como el aprovechamiento de materiales, optimizando los recursos de la cadena de producción.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

No, no ha tomado la decisión aún, pero es un recurso que está considerando implementar debido a la nueva línea de productos de moda que desea desarrollar.

Al desarrollar prendas de vestir básicas, el empresario entrevistado no ha visto la necesidad imperante de tener un diseñador en su planta, a pesar de considerarlo una parte importante de la cadena de producción, pero al querer desarrollar una nueva línea de prendas de vestir con más tendencia, entonces para ese nuevo proyecto cree que es necesario un diseñador que lo acompañe en el proceso. En este caso es relevante destacar la disposición y apertura de la fábrica hacia el diseño y el diseñador de modas.

(preguntas 7 y 8 no aplican al no tener un diseñador de planta)



Figura N13: Instalaciones de producción Insudecor.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

No ha recibido nunca, a pesar de que en un par de ocasiones el empresario dice haber acudido a la Universidad para solicitar que se le envíen estudiantes de diseño para realizar las practicas pre profesionales.

El hecho de que el empresario haya buscado recibir pasantes habla de su intención de tener un acercamiento con el diseño, lo cual denota su interés por integrar procesos de diseño en el proceso productivo que lleva en su fábrica, así como el interés por compartir sus conocimientos en producción y sobre el mercado con los diseñadores en formación.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

Si, en algún momento vio la necesidad de contratar este servicio para trabajos determinados según como se lo han solicitado sus compradores, acorde a la demanda propia del medio.

El haber buscado de forma externa los servicios de diseño para generar una línea de productos, así haya sido de forma esporádica, es indicador de la disposición y la confianza del empresario entrevistado hacia el diseño, en este aspecto se puede mencionar que al trabajar una línea de productos diferentes a prendas básicas como lo ha venido haciendo hasta el momento, la empresa seguramente buscará contratar un diseñador y quizás en un futuro crear un departamento de diseño.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Estaría presto a participar de cualquier programa ya que considera importante que la industria y los diseñadores en formación, así como los diseñadores graduados estrechen sus lazos para poder proponer mejoras en pro del desarrollo del sector.

En este caso resulto fácil evidenciar la disposición y el interés que el empresario demuestra con respecto a los beneficios que pudiese obtener su fábrica al tener el diseño como un recurso, si quizás no lo ha hecho hasta el momento por falta de decisión como lo ha sabido manifestar, tiene la entera disponibilidad para empezar a generar lazos entre los dos entes.

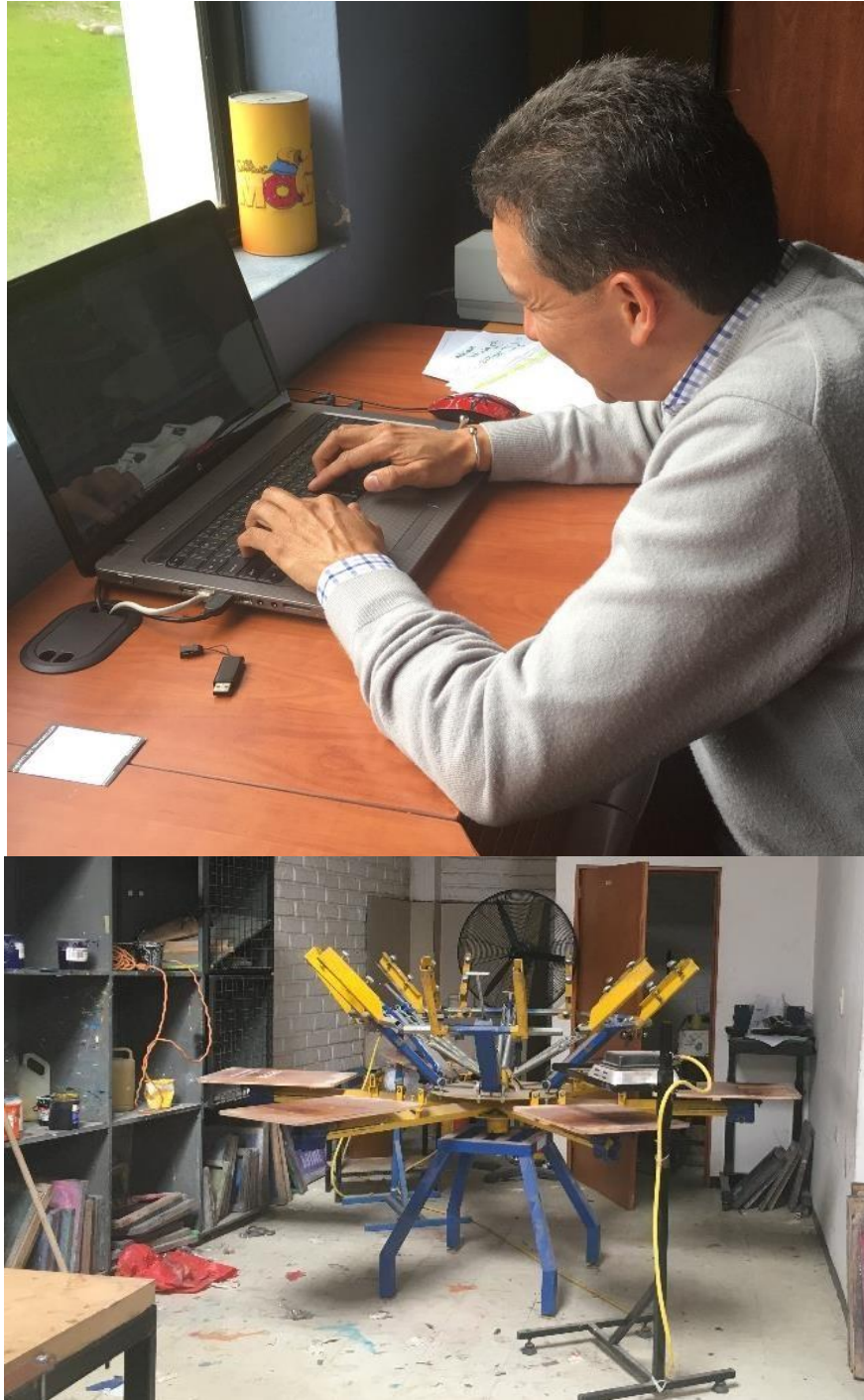


Figura N14: Instalaciones de producción Insudecor.

Resultados de la observación directa:

Insudecor cuenta con una planta de producción completamente equipada, donde cada área de trabajo se encuentra correctamente diferenciada, el espacio de trabajo es bastante ordenado lo cual permite que el trabajo de producción se lo realice de una manera fluida. La fábrica además de tener circuitos establecidos con la maquinaria idónea para la confección de prendas de tela de punto, así como de ropa de trabajo, cuenta con la maquinaria necesaria para realizar procesos de estampación, bordado, corte y termo fijado en vinil adhesivo, así como sistema digital de patronaje Gerber.

La apertura y colaboración prestada por parte del empresario Fabricio Cordero quien fue entrevistado fue grata y de gran ayuda ya que no tuvo reparo en responder las preguntas con sinceridad, en hablar sobre sus proyectos a futuro, en mencionar cuáles son sus problemáticas y en mostrar su entera disposición para participar de cualquier programa con el cual se pudiese apoyar y vincular a los actores directos de la industria de moda como lo son empresarios fabricantes y diseñadores de modas.

La fábrica lleva varios años ya en el mercado, y ha conseguido mantenerse gracias a la producción de prendas de vestir básicas así como cierta indumentaria específica de trabajo, pero es necesario recalcar que está en planes del empresario expandirse y generar una línea de vestimenta de moda donde se puedan aplicar tendencias, ya que desea abarcar un nuevo mercado al tener ya abiertos los canales de venta sobre todo en cadenas de venta de indumentaria a nivel país, por ello considera importante el buscar incluir en su planta un diseñador, lo que queda pendiente es conocer el plazo al que lo realizará.

Empresa N2

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	Jeans Mattios
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Tania Guartatanga
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Gerente propietaria
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Denim
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Compra de insumos, materiales, bases textiles y ventas, selección de indumentaria a producir.

Tabla N19: Datos generales empresa JEANS MATTIOS

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

La describe como “a medias” ya que ha habido una baja en las ventas desde hace algún tiempo, lo cual obviamente ha repercutido en la parte económica, y esta situación se debe a una sobre oferta en el mercado de el mismo tipo de producto que se ofrece desde la empresa Mattios.

Según como lo ha manifestado la empresaria entrevistada, en la ciudad de Cuenca existen muchos talleres y pequeñas fábricas dedicadas a la confección de prendas en denim, sobre todo de pantalones jean, de las cuales la mayoría son informales, es decir no están registradas, pero que al momento de intentar vender el producto se han convertido en grandes competidores, sobre todo por precio por lo cual el intentar igualar el precio de venta de estos productores informales es muy difícil, sobre todo si no se vende en cantidad

el producto, razones por las cuales la economía de la empresa Mattios se ha visto contraída y ciertamente afectada.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Actualmente se encuentra priorizando la calidad de la prenda, buenas bases textiles, buenos insumos, buenos procesos de confección y de acabados para así poder competir en un mercado tan saturado, pero sobresaliendo en comparación con otros productos de iguales características.

En algún momento esta fábrica intentó competir con bajos precios en sus productos, pero le resultó infructuoso y poco rentable, por ello desde hace algún tiempo han decidido dar un giro y por el contrario de competir por precio ahora intentan ganar mercado vendiendo calidad en sus productos, lo que demuestra que la empresaria ha entendido como una estrategia más rentable ofrecer un mejor trabajo, realizado a mayor cabalidad y mayor conciencia para que este sea su plus, su valor agregado en comparación de la competencia y así poder resaltar de entre la misma.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Considera que el diseño se trata de la creación de modelos, la parte de tendencias, de aplicar las tendencias a nuevos modelos.

La respuesta obtenida fue una asociación inmediata con la creatividad, con el manejo de tendencias y la aplicación de las mismas sobre una prenda para que esta sea diferente del resto. La respuesta obtenida es bastante aceptable y define a grandes rasgos una de las aristas principales del diseño de modas, lo cual indica que la empresaria si tiene un conocimiento sobre el tema.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Poner en algo físico sus ideas, sus creaciones, sus innovaciones, pero también puede encargarse de la parte de la elección de materias primas e insumos. Un diseñador debe estar al día de las tendencias, pero también de que materiales se encuentran o no en el medio para poder trabajar con los mismos.

La acotación realizada por la entrevistada donde resalta que el diseñador debe ser conocedor de los materiales e insumos del medio para poder generar diseños y aplicar su creatividad es ciertamente relevante, ya que muestra que busca un diseño que sea real y aplicable al medio. Así mismo supo mencionar que el diseñador debe ser conocedor de todas las áreas de la cadena productiva de la confección para entonces así poder disponer de manera correcta de todos los recursos que tiene a su alcance y así entonces crear una prenda de vestir novedosa, que sea de un costo adecuado para la producción y su venta, así como para satisfacer las necesidades del consumidor.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Análisis e Interpretación:

Las capacidades creativas del diseñador son de mucha ayuda para los productores que han entrado al medio sin tener una previa formación en el tema, considera, ya que los mismos son capaces de proponer ideas innovadoras para poder destacar de entre la competencia y esto ciertamente es un plus para cualquier producto que se desee desarrollar.

La empresaria demuestra que para ella y su marca son muy importantes el aporte que el diseñador de modas es capaz de brindar dentro del proceso productivo de las prendas de vestir que se confeccionan, ya que habla de creatividad, de innovación y de su valor agregado al momento de competir con productos similares presentes en el mercado. Además, resalta el apoyo que el diseñador de modas representa dentro de la fábrica de confección, que tal como lo menciona la empresaria entrevistada, en muchas ocasiones surgieron como emprendimiento de personas que no se prepararon previamente en el área, sino que más bien empezaron por probar suerte en el negocio.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

Actualmente cuenta con un diseñador de modas que apoya generando propuestas basadas en las tendencias, en un futuro espera poder contratar más diseñadores según como vaya prosperando el negocio. De hecho, la producción que hace algún tiempo se la

realizaba dentro de la fábrica, actualmente se la realiza en talleres satélites en casi su totalidad, puesto que por la contracción económica han tenido que decidir sobre su personal y han definido que es más rentable mantener el diseñador de planta y tercerizar la producción.

El caso de la marca Mattios tiene la particularidad de que hasta hace algún tiempo estaba enfocada a la producción en cantidades grandes, pero desde hace un tiempo su propietaria decidió mantener su producción únicamente en talleres satélites para poder mantener una diseñadora de planta y así generar productos con un buen diseño, correctamente enfocados al consumidor y esta se ha convertido en su estrategia de venta ya que se está priorizando la calidad del producto, tanto en materiales como ya se lo había mencionado, así como en un diseño original, acorde a las tendencias, con una moldería bien desarrollada, dejando por así decirlo las cantidades industriales de producción en un segundo plano frente a la presencia del diseño de modas.

Este caso muestra claramente que la empresaria se encuentra apostándole al diseño como recurso para conceder un valor agregado a su producto, y que este sea el referente por el cual conozcan su producto.

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

Dentro de la cadena de producción el diseñador contratado se encarga de las siguientes actividades:

- Manejo de insumos y bases textiles
- Diseño y generación de propuestas

- Patronaje manual
- Supervisión de los procesos de prototipado

En la empresa Mattios el diseñador se encarga de los procesos previos a la cadena de producción como tal, es decir, este interfiere solo hasta la fase de prototipado con el fin de controlar que la muestra generada sea fiel a la propuesta, sin embargo por medio de la entrevista se pudo conocer que no manejan fichas técnicas ni fichas de diseño a pesar de que manejan algunos talleres satélite para la maquila de las prendas, actividad que ciertamente es muy importante para mantener el orden y la uniformidad en los pedidos de confección así como guardar la calidad de terminados en las prendas confeccionadas. Posterior a la entrevista la empresaria quedo muy interesada por implementar un sistema de fichaje técnico para controlar de manera más ordenada y eficiente sus producciones.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

El diseñador que actualmente se encuentra laborando con la marca es el primer diseñador que han contratado y el nivel del mismo ha sido muy eficiente para los requerimientos de la fábrica, la empresaria resalta que su diseñador es muy creativo a pesar de que las prendas que se confeccionan pudiesen llegar a ser repetitivas. En cuanto a el desarrollo de moldes la fábrica ya contaba previamente con moldes básicos probados, entonces el diseñador ha patronado en base a estos moldes base con lo cual no han tenido problema. Sobre el conocimiento de bases textiles considera es bastante bueno sin embargo el desconocimiento sobre tecnologías aplicadas en jean tales como por ejemplo técnicas de lavado y desgaste si ha sido un área totalmente desconocida para el diseñador, que ha ido aprendiendo con el tiempo.

De acuerdo con el criterio de la empresaria entrevistada, tanto el nivel de creatividad así como el de patronaje y modificación de moldes, junto con el conocimiento y manejo de materias primas e insumos, es un nivel muy bueno ya que no le ha representado algún tipo de inconveniente a lo largo del tiempo en que ha trabajado con

diseñador, sin embargo supo mencionar que en cuanto al conocimiento de tecnologías aplicadas al jean, tales como lavado, tinturado, desgaste, etc. sobre tela denim, el diseñador desconocía de las mismas en su totalidad y en este aspecto se tuvo que capacitar para poder acoplarse correctamente a los requerimientos de producción de la marca.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

No, en ningún momento, no ha existido un acercamiento de ninguna de las partes, es decir la empresaria no ha buscado un enlace con los estudiantes, ni por el contrario no ha existido esta petición por parte de la universidad o de los estudiantes.

Al ser un taller pequeño dedicado en un primer momento únicamente a la confección de prendas en jean, no vieron como opción ni como necesidad el buscar un pasante de diseño para generar un acercamiento con un diseñador en formación, sino que más bien cuando sintieron la necesidad de incorporar diseño en su línea productiva acudieron directamente a un diseñador ya profesional, y viceversa de parte de la universidad tampoco ha existido un acercamiento para buscar generar este tipo de enlace. Es ciertamente importante pensar en crear espacios de reflexión donde tanto empresarios como diseñadores en formación puedan generar un vínculo, puesto que de esta forma los estudiantes tendrán la oportunidad

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

No, por falta de conocimiento de que persona podría brindar ese tipo de servicios

El enlace que existe entre la marca Mattios con sus procesos de producción y los diseñadores de moda junto con los recursos que frecen en el medio han sido un tanto limitados, ya que desde la empresa ha existido la disposición por buscar servicios de diseño adicionales sobre todo en épocas altas de producción, pero por falta de conocimiento en el medio han optado por otras vías para solucionar su necesidad de generar nuevos modelos. Esta situación muestra la importancia de generar más y mejores espacios de relación entre la academia, diseñadores e industria para que la relación entre los mismos sea más estrecha y se den estas oportunidades se brindar apoyo mutuamente.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Si estaría dispuesta pues, si considera importante conocer que se está haciendo desde la universidad, y poder entender mejor cuales son los recursos que brinda el diseño para las industrias de confección.

La empresaria tiene un gran interés por aprender más y comprender de manera más completa todos los beneficios que puede obtener del diseño al tenerlo como recurso, por lo cual tiene total disposición a participar de cualquier programa que permitiese estrechar estos lazos e incluso generar ciertas alianzas tal como lo ha mencionado.

En este caso cuando se solicitó realizar la entrevista la empresaria accedió, no obstante, la misma se la realizó en un lugar ajeno a las instalaciones de la empresa por lo cual no se pudo realizar una observación directa de cómo está dispuesto ni de cómo funciona el entorno de la misma.

Empresa N 3

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	Creaciones Andrealí
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Andrea Ramirez
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Gerente comercial
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Ropa casual femenina
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Atención al cliente, facturación, despacho adquisición de materias primas e insumos, revisión y aprobación de diseños.

Tabla N20: Datos generales empresa CREACIONES ANDREALI

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Estable, ha habido un crecimiento en los últimos años lo que ha permitido que la fábrica empiece a expandir su línea de productos de mujer a niña, aumentar la oferta de producto.

Creaciones Andrealí lleva ya varios años dentro de la industria confeccionista, produciendo para pequeños negocios y grandes cadenas de moda a nivel país, logrando mantenerse en el mercado gracias a la variedad que ofrecen en sus productos tanto en modelos así como en material primas e insumos que ofrecen, ya que constantemente se encuentran viajando al extranjero para obtener materiales diferentes a los que se encuentran en el medio y así ganar cierta exclusividad, lo cual les está dando actualmente

la posibilidad de expandir su línea de productos ofertados hacia el mercado femenino infantil.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Actualmente se debe trabajar de mano de ambos indicativos, llevando a la par calidad y precios, por un lado, precio bajo es más competitivo en el mercado, pero por otro no se puede descuidar la calidad porque eso habla de la imagen de la empresa y es importante mantener un estatus en el medio para preservar los logros alcanzados.

De acuerdo con la empresaria entrevistada si el producto que ofertan no tiene un equilibrio entre calidad y precio, este no es competitivo en el mercado, ya que es importante pensar en la durabilidad y usabilidad que tal prenda tendrá, debido a que este es el motivo por el cual los clientes regresan por mas, tal como lo indica la entrevistada, no obstante hablar de calidad y precios altos es también muy común ya que los productos de clase A tienen un valor más elevado, por eso el éxito se encuentra en conseguir el equilibrio entre ambas condicionantes.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Creación de nuevos modelos, adaptación de ideas innovadoras al mercado, propuestas diferentes que puedan satisfacer necesidades del consumidor.

La respuesta obtenida indica que la empresaria considera al diseño textil y de modas como una actividad muy creativa, donde salen a relucir ideas frescas, propuestas diferentes,

basadas en el consumidor al cual ira dirigido tal producto creado, mismo que sea capaz de satisfacer las necesidades que hubieren.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Aquel profesional capaz de dar ideas creativas, a partir de sus conocimientos de moldería, de patronaje, es decir que las propuestas creativas sean aplicables a la realidad y que además sepa cómo resolverlo. Que además tenga conocimientos de costos, de la parte comercial para que entonces todo pueda estar relacionado.

De acuerdo con la empresaria, un diseñador en textiles y modas a más de ser un profesional ciertamente creativo e innovador, deberá de dominar el área del patronaje, así como el área comercial en cuanto a costos, tiempos de producción, materiales, etc. significa ya que estos influyen y confluyen directamente con la propuesta que pudiese generar. Además, considera importantísimo que el diseñador entienda en que niveles puede aplicar o no su creatividad, esto acorde y en función del publico meta, así como de los recursos y posibilidades que tenga la empresa.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Análisis e Interpretación:

El diseño bien realizado y bien dirigido permite que el producto que se confecciona tenga un valor agregado, porque va a estar bien concebido y en función de

los requerimientos propios del mercado meta y de las restricciones que pueda existir a nivel ya de planta.

Según la empresaria entrevistada, el diseño de modas aplicado en la generación de una nueva prenda de vestir será provechoso cuando el proceso que conlleva diseñar dicho nuevo producto haya sido un proceso consiente y bien estudiado previamente, tomando en cuenta aspectos como la tecnología con la que se cuenta, materiales disponibles, necesidades del consumidor, el perfil del mismo, procesos y costos, vías de comercialización, etc. ya que tal como lo ha mencionado en la entrevista, muchas de las veces el diseñador propone cosas muy novedosas, pero a costos altos que no resultan comerciables, por ello manifiesta que “ el papel aguanta todo” pero llevar a la realidad el producto es un proceso que debe ser bien pensado.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

Cuentan con una diseñadora de planta, pero con miras a en un futuro implementar un departamento de diseño.

La proyección de la empresa va hacia abarcar más mercado y seguirse especializando en las líneas de producto que mantienen, por ello consideran importante en algún momento contratar una segunda diseñadora para que se encargue de la nueva línea que se encuentran desarrollando, mostrando así que consideran al diseño una parte importante del desarrollo de la indumentaria y además para el crecimiento de la empresa y el afianzamiento de un producto en el mercado.



Figura N15: Instalaciones de producción Creaciones Andrealí.

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

A la diseñadora de la empresa se le solicita lo siguiente:

- Manejo de insumos y bases textiles
- Diseño y generación de colecciones
- Elaboración de fichas técnicas
- Manejo de softwares de diseño
- Patronaje manual
- Manejo de softwares de patronaje □ Desarrollo de prototipos.
- Dirección de producción.

En el caso de la fábrica Creaciones Andrealí las competencias que son responsabilidad de la diseñadora son varias, pero una encadenada con la otra, ya que está presente desde el momento de la elección de las materias primas, el desarrollo de diseños, generación de moldes y escalado de tallas, confección de prototipos, proceso en el cual la diseñadora indica cómo se deberá armar cada prenda a las costureras, prepara los trazos para el corte y la producción, es decir las actividades son múltiples pero complementarias entre sí lo cual le permita tanto a la diseñadora como a la gerente, quien fue la persona entrevistada, mantener un cierto estándar en la calidad de la confección y terminados de las prendas que desean sacar al mercado.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

La empresaria considera que el fuerte de los diseñadores de modas graduados de la carrera es la parte creativa, sus propuestas tienden a ser innovadoras y diferentes, lo cual es muestra de su visión estética, sin embargo, cree que, en ocasiones, y basado en su experiencia, esta creatividad no es bien manejada en función de las posibilidades de la fábrica ya que las propuestas que presentan son muy costosas a la hora de fábricas y/o poco comerciales por la excentricidad estética que presentan.

Así mismo dice haber tenido muchas dificultades en el área de patronaje, escalado, manejo de programas de patronaje digital en este caso rich peace, ya que los diseñadores recién graduados conocen a medias del tema y no pueden ser eficientes en el momento de generar producciones. Por otra parte, supo mencionar que desconocen mucho de tema de confección y acabados de las prendas, no dominan el manejo ni la aplicabilidad de cada máquina de coser según a tipología de prenda que se esté confeccionando. El área de comercialización y ventas, considera, es un área que falla mucho ya que el diseñador no es capaz de vender su propio producto, no conoce de los costos reales que implica la generación de una prenda y esto repercute directamente sobre los límites creativos en el proceso de diseño.

En la fábrica, a lo largo de sus años, han pasado varios diseñadores de modas, por lo cual el criterio y la experiencia de la empresaria entrevistada es muy valiosa puesto que habla desde sus experiencias pasadas, donde en resumen recalca que aunque el área creativa del diseñador junior es muy buena, no siempre está acorde con las limitantes del medio, así como que sus conocimientos sobre moldería, escalado, manejo de softwares y cierta maquinaria nos conocimientos básicos, y falta la especialización para que los mismos sean capaces de enfrentar y resolver con soltura cualquier problemática que pudiese existir.

De igual forma recalca la importancia de reforzar los conocimientos en el área comercial y de ventas, puesto que es de suma importancia dentro de cualquier fábrica o negocio de confección de indumentaria, si lo que se desea es generar colocar el producto en el mercado.



Figura N16: Instalaciones de producción Creaciones Andrealí.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

En varias ocasiones, ya que han recibido peticiones por parte de los alumnos en diseño textil y modas.

La fábrica está dispuesta a recibir pasantes, promovidos por el deseo de que los diseñadores en formación tengan un acercamiento directo con el sector industrial y comprendan de mejor manera cómo funcionan las cosas, argumenta que no siempre es tan beneficioso para la fábrica ya que en ocasiones el estudiante requiere de mucha supervisión y esto significa redistribuir tiempos y actividades del personal para que puedan guiar al estudiante.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

En ciertas ocasiones si, sobre todo en épocas de ventas altas donde por los niveles de producción no se dan abasto con la cantidad de trabajo.

El nivel de producción de la empresa permite dar trabajo de diseño a más de una persona, por ello incluso tienen la idea de un plazo medio corto contratar un segundo diseñador para que los apoye en sus procesos de confección, pero cabe resaltar que en este sentido la empresaria considera indispensable que dentro del perfil de aquel diseñador que se contratase, este domine técnicas de patronaje, escalado, tendido, corte, y confección ya que todos van de la mano y se requiere de uno para perfeccionar otro.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Ciertamente estarían gustosos y muy interesados de participar en cualquier programa que permita que las dos partes, industria y diseñador de modas, se relacionen de mejor manera, y que mejor si se lo consigue en un nivel de formación aun para corregir cualquier falencia que se detectase.

La empresaria resalta la importancia de capacitar a los jóvenes diseñadores en área más diversas como marketing, economía, comercialización de un producto, puesto que esto le permitirá al diseñador ser más eficiente, por ello cualquier programa que buscase este objetivo como meta, considera, requeriría del trabajo y apoyo de quienes conforman la industria confeccionista.

Resultados de la observación directa:

Del proceso de observación directa se puede decir que la fábrica visitada, al estar ubicada dentro de una vivienda convencional no cuenta con el espacio suficiente para las actividades que dentro se realizan, pero bien, tienen separadas las diferentes áreas de la producción en diferentes habitaciones, tales como área de patronaje, área de corte, área de confección, así como un área destinada a la exhibición de los prototipos.

Se puede observar, además, que la fábrica ocupa mucho el programa de patronaje digital rich peace, y se valen del mismo tanto para la obtención de moldería, escalado y tendidos para corte industrial, ya que además del software cuentan con plotter de impresión.

La colaboración facilitada por parte de la empresaria entrevistada fue de gran ayuda, ya que tuvo la apertura para hablar de todos los temas propuestos en el cuestionario, además de hacer comentarios y sugerencias a cerca de los cambios que considera se deberían hacer en el perfil del diseñador si en verdad se desea que el profesional se integre de mejor forma a la industria.

Creaciones Andrealí al llevar ya varios años en el mercado, al ser una empresa que está expandiendo su cartera de productos, y al haber recibido a varios diseñadores tanto en calidad de pasantes, así como diseñadores de planta, es una fábrica cuyo recorrido laboral se refleja en experiencia, por lo cual los criterios emitidos por la empresaria entrevistada deben de ser tomados muy en cuenta y destacar todos aquellos aspectos relevantes.

Empresa N4:

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	ESBI
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Daniela Garate
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Gerente propietario
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Ropa deportiva elite
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Gerente de producción, encargada de ventas, supervisión y aprobación de diseños

Tabla N21: Datos generales empresa ESBI

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Se podría definir como estable con una tendencia al crecimiento, ya que se encuentran trabajando por ganar más mercado e introducir de mejor manera sus productos.

El tipo de prenda que la marca ESBI ofrece va dirigida a deportistas elite en las disciplinas de ciclismo, trail, montañismo, entre otras. Este es un mercado que cuya demanda está en crecimiento y aquí es donde la marca ha encontrado su niño, por ello ha tenido la ventaja de ampliar su cartera de productos ya que lo han ido haciendo según la demanda de su cliente potencial, lo que sin duda se refleja en una estabilidad económica. Además, en el mercado nacional existen poca competencia en cuanto a producción

nacional de ropa deportiva de elite se refiere, lo cual les ha permitido insertarse ofreciendo producto nacional de primera calidad.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Sin duda la calidad, puesto que el uso al que estarán expuestas las prendas que se confeccionan en la empresa, requieren de un alto nivel de resistencia y de comodidad.

El producto que venden la marca ESBI debe ser un producto de primera calidad para que el mismo este al nivel de la actividad de los deportistas elite que lo usarán, por ello en la empresa se han centrado en desarrollar una moldería ergonómica, adquieren materias primas como telas e insumos de alta calidad, capaces de rendir al nivel del esfuerzo físico del deportista, y en procesos de confección y acabados también buscan la perfección, puesto que en prendas de esta tipología una costura mal terminada puede ser sumamente molesta y generar incomodidad al momento de su uso, y este sería un gran fallo para el producto que ofertan, por ello cuidan cada detalle.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Considera que el diseño en textiles y modas hace referencia a prendas de pasarela, a colecciones de temporadas, esta es la primera idea que se le viene a la mente, una estrecha relación con el glamour de grandes pasarelas, de lo "Fashion".

Aunque la respuesta de la entrevistada si tenga su parte de veracidad, es una respuesta limitada debido a que el diseño de modas es mucho más que pasarelas, este es

un conjunto de conocimientos que al ser correctamente aplicados permite generar un producto estético, creativo e innovador, que satisface las necesidades detectadas en el consumidor potencial y lo hace a través de técnicas eficientes de confección y la aplicación de determinadas tecnologías, para que entonces sea capaz de acoplarse al estilo de vida de dicho consumidor. En este caso la respuesta obtenida fue limitante y muestra que quizá en el común del pensamiento de las personas que no tienen una formación previa en el área, creen que el diseño de modas se aplica únicamente a las grandes marcas con sus pasarelas exuberantes y no lo ven como un recurso para la industria.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Hablando ya del diseñador dentro de una fábrica, considera el rol del mismo es un papel muy importante puesto que es la cabeza creativa, de donde surgen las ideas nuevas y las propuestas diferentes, además es la persona encargada de desarrollar tales propuestas por medio de la moldería, y la supervisión de la confección de prototipos.

Al realizar esta pregunta, la empresaria entrevistada concedió un criterio más cercano a la realidad, puesto que mencionó que al hablar de un diseñador ya dentro de una fábrica de confección, hace referencia a que considera que es otro ámbito donde se ejerce el diseño de modas. Su respuesta destacó el hecho que a más de la parte creativa que el diseñador de modas aporta sin duda a la cadena productiva de indumentaria, este también debe ser capaz de generar moldería y prototipos para así asegurarse que el producto final se lo conciba acorde a la propuesta generada en un primer momento por el mismo. Estos aspectos deberán ser tomados con importancia ya que a partir de su experiencia y criterio la empresaria ha destacado principalmente la parte creativa y los conocimientos técnicos como fundamentales en el perfil de un diseñador en textiles y modas.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Análisis e Interpretación:

Piensa que el diseñador de modas si puede ser un elemento clave para realizar productos que marquen diferencia sobre todo de entre la competencia, porque siempre existe el riesgo de la copia y de hecho considera es muy frecuente en el medio encontrar productos muy similares o incluso repetidos, y en este aspecto, el diseñador al generar sus propuestas únicas y originales si contribuye con innovación y diferenciación para la marca. Además, se entiende que un diseñador de modas conocerá de maneras más eficientes de trabajar en el área de la producción y esto aventajará la misma en cuanto al uso de recursos y aplicación de tecnologías se refiere.

La marca ESBI a más de vender calidad, resistencia y comodidad en sus productos, vende imagen y diseñado, ya que en un gran porcentaje sus prendas tienen diseños y texturas sublimadas, por lo cual el resaltar la creatividad de un diseñador como parte esencial de un producto tiene mucho sentido. Para el tipo de producto que desarrollan será necesario equilibrar la parte visual estética de la prenda con la parte funcional, y entendiendo que en el mercado las bases textiles e insumos pueden ser adquiridos por más de un fabricante a la vez, el diseño que se proponga en cada prenda será lo que marque la diferencia entre una u otra prenda.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

No, actualmente no tienen un diseñador de planta ya que los dos propietarios se han capacitado de forma externa para aprender a manejar ciertos programas de diseño, a más de valerse de recursos externos según sus necesidades de diseño.

La visión a futuro de la empresa es contratar por lo menos un diseñador de modas que se haga cargo de toda la parte creativa de la marca, así como del control y desarrollo de los prototipos previos a las producciones que realicen en la fábrica, sin embargo, dicen que actualmente no han contratado a nadie principalmente por el costo que significaría, y por el contrario han preferido invertir en cursos y capacitaciones para los propietarios.



Figura N17: Instalaciones de producción ESBI.

(preguntas 7 y 8 no aplican al no tener un diseñador de planta)

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

En una única ocasión, y fue un diseñador gráfico que por contactos llegó a la empresa solicitando esta oportunidad de realizar las prácticas pre profesionales, donde se desarrollaron logos y publicidad para la marca. Pasantes de la carrera de diseño en textiles y moda no han llegado a la empresa y tampoco ha existido este acercamiento de parte de la fábrica hacia la universidad para solicitar el servicio.

Una vez más se ve evidenciado la falta de acercamiento entre la industria y la academia, ya que, según lo conversado en la entrevista realizada, la empresaria desconoce del procedimiento que se debería de seguir para enrolarse dentro de una lista de fábricas a las cuales pueden acercarse los estudiantes cuando deseen hacer sus pasantías. En este aspecto la empresa está interesada por abrir este espacio de enlace con la comunidad académica ya que consideran que puede ser muy beneficiosa para ambas partes ya que es un proceso de aprendizaje mutuo.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

Si lo hacen, es el modo de trabajo que mantienen en la empresa de hecho. Como se mencionó anteriormente, la empresaria entrevistada ha mencionado no contar con los recursos suficientes para tener un diseñador de planta, sin embargo, dentro de su cadena de producción el diseño es indispensable para la generación de productos y por ello han visto en la contratación freelance una excelente alternativa.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en

Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Si estarían dispuestos ya que les interesa estrechar vínculos y generar un proceso de colaboración mutuo.

Conocer más de cerca de las ventajas que un diseñador de modas es capaz de ofrecerle a una fábrica de confección, entender mejor cual es el rol y las capacidades creativas, además consideran que la fábrica como tal tiene mucho por aportar a un diseñador en formación, puesto que cuentan con maquinaria y tecnología para la producción de indumentaria especializada que creen podría ser de gran interés para cualquier creativo.



Figura N18: Instalaciones de producción ESBI.

Resultados de la observación directa:

En la visita realizada a las instalaciones se pudo notar que cuentan con un taller muy bien organizado, correctamente señalizado y estratégicamente ubicada cada área de trabajo, así mismo cuentan con tecnología para estampación, impresión de artes y plancha para su sublimación, plotter para corte de vinil adhesivo, entre otras. El modo de trabajo en cuanto a la obtención de moldería es únicamente manual, incluso para la fase del escalado. La fábrica además cuenta con el local de venta directa al público en el mismo terreno, donde se encuentra correctamente señalizado y distribuido cada tipo de producto que expenden.

La disposición y apertura brindada por los propietarios para la entrevista y la información otorgada fue muy buena y valiosa, ya que, en este caso al ser una empresa bastante nueva en comparación de otras fábricas en el medio, el crecimiento que han tenido es muy provisorio y en este sentido los empresarios desean seguir creciendo y ganando mercado y están conscientes de que el diseño tiene un papel fundamental en este proceso que se encuentran emprendiendo.

Empresa N5:

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	ARTEX
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Gina Calle
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Diseñadora, administradora.
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Uniformes, ropa hospitalaria, disfraces.
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Contabilidad, control de diseño y producción, atención a clientes.

Tabla N22: Datos generales empresa ARTEX

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Actualmente la situación es estable, gracias a que cuentan con clientes fijos para los cuales se fabrican uniformes, lo que se traduce en compras fijas en ciertas épocas del año, por ello es que han decidido ampliar su cartera de productos incursionando en la oferta de disfraces.

La empresa Artex se dedica principalmente a la confección de uniformes, por lo cual cuenta ya con clientes fijos para los cuales confeccionan en determinadas épocas del año, lo que les permite tener una entrada económica fija. En vista de la estabilidad económica que ha logrado tener la empresa, han decidido ampliar su cartera de productos y empezar con la confección de disfraces, línea de productos que se encuentran en fase de prototipado y prueba.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Por el tipo de prenda que se confecciona, la calidad de las materias primas y de la confección debe ser buena para que esta sea duradera, cómoda y el cliente se sienta satisfecho al momento de usarla. Como empresa cuidan que el producto entregado al cliente tenga buenos materiales y buenos acabados, pero así mismo ofrecen precios muy competitivos, accesibles y además dan el servicio post venta, tal como la garantía que ofertan en caso de algún daño en la prenda.

En el caso de los uniformes, al ser una prenda que se convertirá en uso diario por un prolongado tiempo, tanto bases textiles como insumos utilizados deben ser cuidadosamente elegidos para que puedan asegurar la durabilidad de los mismos tras su uso constante, así mismo una moldería bien desarrollada será sinónimo de comodidad, así como acabados de primera que permitan notar la calidad de una prenda. Todos estos aspectos son cuidadosamente elaborados en la fábrica Artex según como lo menciona la empresaria entrevistada, pero hay que resaltar que, a más de entregar un producto de buena calidad, ofrecen al cliente un servicio post venta de garantía en las prendas, lo que habla claramente de la confianza que el proveedor tiene sobre el producto que entrega. Adicionalmente los precios con los que trabajan son accesibles y muy competitivos, motivos por los cuales la empresaria asegura tener asegurada la compra de varios clientes que se han vuelto fieles a sus productos y servicios.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Lo primero que se viene a la mente son vestidos, ropa elegante, prendas suntuosas.

El hecho de que al escuchar la frase diseño en textiles y moda genere una conexión directa con vestidos de alta costura, con indumentaria de alta gama, de tendencia, es signo de que en la mente de las personas la concepción por defecto del diseño de modas se relaciona con la alta costura, o con pasarela, con escenarios diferentes a los de la industria, incluso diferentes a los del diario vivir.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Estar al tanto de las tendencias, ser conocedor de las armonías de colores, de las bases textiles, para que pueda escoger los materiales con los que se va a trabajar con propiedad, así como entender de los gustos de los clientes para poder proponer productos nuevos. No obstante, en este proceso creativo el diseñador debe siempre tomar en cuenta la parte de la producción para que su propuesta sea realizable, a costos permisibles.

Al proponer el diseño de modas ya como parte de la fábrica confeccionista, la respuesta de la entrevistada tomo un giro, y entonces centró mucho más sus ideas en un entorno más cercano, donde supo mencionar que el rol del diseñador empieza en la parte creativa con un estudio de tendencias, materiales y necesidades del consumidor para poder generar propuestas nuevas para los productos que se vayan a confeccionar, teniendo en cuenta un aspecto muy importante como es el de relacionar todo el tiempo la etapa creativa con su posterior etapa de producción, donde el diseño creado en una primera instancia se materializará, pero en este aspecto se deberá de cuidar procesos y tiempos a invertir en la confección de dicho diseño, para que al final el producto tenga un costo accesible. Entonces se habla del diseñador como un profesional creativo, conocedor de las estéticas, investigador del consumidor, conocedor de procesos de producción y costos, que al final es capaz de proponer un diseño que satisfaga las necesidades del cliente, con una estética innovadora a costos accesibles y costeables tanto para el productor como para el comprador.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique.

Análisis e Interpretación:

Siempre y cuando el diseñador esté conectado con el estilo de la fábrica y del cliente, porque así entenderá bien cuáles son las necesidades de los consumidores, y presentará propuestas que a su vez estén dentro de las posibilidades de la empresa.

La empresaria entrevistada considera que el diseñador de textiles y modas dentro de una fábrica aportará a la misma cuando esté inmerso en las necesidades tanto del cliente potencial para el que se fabrica así como las propias de la fábrica, puesto que de esta manera los diseños que genere estarán desarrollados en función de las necesidades y limitaciones que pudiesen existir, así se evitaría el desperdicio de recursos en procesos de corrección, ensayo o error que pudiesen darse al intentar producir una prenda costosa por los procesos de confección, por ejemplo, que pueden venir dados desde la propuesta de un diseño muy complejo.

En este sentido es importante resaltar la importancia que la empresaria le da al hecho de que el diseñador debe estar conectado con el entorno para el cual trabaja para entonces poder direccionar correctamente su creatividad y entonces ser un aporte para la fábrica, ya que generará prendas no solo estéticas, sino eficaces y de un valor accesible.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

La entrevistada, hija de la propietaria es diseñadora de profesión, y a más de realizar labores administrativas dentro de la empresa, se encarga de los procesos de diseño en la medida que lo requiere.

Como en varios de los casos de empresas confeccionistas de la ciudad de Cuenca, Artex es una empresa familiar, y la entrevistada en este caso es diseñadora de profesión y colabora dentro de la fábrica con sus conocimientos de diseño cuando es necesario, dependiendo de la producción que tengan, tal como lo ha sabido mencionar, pero así mismo ha señalado que al desempeñar actividades administrativas y de atención al cliente, el área de diseño queda relegado a un tercer plano.

Al ser la confección de uniformes su principal producción, han señalado que los modelos que se confeccionan suelen ser los mismos años tras año con ligeras variaciones, por lo que tanto la parte de diseño como la de moldería están previamente resueltas, pero en la nueva línea de productos que han empezado a desarrollar, los disfraces, si han identificado la falta de un diseñador puesto que requieren de alguien con creatividad para que genere nuevas propuestas, así como para resolver moldería y técnicas de producción al momento de la confección.



Figura N19: Instalaciones de producción ARTEX.

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

En este caso cuando se realizan actividades referentes al área de diseño se trabaja:

- Manejo de insumos y bases textiles
- Diseño y generación de propuestas
- Diseño y generación de artes para sublimación.
- Manejo de softwares de diseño □ Dirección de producción.
- Manejo de redes sociales y página web.

Dentro de las actividades que requiere la empresa como diseño esta la selección de materiales, diseño de propuestas cuando es necesario ya que como se dio anteriormente la mayoría de las prendas confeccionadas corresponden a uniformes cuyas variaciones son leves, la generación de artes para sublimar interviene en el proceso de creación de los disfraces que entran en la ampliación de productos en que se encuentra la fábrica para lo cual se valen del manejo de softwares de diseño. En cuanto a la dirección de producción se refieren en este caso en específico a la programación que se realiza para la confección, actividades de patronaje y escalado son tercerizadas.

Entonces las actividades de diseño que se realizan, no son constantes por la tipología de producto que fabrican, sin embargo si se cumplen ciertos procesos según requerimientos que ingresan a producción, así mismo siendo que otras actividades de publicidad, administración y atención al cliente son cubiertas por la misma persona que desempeña las de diseño, y que la empresa busca expandirse a una línea de disfraces, han empezado a ver la gran necesidad de tener una mente creativa dedicada al 100% a actividades de diseño, generación de prototipos, que apoye en actividades de patronaje. En este aspecto la generación de fichas de diseño y de producción sería significativo para ordenar los procesos de confección sobre todo en las prendas que conformen los disfraces por la especificidad que requerirán.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

En este caso, al ser la persona entrevistada la diseñadora, ha señalado que sus debilidades se centran en el desconocimiento de patronaje, escalado, y ciertos procesos de confección específicos, conocimiento de la aplicación de tecnologías de estampado tales como serigrafía o bordado, que considera importantes para el desarrollo del producto.

En el caso particular de la empresa Artex la parte de patronaje, escalado y tendidos lo han solucionado tercerizando este tipo de trabajo, con lo cual han resuelto la falta de conocimiento en el área, pero de todas maneras es evidente esta falencia dentro de la cadena productiva ya que de momento requieren generar nuevas prendas y se encuentran con un cuello de botella por el costo que representa, que se contrapone con la necesidad de desarrollar nuevos prototipos por lo cual al momento de la entrevista la empresaria y diseñadora ha admitido la necesidad de tener un profesional en diseño textil y modas con conocimientos firmes en el área.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

No, puesto que nadie lo ha solicitado, ni empresa ni estudiantes. Esta respuesta demuestra que la conexión entre la fábrica y la industria es inexistente puesto que no ha habido un enlace o un contacto en todos los años de trabajo que tiene el negocio. En este sentido la empresaria entrevistada supo mencionar que la colaboración de un estudiante de diseño dentro de su fábrica sería de gran ayuda y estaría interesada en participar de las prácticas pre profesionales.

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

De diseño como tal no, nunca, pero servicio de patronaje y escalado si se ha solicitado de manera externa a la fábrica. Las necesidades de la fábrica Artex dentro de las actividades de confección de uniformes, ha requerido más atención en el área de patronaje por ello han buscado servicios de apoyo en este aspecto, sin embargo, con el desarrollo de su nueva línea de productos, los disfraces, requerirán de un apoyo completo por parte de un diseñador.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Estaría interesado en participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de diseño de modas, la escuela de diseño y la industria confeccionista de la ciudad para mejorar su capacidad competitiva. En este aspecto la empresaria entrevistada al ser diseñadora, y entender las falencias que ha encontrado en su formación al momento de ejercer en el medio industrial, considera muy importante el dar más herramientas tanto a diseñadores en formación como a aquellos que deseen actualizar sus conocimientos para así mejorar las capacidades. En este aspecto mantener una estrecha vinculación con la escuela de diseño, considera, sería una buena opción para proponer ideas integradoras.

Empresa N6

<i>Nombre Empresa o Taller:</i>	DZOO
<i>Nombre Empresario entrevistado:</i>	Priscila Balarezo
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Pequeño
<i>Cargo que ocupa:</i>	Administradora, directora de ventas.
<i>Tipo de prenda que confecciona:</i>	Uniformes, ropa hospitalaria, disfraces.
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Contabilidad, control de diseño y producción, atención a clientes.

Tabla N23: Datos generales empresa Dzoo

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Análisis e Interpretación:

Inestable, por la situación económica propia del país, a lo que se suma la competencia desleal dentro del sector para el cual produce la empresa, así como los amplios tiempos para pagos post compra, son lo que impiden que la empresa se establezca económicamente del todo.

La empresa Dzoo se dedica a la confección de uniformes institucionales, por lo cual su producción se basa en la demanda de adquisición de los mismos, teniendo que buscar estrategias en la venta de sus productos para mantenerse en el mercado puesto que la competencia desleal del sector, sobre todo en el área de la confección de uniformes provoca que empresas formales deban bajar al mínimo sus costos y rangos de ganancias para poder competir.

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Análisis e Interpretación:

Calidad esta primero, pero mantener un precio competitivo es muy importante, porque muchas empresas han bajado su personal y la mano de obra que ha salido de estas empresas han continuado trabajando en el mismo campo de la confección de uniformes, pero a precios realmente bajos que generan un problema para el productor formal.

El mayor problema con el que se enfrenta la fábrica D zoo tal como lo menciona la empresaria entrevistada, es competir con costos de producción muy bajos que ofertan otros productores informales, que claro no cubren costos de ley como seguridad social para los empleados, por dar un ejemplo, o que no contabilizan bien sus costos de inversión y consideran que al cobrar menos por la confección hacen mejor, pero en realidad perjudican a la industria en general puesto que para los fabricantes formales se convierten en competencia desleal, y para el mismo micro productor a la larga el trabajo realizado no se ve representado en los valores que cobran.

Para resaltar de la competencia ofertan calidad y terminados muy buenos, así como un acompañamiento al cliente en el proceso de la elección de las prendas que conformaran en uniforme, y un servicio personalizado en la toma de medidas y postulación de diseños.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Análisis e Interpretación:

Propuestas de modelos, combinación de telas, conocimiento de tendencias, y que todo esto permite la innovación en la moda.

Para la empresaria entrevistada el diseño en textiles y modas se trata de conocer de las tendencias, de bases textiles, de proponer nuevos modelos y ahí es donde se encontrará la innovación de las propuestas, de la unión de todos estos conocimientos para poder proponer un producto diferente. La descripción dada por la entrevistada es simple y básicas, pero relacionada efectivamente con parte del perfil de un diseñador en textiles y modas que desempeña profesionalmente sus funciones.

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Análisis e Interpretación:

Dos cosas básicas, que sepa manejar muy bien el patronaje que proponga diseños agradables al cliente, esto en función de las necesidades del mismo. Además, debería ser capaz de hacer equipo con toda la parte productiva para que cada proceso se vea correctamente encadenado con el anterior y el siguiente, debido a que son procesos entrelazados y que depende uno de otro y en este aspecto es el diseñador quien debe estar muy involucrado.

De acuerdo con el criterio de la empresaria que lleva ya varios años trabajando en la industria de la confección, el diseñador de modas que labora en una fábrica debe cumplir con un rol tanto creativo como productivo e ir enlazándolos en cada etapa tanto del diseño como el de la producción, puesto que uno depende del otro y para que la prenda en verdad tenga una carga de diseño, no solo requerirá de ser estéticamente agradable, sino de estar bien construida partiendo de una moldería bien realizada, con acabados de primera y además cubrir con todas las funciones a las cuales será expuesta en su uso para que termine siendo un elemento de comodidad y confort para el cliente, con la cual el mismo se sienta a gusto de portar dicha prenda.

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Análisis e Interpretación:

Si, reflexiona, debido a que el diseñador estudia justamente para especializarse en la cristalización de las necesidades de un cliente en conjunto con las tendencias de momento en una prenda de vestir, para ello deberá de tener buenos conocimientos en las áreas que intervienen en el proceso de creación-producción, generando al final un producto con el cual el cliente se identifique, se sienta cómodo y lo aprecie por sus cualidades, que lo diferencian de la competencia.

Tal como la entrevistada lo ha mencionado, el diseñador de modas deberá ser un profesional preparado no solo en el área de la creatividad, las tendencias, y la estética, sino que deberá también de conocer muy bien de los procesos productivos que se requieren para confeccionar una prenda, y en este sentido, ya sea que este ejerza de forma independiente o dependiente, será capaz de producir prendas de calidad, con una carga de diseño, que estén pensadas en función de las necesidades de un consumidor que pretende satisfacer, mismas que deberán ser investigadas y comprendidas en la fase de diseño, pre producción.

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Análisis e Interpretación:

Cuentan con un diseñador de textil y modas de planta, que está además presente y participativo en las áreas de producción y ventas.

La fábrica Dzoo requiere de un diseñador que, aunque su mercado meta son uniformes institucionales y quizá no da mucho para aplicar tendencias de vanguardia, este realice un acompañamiento en las etapas de producción propias de la planta, desde el contacto con el cliente, pasando por la generación de propuestas, toma de medidas, control de prototipado, moldería y tallaje hasta la producción final. Así lo ha sabido mencionar la empresaria entrevistada, puesto que el papel que tiene el diseñador dentro de su fábrica es de gran relevancia para la calidad el producto que ofertan.



Figura N20: Instalaciones de producción DZOO.

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Análisis e Interpretación:

- Visita y asesoramiento a los clientes
- Toma de medidas
- Diseño de prendas
- Patronaje manual y digital, audaces tendidos
- Elaboración de fichas técnicas □ Dirección de prototipado

En el caso de esta fábrica que como se dijo antes están dedicados a la confección de uniformes corporativos, es importante que al momento de contactar al cliente el diseñador este presente para así poder entender cuáles son las necesidades para cada departamento de trabajo para el cual se diseñara, lo que luego se traducirá en propuestas de diseño así como de aplicación de bases textiles e insumo que vayan de acuerdo a las necesidades expresadas previamente, puesto que el uniforme un conjunto de prendas de alta rotación, estas deberán estar bien desarrolladas, ser cómodas y a más de eso estar hechas de buenos materiales y buenos acabados para garantizar su durabilidad.

El diseñador también está muy presente en la fase de la generación de los patrones, de hecho, es él quien por lo general los desarrolla, dirige el prototipado para asegurarse de que el diseño este bien propuesto y finalmente de enviarlo a producción.

Cabe resaltar que el criterio de la empresaria con respecto al diseño su rol en una fábrica se ve puesto en práctica con las responsabilidades que le son conferidas al diseñador de planta, buscando crear un producto de calidad para ser competitivos y ganar más mercado en el medio.

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Análisis e Interpretación:

Por la fábrica han pasado algunos diseñadores tanto en calidad de pasantes como de diseñadores de planta, y el área que más conflicto ha generado siempre ha sido el área el patronaje, puesto que los moldes que desarrollan siempre requieren de modificaciones, de pruebas lo cual se traduce en desperdicio de tiempo y de recursos. Por otra parte, son sumamente creativos, ofrecen propuestas frescas e innovadoras, lo cual es una fortaleza bien forjada.

El criterio emitido a partir de la experiencia de años de trabajo en el área le permiten a la entrevistada calificar el área de patronaje como el área que más refuerzo requiere en la formación de los diseñadores, puesto que el proceso de generación de moldes siempre resulta demorado y de mucha corrección, cuando de mejorar este conocimiento, las morderías podrían ser trabajadas con mayor precisión.

Del otro lado se encuentra la capacidad creativa, el sentido de la estética de los diseñadores, la cual es una fortaleza para el diseñador en vista de que sabrá propones diseños estéticamente agradables, de temporada y con un valor agregado.



Figura N21: Instalaciones de producción DZOO.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Análisis e Interpretación:

Hasta hace unos tres años todavía se recibían pasantes que llegaban a buscar esta oportunidad de realizar las prácticas pre profesionales, en la actualidad este enlace con la universidad se ha perdido.

En el caso de la fábrica Dzoo, el enlace con los estudiantes y la escuela de diseño de modas si existía, pero desgraciadamente con el paso de los años en lugar de incrementar la relación y fortalecerse, esta se ha debilitado y casi ha desaparecido, lo cual resulta preocupante puesto que, de ya haber existido este tipo de enlaces, cabe la pregunta ¿por qué se los deja perder?

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Análisis e Interpretación:

En algún momento cuando no se contaba con diseñador de planta y se requería generar colecciones para instituciones para los que se prestaban servicios de confección.

La acción de buscar externamente servicios de diseño habla del papel que el mismo cumple dentro de la cadena de producción de la fábrica, puesto que indica que confían en el criterio del diseñador y por ello prefieren buscar quien elabore una propuesta con contenido, pensada en el cliente, antes que generar productos copia como se hace en otras empresas.

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Si, estaría dispuesta a participar le parece muy importante sobre todo para los estudiantes para que abran su mentalidad y vean que ofrece la industria.

De la conversación resultante de la entrevista, se pudo ver el interés que la empresaria tiene hacia mostrar a los diseñadores en formación, y los graduados incluso, cómo es la intervención del diseño en una fábrica de confección y el parte que pueden generar, pero así mismo mostrar la variedad e ámbitos en los cuales se pueden emplear las capacidades de los diseñadores. Considera además que, si bien existen falencias en la formación de los diseñadores, estas se dan porque no hay una correcta vinculación entre academia e industria, puesto que las necesidades de las fábricas no han sido anteriormente evaluadas ni llevadas a manos de las autoridades estudiantiles para intentar trabajar en un proceso de cooperación de estos dos entes de la industria de la confección.

Resultados de la observación directa:

Gracias a la apertura brindada por la empresaria, se pudo conocer la fábrica y la distribución de las áreas de trabajo, donde se evidenció un método de trabajo riguroso entre el cliente y el producto que se le entrega al final. La empresa trabaja con el programa de patronaje Gerber donde tiene un banco de datos de todas las moldería generadas, pero además tienen los moldes físicos ya que todavía realizan el plante de los trazos de forma manual, siendo este un aspecto en el cuales tan trabajando por adquirir la tecnología necesaria y tecnificarse.

Se pudo observar de primera mano el trabajo que efectúa el diseñador, tanto de las propuestas gráficas, así como de los prototipos realizados y los procesos de control que se realizan en la fase de producción para que la prenda de vestir sea fiel al diseño propuesto en un inicio, para lo cual se valen de fichas de diseño generadas por el diseñador.

En resumen el aporte que el profesional de la moda brinda a la fábrica es de gran peso, puesto que define, arma, y ejecuta la parte estética de la prenda, controla sus procesos de calidad tanto en materiales como en confección y terminados, con lo cual mantienen en alto el nivel de la fábrica y asegurado el servicio que ofertan al cliente de entregar no solo una prenda de vestir, sino una prenda de calidad y con durabilidad garantizada, por lo cual los clientes que trabajan con la marca se han vuelto fieles e incluso valoran el costo que una prenda pueda tener, creando una conciencia en el consumidor, ya que en varias ocasiones lo barato sale caro.

Reflexión:

Al haber finalizado las entrevistas realizadas al grupo de como *Contribuyentes Pequeños*, de acuerdo a los datos facilitados por el Servicio de Rentas Internas SRI, lo primero que salta a la vista es la falta de colaboración y poca accesibilidad que se obtuvo por parte de los contribuyentes ya que de sesenta y tres registrados apenas seis empresas estuvieron realmente dispuestas a participar, a brindar información y a ser parte del presente proyecto, realmente resulta sumamente penoso que quizás el celo profesional o la falta de interés por parte de los empresarios haya impedido abarcar un mayor número de casos a analizar.

Como resultados generales luego de la revisión y el oportuno análisis de este grupo de pequeños contribuyentes, se podría mencionar que es un grupo que si se encuentra algo familiarizado con el diseño, incluso en los casos en los que no cuentan con un diseñador de planta o por contrato, los fabricantes tienen una buena noción a cerca de lo que es el diseño de modas y el aporte que pudiese generar a la industria, aunque en este mismo sentido si vale la pena recalcar que la mentalidad aun recae en la creencia de que la moda

aplica solo a grandes marcas en mercados internacionales; sin embargo para los fabricantes de prendas de vestir de la ciudad, el diseñador, consideran , deberá ser un profesional preparado en materia tanto creativa como de producción para que entonces pueda encargarse con fiabilidad de la fase creativa y productiva de sus empresas.

Otro punto a recalcar es la falta de acercamiento existente en el medio entre la industria y la academia, puesto que ni uno ni otro ente buscan una colaboración directa, ni el generar lazos. Partiendo de este punto, se identificó que los empresarios entrevistados tienen un alto interés por participar de programas que permitan mejorar la integración con la academia, con los diseñadores en formación y con los profesionales en diseño que ya se han graduado, puesto que ven esto como una oportunidad de crear espacios de colaboración en pro tanto de la industria como de la formación del diseñador de modas, para que este pueda ser capaz de desenvolverse en el medio de una manera más eficiente, ya sea que este decida laborar de forma independiente o dependiente.

Finalmente, después de haber analizado las respuestas obtenidas de los empresarios entrevistados, la información recolectada ha colocado a las siguientes áreas del conocimiento dentro de los indicadores fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) mismos que son detallados en la siguiente tabla:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Confección de prototipos
Manejo de insumos y bases textiles.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Mal patronaje manual	Poco Conocimiento de control de producción
Mal manejo de softwares de patronaje digital	Poco conocimiento/manejo de tecnologías

Tabla N24: Cuadro FODA: Diseñador de modas-Pequeño Contribuyente

4.2.1.4 Entrevista representante micro contribuyentes:

El siguiente grupo a estudiar corresponde a los Micro contribuyentes, a quienes, por su tamaño y consideraciones diferentes a los tres grupos anteriores, se les aplicó un cuestionario diferenciado (anexo 6), aunque manteniendo el mismo enfoque propio de la investigación. En este caso en específico, al tener 844 contribuyentes registrados en el Servicio de Rentas Internas SRI como micro contribuyentes, se contactó a representantes del gremio de corte y confección, quienes por su rol dentro de esta asociación cuentan ya con información preliminar a cerca de sus miembros.

<i>Nombre Gremio:</i>	Gremio de Maestras de Corte y Confección GREMACAF.
<i>Nombre del entrevistado:</i>	Piedad Soto, Catalina Carpio.
<i>Tipo de contribuyente:</i>	Micro empresarias
<i>Cargo que ocupa:</i>	Presidenta y representante del gremio.
<i>Responsabilidades conferidas:</i>	Representación de las agremiadas, dirección de cursos de capacitación, enlaces y convenios.

Tabla N25: Datos generales GREMACAF.

Pregunta 1

¿Cómo consideraría Ud. se encuentra el panorama económico actual para las micro empresas, o talleres artesanales?

Análisis e Interpretación:

Inestable, debido en primer lugar al alto costo de las materias primas existentes en el mercado, en segundo lugar, al contrabando y la competencia desleal que este genera,

así como a la falta de concientización por parte del consumidor, que no prefiere lo local, sino busca siempre lo más barato.

Al ser micro empresarias, muchas veces la ganancia que se obtiene de un trabajo va a depender del volumen del mismo, sin embargo, tal y como lo han manifestado en el mercado local existen varios factores que impiden que el artesano o micro productor adquiera estabilidad económica e incluso un cierto crecimiento. Las entrevistadas han mencionado primordialmente los altos costos de la materia prima, así como el contrabando y la competencia desleal, aspectos que confluyen uno en el otro, causando que las productoras deban abaratar los costos hasta el límite de lo permisible para así poder competir en el mercado.

Pregunta 2.

De la producción que generan las micro empresas y talleres afiliados, ¿qué diría Ud. se prioriza, calidad o precios?

Análisis e Interpretación:

Desgraciadamente el precio, caso contrario es muy difícil competir o ganar mercado.

Por lo saturado del mercado en cuanto a oferta se refiere, y sumándole factores externos como el contrabando que ingresa al sector, las entrevistadas han mencionado que desgraciadamente deben competir por precio, buscando una materia prima económica donde no siempre se puede garantizar la calidad, pero que permite producir prendas de bajo costo, que a su vez puedan competir en el mercado local. Esta situación ciertamente preocupante lleva a las micro empresarias a buscar generar un producto muy barato, mas no a generar un producto de calidad, que pueda ser muestra de la mano de obra calificada del sector, puesto que la mejor herramienta para competir que conocen, es la de ofertar un producto más barato que el de la competencia.

Pregunta 3.

¿Cuáles son las necesidades más primordiales de los artesanos y/o micro empresarios, o en qué áreas existen fallas que desearían corregir?

Análisis e Interpretación:

En el área financiera, el acceso a préstamos y recursos económicos, en cuanto a producción el gremio está constantemente generando cursos de capacitación, y en este aspecto se podría decir que uno de las principales necesidades sería aprender a identificar cuál va a ser el cliente para el cual se produce, para posteriormente poder desarrollar un producto que sea ideal para el mismo.

Ya en materia de confección y de producción, las entrevistadas han sabido mencionar que requieren aprender a identificar, conocer, y entender el cliente para el cual producirán, puesto que muchas veces comienzan a confeccionar cierta línea de productos, pero no tienen buenos canales de venta y la producción fracasa por falta de venta; en este aspecto consideran importante no solo el identificar al cliente y sus posibles necesidades, sino también saber cómo plasmar en una prenda las soluciones que este requiera.

Pregunta 4.

¿Cómo definiría al diseño de modas, o con que lo relaciona?

Análisis e Interpretación:

Es la parte del bocetaje, del dibujo de las prendas que luego se confeccionarán. De acuerdo con las entrevistadas, el diseño de modas hace referencia a la parte creativa únicamente, a la concepción de propuestas que llegan hasta un nivel gráfico y que posteriormente será la mano de obra quien desarrolle dicho diseño, este criterio lo mencionan desde su experiencia tras años trabajando en la industria, e incluso tras haber trabajado para ciertos diseñadores de la ciudad.

Pregunta 5.

¿Cuál cree es el rol que un diseñador de modas puede desarrollar dentro de una micro empresa o un taller artesanal?

Análisis e Interpretación:

Es aquel que está encargado de ver las tendencias, los colores de moda, y de acuerdo al cliente y lo que este pida, será quién desarrolle los modelos, a un nivel gráfico o de ficha técnica.

De acuerdo a la concepción de las entrevistadas, continuando en la línea de la respuesta anterior, el diseñador de modas tiene el rol de interpretar las necesidades del cliente y al unirlos con las tendencias del momento, podrá proponer una prenda, misma que llega hasta un nivel gráfico, retomando nuevamente la idea de que el diseñador no interviene, o lo hace muy poco en las etapas productivas de una prenda.

Pregunta 6.

¿Cree que el diseñador puede dar soluciones que signifiquen un aporte, un valor agregado en el proceso de confección en talleres artesanales o micro empresas?, indique él por qué.

Análisis e Interpretación:

Si, ya que el diseñador con su creatividad puede actualizar constantemente el producto, hablando de la estética y las propuestas para una prenda que se pueda hacer.

El gremio está conformado por artesanas que han sido formadas y capacitadas en las áreas de corte y confección principalmente, lo que ha permitido que dominen el tema, sin embargo, hay otros aspectos propios de la cadena de la confección de prendas de vestir, donde consideran que el diseñador podría intervenir a ser de ayuda, tal como lo han mencionado. La capacidad creativa del diseñador de modas es lo que para las entrevistadas sería un punto de diferenciación con respecto a otros talleres que produzcan

la misma línea de indumentaria, mostrando así que en su concepción el diseñador si es capaz de aportar un valor adicional dentro de la cadena de producción.

Pregunta 7.

¿Existe algún tipo de enlace con diseñadores, o con la facultad de diseño para proyectos de trabajo conjunto con artesanos y micro empresarios?

Análisis e Interpretación:

La última vez que se generó un curso de diseño fue hasta hace unos dos años aproximadamente, sin embargo, este enlace no se dio por medio de la universidad, sino de manera independiente se contactó a un diseñador para que dictase un curso.

Acorde a lo conversado en la entrevista, por parte del gremio han existido acercamientos hacia la universidad, puesto que, en su constante búsqueda de preparación y actualización de conocimientos, siempre están intentando generar convenios de trabajo conjunto. Desgraciadamente, tal como las entrevistadas lo mencionan, no han conseguido entablar ningún tipo de relación con la academia, por lo cual han buscado externamente otras alternativas para capacitaciones, sobretodo en el área de diseño.

Pregunta 8.

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y los artesanos y micro empresarios de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Análisis e Interpretación:

Sería importante crear canales de comunicación que permitan estar en una constante comunicación, ya que las artesanas requieren educarse en aspectos que los diseñadores dominan, y así mismo los diseñadores necesitan especializarse en áreas que las artesanas conocen bien, entonces un trabajo mutuo sería beneficioso para ambas partes.

Según lo mostraron las entrevistadas, su interés por generar alianzas con la universidad, en concreto con la facultad de diseño y la carrera de diseño de modas esta aun presente, como desde hace años atrás, puesto que creen que la actualización de conocimientos es muy importante, y que compartir sus fortalezas para mejorar en aquellos aspectos que son débiles sería lo ideal, sin embargo por experiencias pasadas consideran que lograr estos enlaces sería dificultoso, puesto que en alguna ocasión tuvieron la iniciativa de generar cursos de formación entablado convenios con la universidad y la carrera, sin embargo nunca recibieron aceptación, tal como lo han mencionado.

Reflexión:

Para las artesanas y micro empresarias la situación económica de sus talleres es inestable por varios factores, tales como el limitado acceso a materias de buen costo, el contrabando y competencia desleal que ofertan los mismos productos a costos excesivamente bajos, así como a la falta de aceptación del consumidor al producto de producción local. En este caso en específico, las microempresarias son también su propia mano de obra muchas de las veces y por ello buscan afiliarse a gremios y asociaciones donde pueden continuar con su formación e irse especializando en diferentes áreas para así sacar adelante sus negocios.

En este sentido, y ya relacionando un poco con el papel del diseñador de modas y de la academia como tal, surgen ciertas ideas en torno a la entrevista realizada y la conversación entablada, y es que las micro empresarias entrevistadas consideran que debería existir un nexo directo entre la carrera de diseño de modas y el gremio de corte y confección, ya que desde su experiencia pueden atreverse a decir que los diseñadores

graduados con los que han tenido la oportunidad de trabajar, son mentes muy creativas que sin embargo se ven estancadas al momento de materializar sus ideas, por lo cual reflexionan que reforzar áreas del conocimiento tales como patronaje y confección sería de gran valor para el perfil del diseñador integral; y viceversa, para las artesanas y micro empresarias del sector sería de gran ayuda poder capacitarse continuamente en aspectos de diseño, creatividad, consumidor, tendencias, etc. para poder dirigir de mejor manera sus negocios.

Por lo tanto, reforzar la vinculación entre el sector micro-artesano y la facultad traería consigo beneficios para ambos entes.

4.2.2 Entrevista junta directiva Escuela Diseño en textiles y moda:

Finalmente se realizó una entrevista al último grupo, los docentes miembros de la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas, mismos a los cuales se les aplicó un cuestionario basado en las entrevistas anteriores, tal como consta en el *anexo 7*, de donde se obtuvo información relevante para entender cuál es la posición de la Escuela como tal ante la integración y apropiada inserción de los diseñadores de modas junior en el entorno laboral de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 1

¿Cuál es el objetivo principal de la escuela de diseño de modas?

Análisis e Interpretación:

Formar profesionales primordialmente con alta ética y calidad humana, que tengan la capacidad de resolver problemáticas específicas de los textiles y procesos de confección de la indumentaria, para que puedan desarrollarse como diseñadores artesanales, en el diseño de autor, o insertarse en la pequeña o mediana industria.

De acuerdo con la respuesta obtenida, la Escuela de Diseño en Textiles y Modas pretende que los diseñadores que se forman en las aulas adquieran las capacidades suficientes como para ejercer el diseño en distintas áreas, desde el emprendimiento artesanal como un diseño de autor hasta el trabajo dentro de la industria de los textiles y/o la confección. Además, han resaltado como característica principal el formar profesionales íntegros y éticos, que además tengan una moral muy humanística, puesto que estas cualidades los llevarán a tomar las decisiones correctas a lo largo del ejercicio de su profesión.

Pregunta 2.

¿Hablando de la vinculación, hacia donde se dirige la carrera?

Análisis e Interpretación:

La carrera se vincula con la sociedad de dos formas, a través de las pasantías que son las practicas pre profesionales que los alumnos de sexto ciclo deben realizar, mismas que cubren 64 horas en el área de diseño y 64 horas en el área de tecnología, y por otro lado está el servicio comunitario que vincula directamente al alumno con la sociedad, ya sean comunidades o grupos vulnerables para los cuales se generan proyectos que se traduzcan en un aporte considerable para mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.

La carrera perfila la vinculación en primera instancia hacia una línea de ayuda comunitaria y social, donde se pretende que el alumno se relacione con grupos vulnerables de la sociedad y que trabajen en proyectos en pro del beneficio de dicho grupo, proponiendo soluciones desde sus conocimientos en el área de diseño en textiles y modas, puesto que los proyectos que se van generando deben estar encaminados hacia el área específica de estudio del alumno. Esto coincide plenamente con el objetivo de la escuela de formar profesionales éticos y de moral, puesto que el relacionarse con contextos ajenos a los propios les permitirá a los alumnos desarrollar una cierta sensibilidad y mejorar su calidad humana.

Los proyectos y convenios que se efectúan dentro de la escuela de diseño textil y modas donde se vincula a alumnos con grupos vulnerables en su mayoría llegan a la universidad, es decir, fundaciones o instituciones externas llegan a la universidad solicitando el apoyo para diferentes proyectos, en menor cantidad se han dado las veces en que las propuestas han surgido de dentro de la escuela.

En cuanto a la vinculación de las prácticas pre profesionales tienen la intención de que el alumno, que cuenta ya con los conocimientos suficientes alcanzados hasta un sexto nivel de formación académica, se relacione con empresas y talleres donde pueda adquirir mayores conocimientos y experiencias diferentes a las cuales puede adquirir en las aulas. En este sentido vale recalcar que no necesariamente el alumno debe realizar las pasantías

en una fábrica o industria, sino que puede realizarlas incluso en talleres artesanales siempre y cuando al final del período de tiempo establecido, el alumno haya aprendido sobre nuevas técnicas, tecnologías, etc. que le permitan ampliar su abanico de conocimientos. Estos criterios son previamente evaluados para su aprobación por docentes de la facultad quienes analizan que la empresa o taller donde se vayan a realizar las prácticas tenga la capacidad como para brindarle al alumno estos espacios de aprendizaje.

Pregunta 3

¿Qué competencias le son otorgadas a los alumnos como parte de su formación?

Análisis e Interpretación:

Se busca formar profesionales que conozcan de procesos de diseño, de patronaje para aplicar en diferentes tipos de prendas, que conozcan de bases textiles, composiciones, comportamientos de telas y diversos materiales, se busca que los alumnos conozcan de diferentes tecnologías propias de la producción, es decir no solo el manejo de máquinas de confección industrial sino también de técnicas de estampación, tratamiento de las telas para su transformación en general, además se los prepara en áreas de producción, costos, marketing e incluso publicidad para que puedan ofertar de manera adecuada su producto cuando ejerzan la profesión.

La carrera como tal busca formar diseñadores multidisciplinarios, con capacidades y conocimientos suficientes como para enfrentarse al medio laboral, brindándoles herramientas en todas las áreas en las cuales un diseñador en textiles y modas puede desenvolverse, abarcando aspectos creativos, tecnológicos, de producción, de costos, de marketing y publicidad. Sin embargo, aquí cabe hacer la siguiente pregunta, ¿es suficiente la información que los estudiantes reciben sobre cada tema? Y es que no solo se trata de tener un conocimiento global, sino de lograr una especialización en determinada área, para que entonces el trabajo realizado sea efectivo y que rinda. En este sentido la escuela trabaja duro por formar de manera integral a los estudiantes, ya habrá que ver si esta formación es realmente la necesaria para el medio local del diseño y la confección.

Pregunta 4.

¿Dentro del pensum de estudios, en que etapas los alumnos tienen una cercanía con el sector industrial de la confección?

Análisis e Interpretación:

Principalmente las practicas pre profesionales, como se lo mencionó ya, pero adicional a esto, desde la carrera los alumnos en los diferentes niveles de la materia de Tecnología y Producción dictada dentro de las cátedras, aprenden todo lo relacionado con los procesos industriales, las tecnologías existentes, técnicas, etc. Sin embargo, este aprendizaje es de índole teórico en su mayor parte. Hasta hace un par de años se realizaban visitas académicas a fábricas para que los alumnos conocieran de primera mano la tecnología y los métodos de índole industrial, con una producción real de empresas del medio, pero estos recorridos al ser parte de las propuestas de los docentes que dictan la cátedra dentro del sílabo, ha existido una itinerancia y poca continuidad que ha hecho que esta práctica desaparezca.

Actividades como los recorridos académicos permiten al alumno conocer de primera mano y experimentar con procesos industriales a los cuales no tiene acceso dentro de las aulas, por el simple hecho de que, aunque se cuente con maquinaria para enseñanza, desde las aulas no se puede reproducir a la misma escala ni con exactitud los procesos reales que se siguen en una fábrica de confección. Esta experimentación se considera es primordial para que el diseñador en formación amplíe sus horizontes, conozca y palpe otras aristas del diseño, identifique el sin número de aportaciones que el diseñador puede brindar a un proceso productivo industrial desde pequeña a gran escala.

En este sentido resulta penoso evidenciar que desde la academia se ha dejado perder esta práctica importante para la formación de un diseñador completo, con un perfil integral, puesto que la industria de la confección es la base económica en la cual se asientan emprendimientos de moda y en este aspecto el diseñador de modas debería ser entendido en el tema.

Pregunta 5

¿Se han realizado seguimientos a los estudiantes graduados para ver cómo estos se han insertado en el medio laboral?

Análisis e Interpretación:

Hasta el año 2016 se realizó un seguimiento por medio de encuestas a todos los graduados de la carrera de Diseño en Textiles y Modas, puesto que la carrera como tal se encontraba en un proceso de acreditación y el realizar este seguimiento a graduados era uno de los requisitos para dicha acreditación. Posterior a ello no se ha retomado tal actividad.

Este seguimiento a los diseñadores graduados que se dio por parte de la facultad fue motivado por procesos administrativos a cumplir para la acreditación de la carrera, lo cual indica que no está dentro de las actividades propias programadas desde escuela el seguir de cerca cómo se van desarrollando los diseñadores en el medio.

Este aspecto es de suma importancia puesto que es la mejor vía para evaluar cuáles son los resultados de las enseñanzas impartidas desde la academia, evidentemente existen factores ajenos a la formación académica, tales como la personalidad y disposición del diseñador y como este logre desenvolverse en el medio por sus cualidades propias, personalidad, etc. sin embargo el correcto diagnóstico de la verdadera aplicación de los conocimientos entregados a los diseñadores en formación, permitirá trabajar sobre un panorama mucho más claro e ir direccionando a la carrera hacia el camino que más oportunidades proyecte.

Pregunta 6.

Como docentes de la carrera de diseño en textiles y modas, ¿Consideran que la sociedad de la ciudad de Cuenca entiende que es el diseño y como este funciona?

Análisis e Interpretación:

La sociedad cada vez parece estar más familiarizada y habida de obtener productos de diseño, puesto que han existido diseñadores que han abierto el camino y se han posicionado en el mercado y que persisten en el mismo gracias a los consumidores. La gente de Cuenca cada vez entiende y valora de mejor manera un producto de diseñador, puesto que buscan diferenciarse y resaltar y encuentran esto en las prendas de diseñador.

El criterio de que la sociedad está más propicia al consumo de productos de diseñador proviene de la experiencia de varios casos de diseñadores que han iniciado sus negocios como emprendimientos y se han mantenido a través de los años en el mercado, por ello los miembros de junta consideran que el diseño va adquiriendo fuerza en la sociedad, no obstante, también se debe resaltar el hecho de que existe mucha competencia proveniente de una producción meramente industrial, en muchos casos producto de copia de tendencias por parte de los productores. En este sentido es importantísimo que el diseñador sepa demostrar el valor agregado que le pone a sus productos para que estos no se mezclen con productos copia, y así poder reposicionar el valor que el diseño autentico le da a un producto.

Pregunta 7.

Desde la mirada de la academia, ¿Cómo considera es la apreciación de la industria sobre el rol del diseño y el diseñador de modas en la misma?

Análisis e Interpretación:

Los fabricantes o empresarios aspiran que el diseñador tenga un rol multifacético por llamarlo de alguna forma, buscan un profesional experto en patronaje, corte y

confección, que además entienda de producción, ventas, mercadeo, etc. pero muchas de las veces relegan su capacidad creativa a simplemente realizar replicas por no llamar copias de prendas previamente elegidas u obtenidas de otros lados, incluso cuando hay ferias o cursos de diseño muy pocas son las empresas que llevan a estos eventos a su diseñador, lo cual se da un poco también por celo y desconfianza de invertir en un empleado que puede o no abandonar el puesto de trabajo.

La apreciación de la industria con respecto al rol del diseñador, de acuerdo con el criterio de los docentes entrevistados y acorde a su experiencia, es un tanto inmoderada en ciertas áreas, puesto que pretenden conseguir un profesional multifacético como lo han mencionado, pero al que no le dan la libertad creativa ni el voto de confianza como para invertir en su capacidad creativa, independiente de sus conocimientos en áreas de producción. En este sentido, consideran, hay que trabajar mucho en el criterio, en el pensamiento y en la apreciación que el industrial tiene sobre el diseñador, quizás en este punto falta un canal de comunicación que permita poner en mesa los distintos criterios para convenir en una sola razón.

Pregunta 8.

¿En algún momento se han establecido nexos con la industria, con el fin de entender las necesidades de la misma y en función de esto proponer soluciones desde la academia?

Análisis e Interpretación:

No directamente, el nexo más próximo que hay entre academia e industria son las practicas pre profesionales, pero algún tipo de convenio entre academia e industria directamente no existe. Los esfuerzos se han centrado mucho más en atender a la sociedad y priorizar el servicio de formación y acompañamiento que se pueda emprender desde la universidad.

La universidad y por ende la Escuela de Diseño en Textiles y Modas se ha venido enfocando en la ayuda a la comunidad con el fin de ofertar un servicio social que aporte de manera significativa en la mejora de la calidad de vida de los grupos vulnerables donde se han identificado diversas problemáticas y para los cuales se han emprendido proyectos de vinculación. Sin embargo esto evidencia la inadvertencia existente en generar lazos con un actor importante del diseño en la ciudad de Cuenca, la industria textil y confeccionista, puesto que el mercado laboral al cual salen los diseñadores de modas junior es este precisamente, y es aquí donde se centra el punto clave de la presente investigación, que es demostrar la importancia e impulsar la integración e estos dos entes en pro del desarrollo de la industria de la confección y en un futuro de una industria de moda.

Pregunta 9.

¿Cómo se podría mejorar la relación entre academia e industria en pro del desarrollo de una industria de Moda?

Análisis e Interpretación:

La educación dual, puesto que no solo se puede esperar que las soluciones provengan de la academia y el diseñador, sino que también influye mucho el pensamiento del productor, como maneje su fábrica y el criterio del mismo con respecto al rol del diseñador de modas.

Ciertamente para lograr una correcta vinculación será necesario que todos los actores involucrados tengan la disposición y el interés de participar, de reevaluar criterios en búsqueda de mejoras, en este sentido la educación dual como lo han propuesto los docentes entrevistados sería una estrategia adecuada puesto que no solo se trata de que el diseñador de modas salga de la academia con un perfil completo, multidisciplinario y multifacético, que le permita satisfacer las necesidades de cualquier fábrica del medio, sino de que el industrial se prepare mejor en cuanto a lo que el diseño realmente significa, adquiera una cierta ética profesional en contra de prácticas comunes pero incorrectas

dentro de la industria tales como la copia, y que además entienda a cabalidad cual es el papel del diseñador de modas en una fábrica y cómo su preparación y propuestas sabrán mejorar el producto al concederle un valor agregado.

El panorama ideal sería entonces ese punto de equilibrio entre las capacidades adquiridas por el diseñador de modas que lo hacen un profesional idóneo para desenvolverse en el medio desde un espacio de emprendimiento a nivel artesanal hasta su intervención en la gran industria, y que el fabricante entienda y valore realmente cual es el rol del diseñador, que conciba para que se prepara el mismo y dentro de su fábrica le permita desenvolverse de la manera adecuada con la libertad creativa; entonces sería aquí, cuando al convenir dos criterios con un mismo norte, podría hablarse de integración.

Reflexión:

La Escuela de Diseño en Textiles y Moda, y desde la junta académica, están interesados en crear y brindar espacios oportunos para que el alumno viva experiencias de vinculación con la sociedad, puesto que una de las principales metas de la carrera y de la universidad como tal, es la formación de profesionales con ética y moral que les admita ejercer de forma crítica y justa su futura profesión, señalando la calidad humana como el eje principal del cual se deriva todo lo demás.

En menor medida, existe un espacio para generar enlace con la industria, y se lo hace por medio de las prácticas pre profesionales, donde el objetivo principal es que el alumno adquiriera nuevos conocimientos a partir de la aplicación de sus habilidades como aporte para aquellas fábricas o talleres que tienen disposición a participar de mencionado programa, pero bien, vale recalcar que al ser este el único espacio en el cual se brindan estos escenarios para la creación de vínculos, las oportunidades pueden ser limitadas, ya que actividades diversas donde hay una relación diseñador industria han sido relegadas del proceso de formación, o simplemente no existen más estrategias de integración.

4.2.3 Encuestas a diseñadores en textiles y modas graduados en promociones 2015, 2016 y 2017:

Con la intención de conocer la situación actual de los diseñadores graduados de las tres últimas generaciones de la Escuela de Diseño en textil y Modas se aplicaron preguntas de carácter cuantitativo, a la par de esto también se aplicaron preguntas cualitativas para conocer el criterio que estos diseñadores tienen con respecto a el posicionamiento del diseño en el medio local, para ello a continuación se describirá pregunta a pregunta con sus respectivos resultados.

Pregunta 1.

¿En qué ámbito actualmente ejerce Ud. la profesión de Diseñador/a en Textiles y Moda?

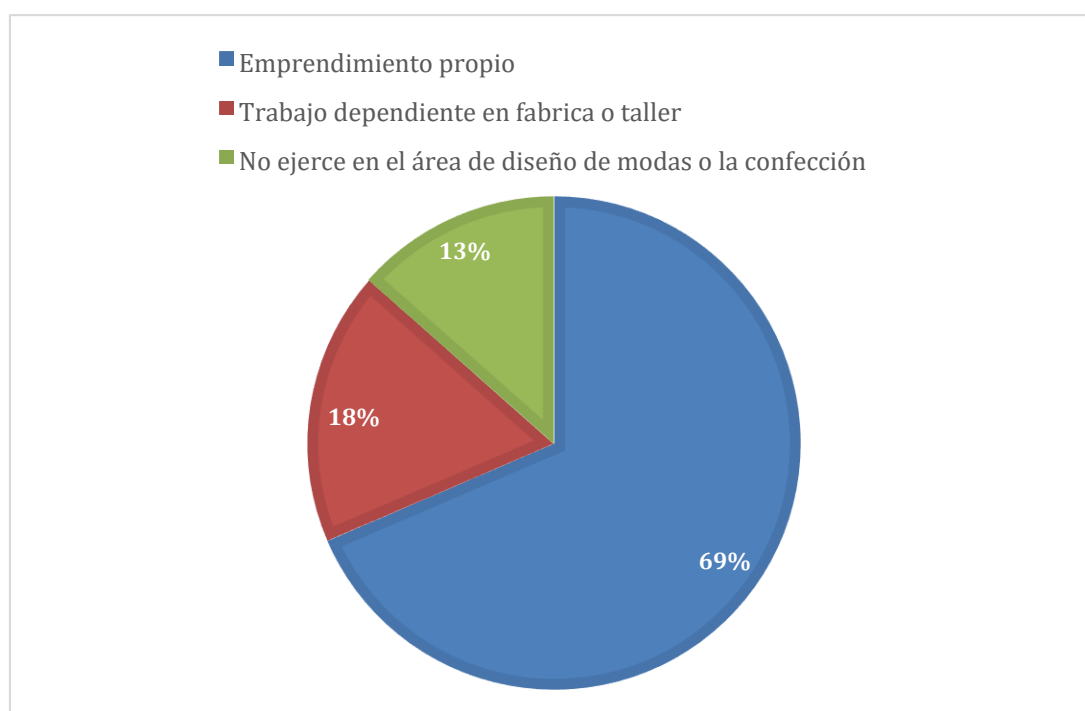


Figura N22: Ámbitos en los que ejercen actualmente la profesión de Diseñador/a en Textiles y Moda

Si es el caso, indique por qué no se encuentra ejerciendo la profesión.

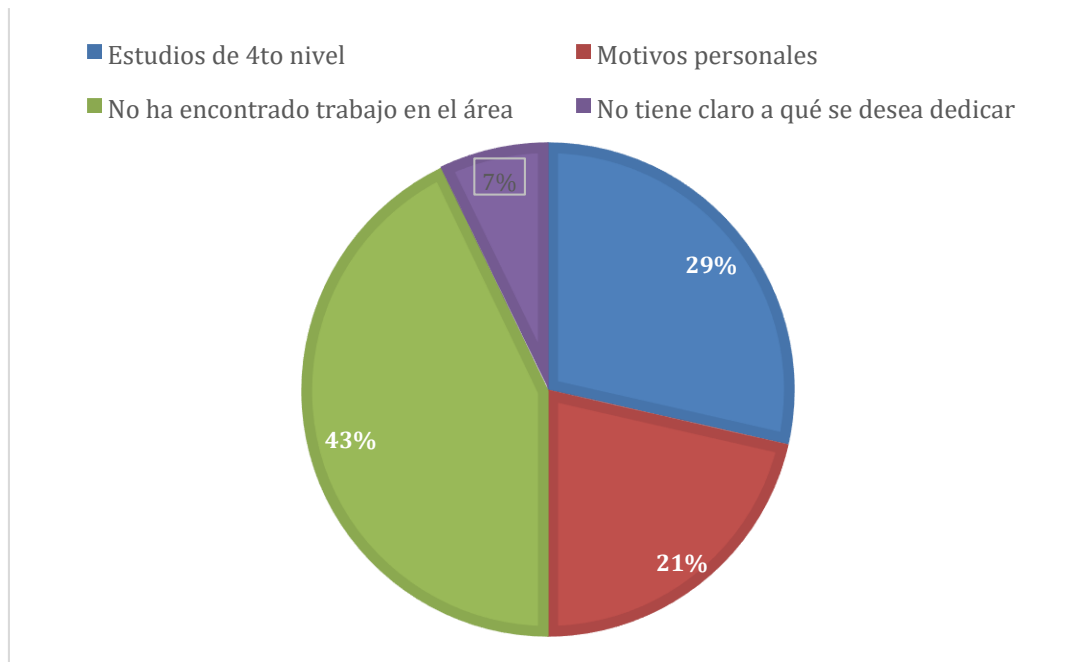


Figura N23: Motivos por los cuales el diseñador/a no se encuentra ejerciendo la profesión

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos, del 100% de los diseñadores encuestados, el 69% de ellos se ha dedicado a emprender su propio negocio o marca posicionándose esta opción en primer lugar, un 18% de ellos se encuentran laborando de forma dependiente en alguna fábrica o taller de confección, mientras que el 13% no se encuentra ejerciendo la profesión. En el caso de la variante “No ejerce en el área de diseño de modas o confección” se identificaron cuatro razones, en primer lugar, con 43% el motivo es no haber encontrado trabajo en el área, con 29% se identificó que los diseñadores optaron por seguir estudiando, en tercer lugar, con 21% los diseñadores atribuyen a motivos personales el no laborar en el área de diseño, y en último lugar con 7% los diseñadores supieron especificar que aún tenían claro a que se querían dedicar.

Se evidencia que más de la mitad de los diseñadores han optado por emprender su propio negocio, creando su propia marca, es decir buscan trabajar para sí mismos

generando productos basados en su estilo, a su propio ritmo, planteándose de manera autónoma los objetivos de posible crecimiento y posicionamiento de su emprendimiento. Por otro lado, en menor cantidad, se encuentran aquellos diseñadores que han optado por involucrarse con la industria de la confección, este grupo al corresponder tan solo al 18% del total de la población muestra que el deseo de integrarse con la cadena productiva industrial por parte de los diseñadores graduados es deficiente, o bien, que las oportunidades de insertarse en este medio laboral son escasas.

Finalmente, y en menor porcentaje está el grupo de aquellos diseñadores correspondientes a un 13% que pese haberse graduado de la carrera de textiles y modas no se encuentran ejerciendo la profesión, dentro de este grupo se ha identificado que la principal causa para que los diseñadores no se encuentren ejerciendo en el área es por la falta de oportunidades laborables en el medio evidenciando claramente un eslabón suelto en la cadena que existe entre el diseñador de modas y la industria de la confección de indumentaria. En menor medida se definieron como motivos para no ejercer el diseño los estudios de cuarto nivel, mostrando que existen diseñadores con énfasis en seguirse preparando, motivos personales, y finalmente la indecisión de no saber a qué dedicarse.

Pregunta 2.

¿Ha trabajado Ud. en el pasado bajo relación de dependencia en alguna fábrica o taller de confección?

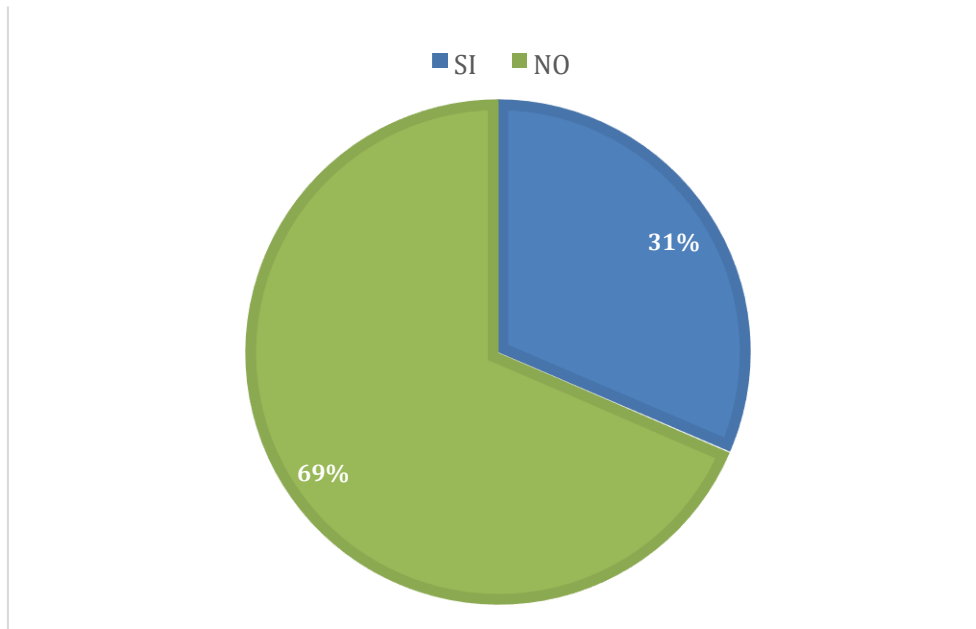


Figura N24: Experiencia trabajando en relación de dependencia en fábrica o taller.

Análisis e Interpretación:

Ya que es de importancia conocer que tan estrecha ha venido siendo la relación entre los diseñadores recién graduados y la industria se indagó sobre cuántos de ellos han trabajado en algún momento bajo de relación de dependencia, de lo cual se obtuvo que apenas un 31% han tenido ese acercamiento mientras que el otro 69% no lo ha hecho.

De los resultados obtenidos en la pregunta anteriormente mencionada resalta el hecho de que apenas una tercera parte equivalente al 31% de los graduados en diseño textil y modas de las últimas tres promociones han tenido en algún momento un acercamiento con la industria confeccionista, dato que, si se lo coteja con el obtenido en la pregunta 1, tan solo un 18% continúa manteniendo esa relación al momento. Esta situación se traduce en que esta relación va en disminución, y es de importancia identificar las causas.

Pregunta 3.

En caso de haber elegido la opción SI en la pregunta N2. “¿Ha trabajado Ud. en el pasado bajo relación de dependencia en alguna fábrica o taller de confección?” Pero ya no se encuentre laborando actualmente, indique por qué motivo dejó de trabajar bajo relación de dependencia.

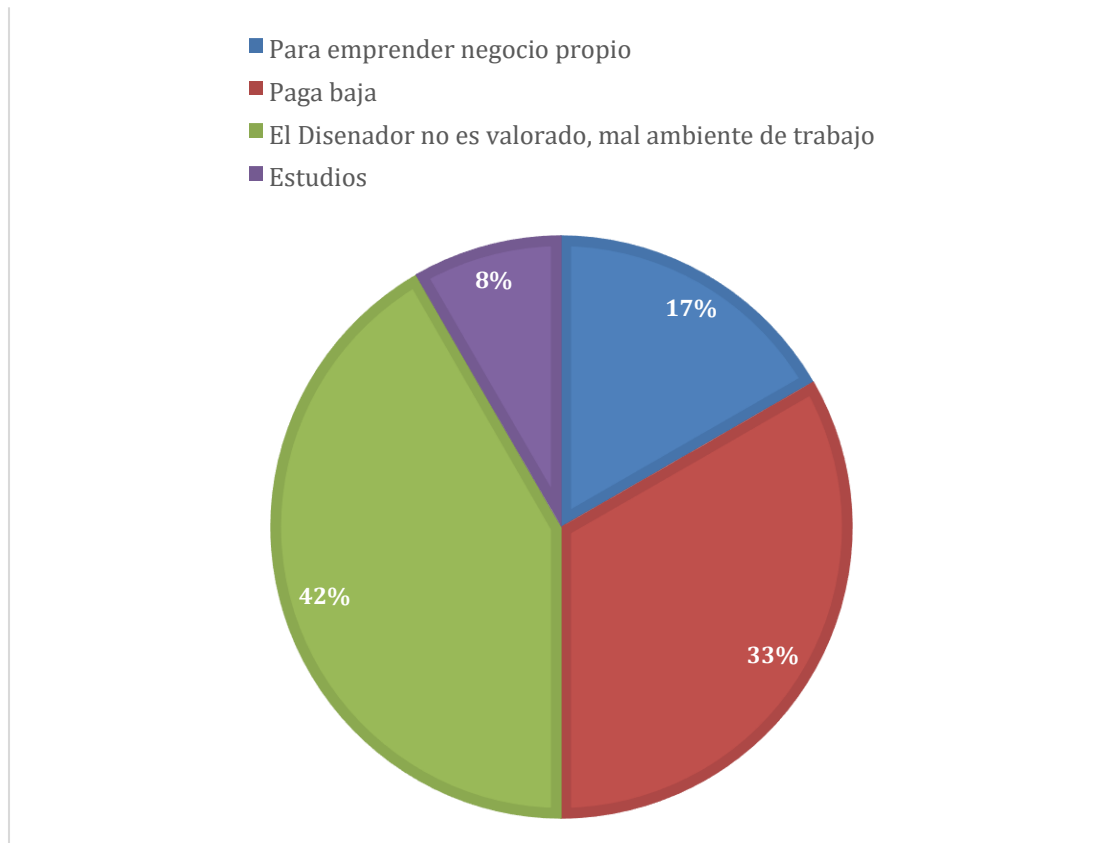


Figura N25: Motivos por los cuales el diseñador/a dejó de trabajar en relación de dependencia en el área de la confección y el diseño de modas.

Análisis e Interpretación:

Esta pregunta se la realizó con el afán de evidenciar las causas por las cuales aquellos diseñadores que han trabajado en talleres o fábricas confeccionistas dejaron de hacerlo, la información obtenida dicta que el 42% de ellos identificaron que el diseñador como profesional no es valorado en el medio y laboraron en un mal ambiente de trabajo por lo cual decidieron separarse, así como un 33% de ellos refieren su motivación a la paga baja

que recibían. El 17% de aquellos que trabajaron de manera dependiente en algún momento decidieron dejar de hacerlo para emprender su propio negocio, mientras que el 8% de ellos lo hicieron para continuar con sus estudios.

Como se dijo anteriormente es importante identificar las causas por las cuales los diseñadores no están ligados de manera directa con la industria de la confección, por ello en la Pregunta 3 se indagó sobre las causas por las cuales aquellos diseñadores que en algún momento trabajaron para la industria se desvincularon de la misma, como resultado se evidencio varios factores, principalmente la poca valorización del rol del diseñador dentro de la industria, y la paga baja que reciben, misma que es consecuencia de la primera razón.

En menor medida se identificó como motivación para dejar de trabajar de forma dependiente la iniciativa de emprender un negocio propio por parte de los diseñadores, y finalmente el deseo de continuar con estudios.

Pregunta 4.

¿Qué tipo de prenda se confecciona en la fábrica en la que Ud. labora o laboró?

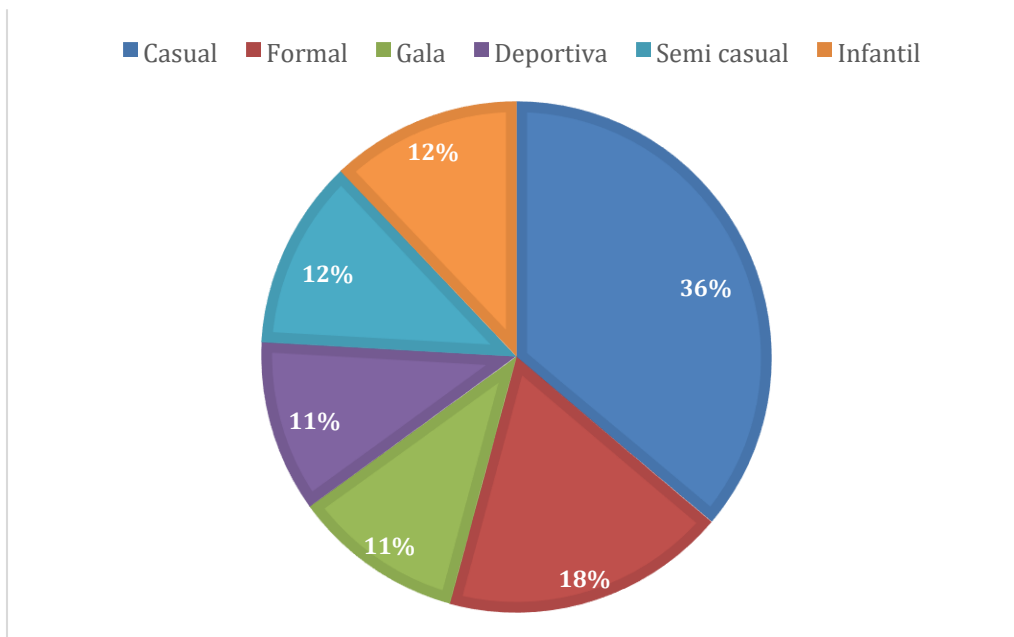


Figura N26: Tipología de prenda confeccionadas en fábricas donde trabajan o han trabajado los diseñadores

Análisis e Interpretación:

La industria confeccionista se dedica tal como su nombre lo indica a confeccionar prendas de vestir, pero esta actividad se subdivide según la tipología del producto y el mercado al cual se dirige, de la pregunta anteriormente descrita se obtuvo como resultado que del total de diseñadores que han laborado o aún se encuentran laborando de manera dependiente el 36% lo ha hecho dentro de la línea casual, un 18% en línea formal, 12% semi casual e infantil respectivamente, y en menor medida con 11% las líneas deportiva y de gala.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que aquellas fábricas o talleres dedicadas a la confección de prendas casuales son las que más apertura o necesidad de tener un diseñador dentro de su personal han mostrado, así mismo aquellas fabricas enmarcadas en la confección de indumentaria formal, semi casual e infantil se encuentran en segundo lugar, pero van a la par con las que confeccionan prendas en la líneas deportiva y de gala

ya que existe una diferencia de apenas un 1% entre el primer y segundo grupo, lo cual muestra que las fábricas y talleres dedicados a estas líneas de tipo de prenda no tienen mucha apertura a contar con un diseñador dentro de su personal.

Pregunta 5.

¿Qué actividades le son o le fueron otorgadas dentro de dicha fábrica o taller? Se pueden elegir varias respuestas.

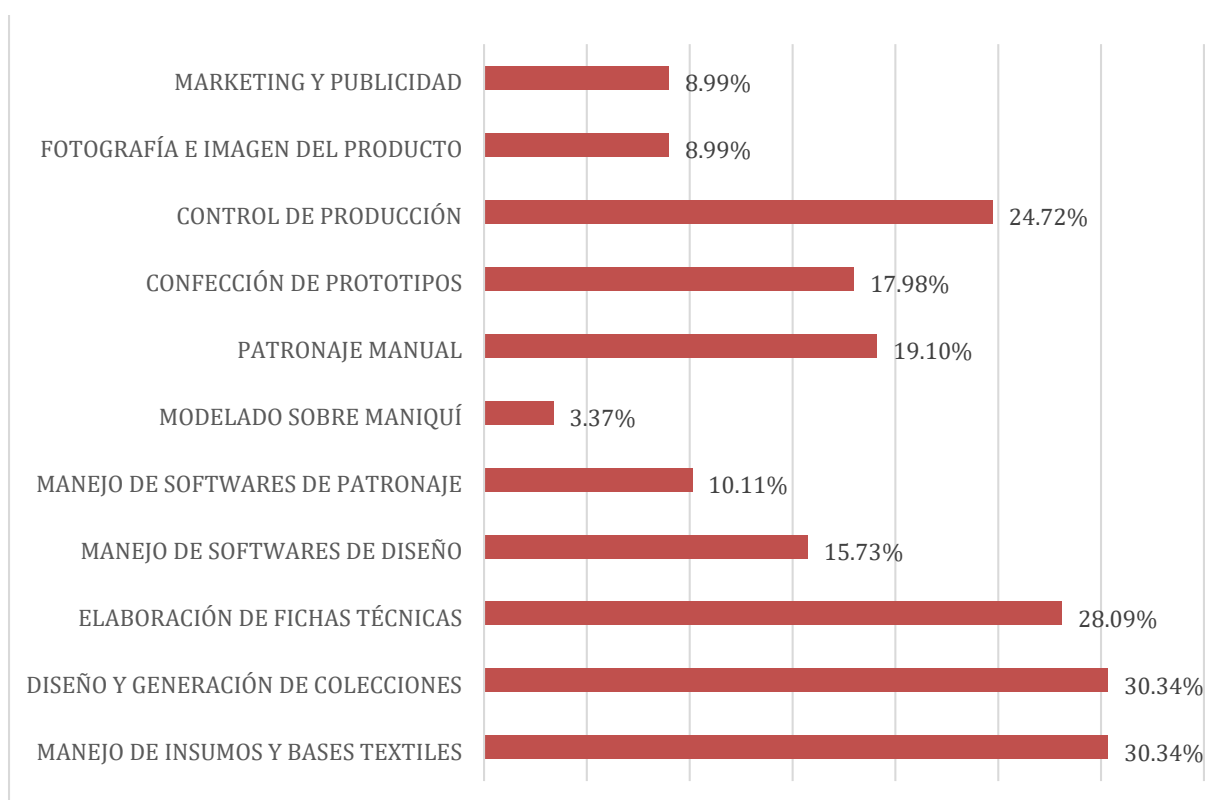


Figura N27: Actividades otorgadas a los diseñadores en fábricas o talleres

Análisis e Interpretación:

Así mismo es importante identificar qué actividades se les han otorgado a los diseñadores dentro de la fábrica o taller en donde han tenido la oportunidad de ejercer la profesión, en primer lugar con el 30,34% están las actividades de diseño y generación de colecciones así como el manejo de insumos y bases textiles, en segundo lugar se ubica la elaboración de fichas técnicas, seguido de control de la producción con 24,72%, aplicación de Patronaje manual con 19,10%, confección de prototipos un 17,98%, manejo de diferentes

softwares de diseño con 15,73%, manejo de softwares de Patronaje 10,11%, manejo de marketing e imagen de producto con 8,99% y finalmente modelado sobre maniquí con tan solo 3,37%.

El planteamiento de las actividades que se le pueden otorgar a un diseñador dentro del proceso de producción de una fábrica o taller se las estableció en base a las materias que les son impartidas a los diseñadores por parte de la academia, dentro de tales actividades resaltan por su frecuencia diseño y generación de colecciones como aquella actividad que más realizan los diseñadores, lo cual mostraría que aquellas fábricas o talleres que cuentan con un diseñador en su planta buscan generar diseños propios representados en colecciones que luego saldrán a la venta, le sigue el manejo de materias primas, elaboración de fichas técnicas, actividades que van de la mano con el diseño y generación de colecciones ya que una depende de la otra y viceversa, en menor porcentaje se identificó que los diseñadores se desarrollan en el control de la producción que bien podría estar encadenado a los procesos anteriormente identificados pero que su vez puede ser una actividad que se realice sin haber existido un proceso de diseño previo.

Realización de Patronaje manual, elaboración de prototipos, el manejo de softwares de diseño y de Patronaje se hacen presentes en menor escala lo cual mostraría que son actividades que, aunque necesarias dentro de la cadena productiva de un taller de confección, no necesariamente le son otorgadas al diseñador lo cual puede deberse a falta de adquisición de tecnología en el caso de los programas de diseño y Patronaje digital, y en el caso específico de la generación de mordería, podría atribuirse al hecho de que cuentan con personal que los dueños del taller o fabrica consideren más capacitados para el desarrollo del mismo, motivo por el cual al diseñador no se le confía esta tarea.

Finalmente el manejo de marketing, publicidad, e imagen del producto así como modelado sobre maniquí son actividades que prácticamente no se las otorga a un diseñador dentro de la industria confeccionista, que bien puede ser porque dentro de la empresa cuentan ya con un departamento de marketing y ventas, o por el contrario que por la tipología del producto que fabrican, la actividad no es necesaria, tal como es el caso de modelado sobre maniquí que apenas y se hizo presente en los resultados anteriormente descritos.

Pregunta 6.

En base a su experiencia trabajando dentro de la industria confeccionista, ¿En qué áreas considera se deberían de reforzar y/o mejorar los conocimientos adquiridos en la Universidad? CALIFIQUE DENTRO DE UN RANGO 1-5, DONDE 1 ES EL NIVEL QUE MENOS REFUERZO REQUIERE Y 5 EL QUE MÁS REFUERZO REQUIERE.

Correlacionando con la pregunta anterior se obtuvo las siguientes respuestas por cada actividad.

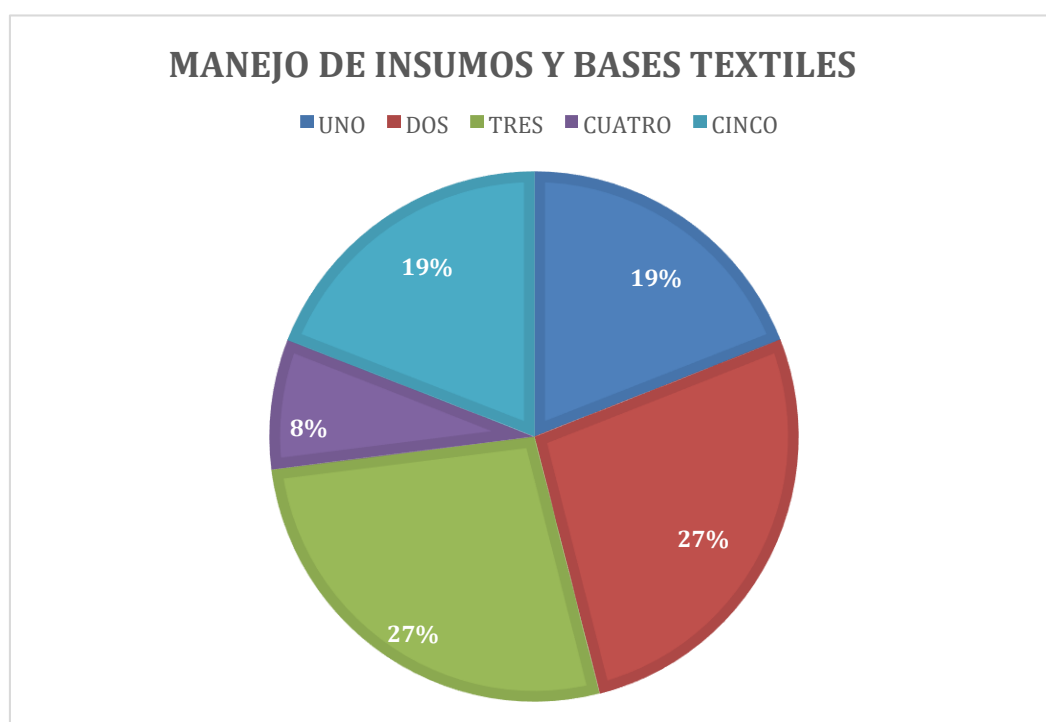


Figura N28: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de insumos y bases textiles

Análisis e Interpretación:

Según el criterio de los diseñadores graduados de las promociones 2015, 2016, 2017 en el área de conocimiento Manejo de insumos y bases textiles, teniendo en cuenta que UNO es el que menor refuerzo requiere y CINCO el que más, se obtuvo que un 19% de ellos calificaron como nivel CINCO el refuerzo de esta área, el nivel CUATRO obtuvo apenas un 8%, nivel TRES y DOS con 27% mientras que el nivel UNO se identificó con 19%.

La intención de solicitar a los diseñadores que califiquen cada actividad en un rango del UNO al CINCO es para identificar con claridad donde se pueden encontrar fallas que necesiten ser reforzadas en el nivel de aprendizaje para un mejor desempeño en el mundo laboral.

En el caso del manejo de insumos y bases textiles, se refiere al conocimiento que los entonces estudiantes adquieren con respecto a los textiles, calidades, clasificación, cualidades y comportamientos de las fibras y los tejidos que posteriormente le servirán para aplicar de manera adecuada, dependiendo de la prenda que diseñan, cada tela; lo mismo aplica para los insumos y materias primas que pueda tener a la mano como recurso. El formar un criterio adecuado entorno a la selección correcta de materiales es de suma importancia al momento de concebir una prenda ya que de esto dependerá la calidad y funcionalidad que aporte tal prenda.

Entonces el nivel CINCO que indica que es aquel que más refuerzo requiere obtuvo apenas un 19%, mientras que los niveles UNO al CUATRO se mantuvieron en un rango de 27% a 8% lo que indica que la opinión de los diseñadores es variada con respecto a la necesidad de reforzar, pero que sin embargo ningún nivel alcanzo un porcentaje considerable como para ser alarmante. En este caso se considera que se les podría involucrar a los estudiantes en más actividades de acercamiento, selección y evaluación de textiles, así como generar más lazos de vínculo con los proveedores de bases textiles que existan en el medio para ampliar así sus conocimientos.

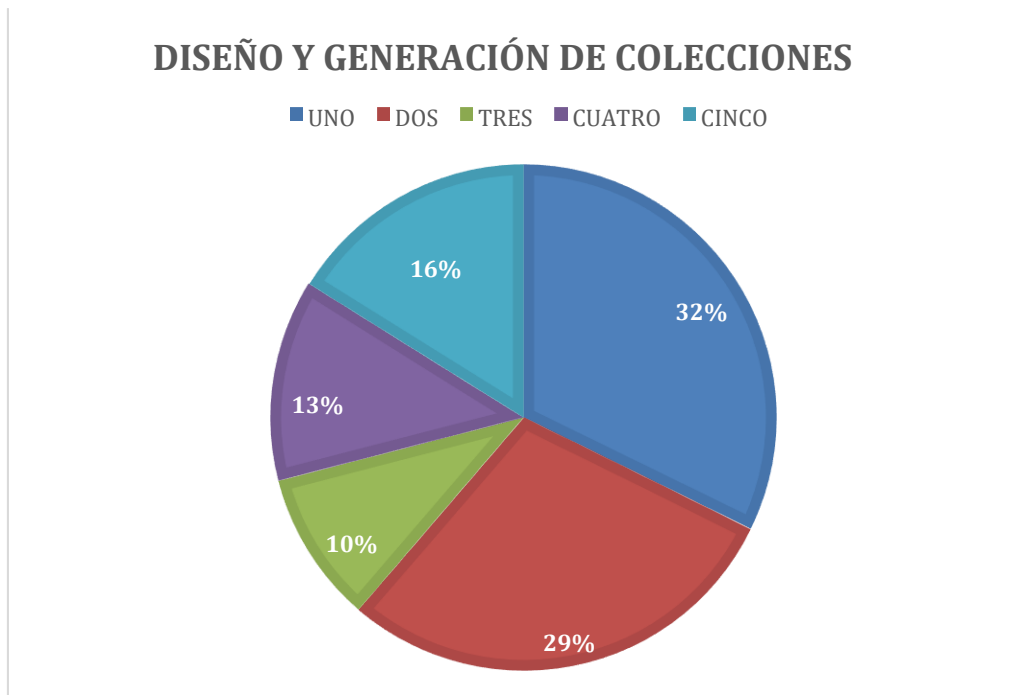


Figura N29: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Diseño y generación de colecciones

Análisis e Interpretación:

En cuanto a la actividad de diseño y generación de colecciones los resultados obtenidos indican que 32% de los diseñadores consideran que dicha actividad califica en el nivel UNO a reforzar, el nivel DOS con 29% seguido del nivel TRES con 10%. Los niveles CUATRO y CINCO con 13% y 14% respectivamente indicando que en esta actividad el nivel de refuerzo considerado por los diseñadores es bajo.

El diseño y generación de colecciones se puede decir que es una de las actividades más importantes que realiza un diseñador de modas ya que en esta fase es donde se puede plasmar toda la creatividad conjugada con la innovación y tendencias de las que se alimenta el diseñador de modas. Con respecto a esta área de los diseñadores encuestados un 32% considera que esta actividad requiere un nivel UNO de refuerzo, nivel que es el más bajo, seguido de 29% en el nivel DOS que de igual manera es un nivel bajo, mientras que los niveles TRES, CUATRO y CINCO obtuvieron como resultado 10%, 13% y 14% respectivamente mostrando que son pocos aquellos diseñadores que consideran que esta área requiere de un refuerzo alto.

El buen desempeño en esta fase de diseño en parte dependerá de la capacidad creativa propia del diseñadores, sin embargo conocer y dominar los preceptos básicos para armar un concepto que dirija una línea o colección de ropa requiere de más que solo creatividad y es aquí donde la formación que imparte la academia adquiere su relevancia, conforme a los resultados obtenidos del criterio de los diseñadores encuestados, la formación que han recibido en este aspecto les ha sido provechosa sin embargo no está de más considerar que se la puede reforzar.

ELABORACIÓN DE FICHAS TÉCNICAS

■ UNO ■ DOS ■ TRES ■ CUATRO ■ CINCO

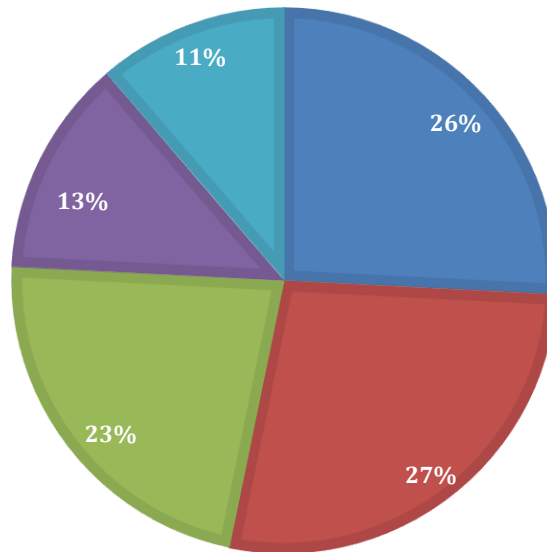


Figura N30: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Elaboración de fichas técnicas

Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas tan solo un 11% de los diseñadores consideran que los conocimientos adquiridos en la academia con respecto a la elaboración de fichas técnicas, merecen un refuerzo nivel CINCO, y un 13% que el refuerzo debería ser de nivel CUATRO, siendo estos dos los niveles más altos. Mientras que el nivel TRES con un porcentaje de 23% es seguido por el nivel DOS con 27% y nivel UNO con 26%, siendo que estos tres últimos niveles se encuentran muy parejos.

La elaboración de fichas técnicas es fundamental para el orden y buena planificación del proceso de producción dentro de una fábrica o taller confeccionista ya que de la correcta diagramación y especificación de los detalles de confección acotados en dicha ficha dependerá una correcta confección de las prendas de vestir que se elaboren, en el caso de aquellas empresas que trabajan con talleres satélites incluso una ficha técnica toma más relevancia a que esta permitirá que la confección de las prendas sea igualitaria y mejor controlada por el empresario productor, por lo cual el correcto manejo de esta herramienta es esencial para el buen desempeño del diseñador de modas dentro de la cadena productiva en la que este se ve inmerso.

De acuerdo con los datos obtenidos del cuestionario aplicado, tal como se mencionó anteriormente, los niveles CINCO y CUATRO, que son los niveles que mayor refuerzo representan, obtuvieron porcentajes bajos, mientras que los niveles TRES, DOS y UNO que a refieren respectivamente una menor necesidad de refuerzo obtuvieron una calificación muy pareja entre los tres. Entonces se puede deducir que los conocimientos que los alumnos van recibiendo a lo largo de su carrera en cuanto a la elaboración de fichas técnicas son buenos, les han sido útiles y aplicables, sin embargo al no tener un puntaje sobresaliente en el nivel uno de refuerzo, también se puede decir que sin duda hay aspectos que mejorar en esta área del conocimiento, seguramente habrá que pensar en procesos más técnicos y de relación directa con las fábricas o talleres desde un nivel didáctico donde se pueda conseguir un acercamiento más real entre los métodos empleados por los empresarios en sus cadenas productivas y los conocimientos aplicados de los diseñadores en formación.

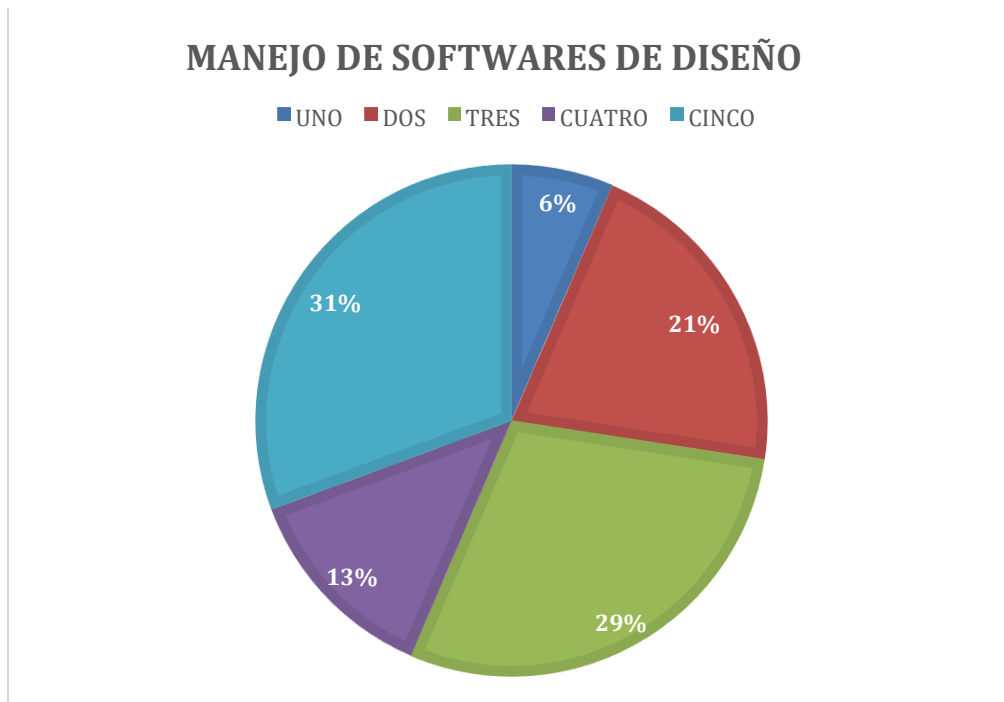


Figura N31: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de Softwares de diseño

Análisis e Interpretación:

Con respecto al manejo de softwares y programas de diseño se refiere, el 31% de los diseñadores encuestados calificaron con nivel CINCO de refuerzo esta área de conocimiento seguido de un 13% que estimaron con nivel CUATRO esta interrogante. Los niveles TRES, DOS y UNO fueron evaluados con 29%, 21% y 6% respectivamente, siendo el nivel UNO el que menos porcentaje de calificación ha recibido.

El manejo de softwares de diseño se refiere al uso de programas que permiten plasmar a nivel digital la creatividad del diseñador siendo estos una herramienta para simplificar y acortar los tiempos en ciertos procesos tal como el boletaje, presentación de fichas de diseño, presentación de colecciones, etc.

Es así que el correcto manejo de dichos softwares representa un recurso importante a la hora de iniciar con el proceso productivo de un nuevo producto. Relacionando con los datos obtenidos, los diseñadores en su mayoría, específicamente un

44% han calificado que el refuerzo que se debería tener en esta área del conocimiento impartida en la academia es de nivel CUATRO y CINCO, lo que significa que requiere un refuerzo alto, seguido por un 29% de diseñadores que lo consideraron en nivel TRES, que es un nivel intermedio pero que al sumarse a las otras dos calificaciones previas se podría decir que un 73% de los diseñadores considera que la importancia de reforzar el manejo de los softwares de diseño se califica como media alta. En este aspecto puede existir una diferenciación entre los programas que son impartidos en clases y los que son utilizados en talleres y fábricas, por lo cual sería importante identificar que softwares han sido de utilidad y cuales se necesitan considerar.

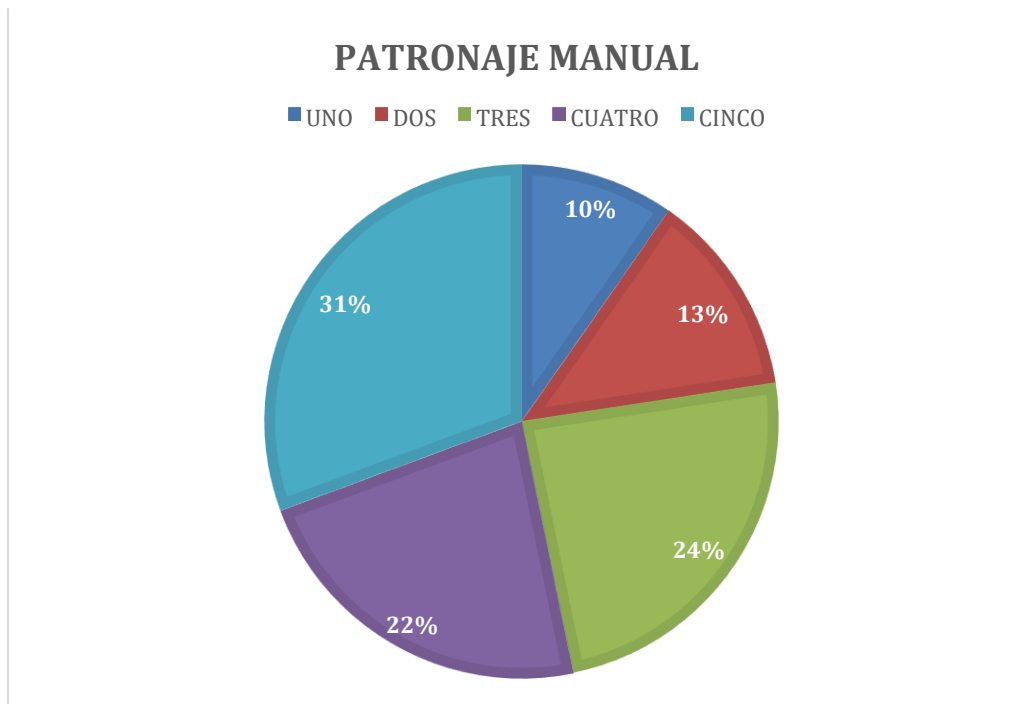


Figura N32: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Patronaje manual

Análisis e Interpretación:

Considerando que el patronaje es una de las bases en el diseño de moda, ya que de este dependerá la construcción y funcionalidad de una prenda, se les indagó a los graduados en diseño cuál era su criterio con respecto al nivel de refuerzo que esta área de conocimiento requiere, obteniendo entonces que un 31% de ellos considera que el nivel requerido es el más alto, es decir CINCO, un 22% lo calificó como nivel CUATRO, 24% como nivel TRES y finalmente 13% y 10% como nivel DOS y Uno respectivamente. Siendo entonces que al final de la evaluación la mayoría de los diseñadores encuestados consideran que el nivel de refuerzo en este aspecto debe ser alto.

Dentro de una fábrica de confección de indumentaria es quizá la parte más importante de la cadena de producción la correcta elaboración de moldes y patrones que garanticen la comodidad, confort, buen armado, etc. que proporcione una prenda al momento de ser usada, y esto se lo concibe desde el momento en que se elaboran los moldes. En este sentido se convierte en una parte fundamental del buen diseñador el tener conocimientos eficaces sobre las técnicas de patronaje para esquematizar y concebir

cualquier tipo de prenda, es decir para adulto o niño, mujer u hombre, de tipo casual, deportiva, sastrería, conocer los procesos de escalado de moldes, etc.

Conforme a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los diseñadores se obtuvo como resultado que el 53% de ellos han calificado como imperante el reforzar esta área de conocimiento, por medio de calificación CUATRO y CINCO, con 24% el nivel TRES que es un nivel medio, lo cual da como resultado que el 77% de los diseñadores que han salido al medio laboral de manera dependiente consideran que los conocimientos que les fueron impartidos en las aulas no han sido suficientes como para enfrentarse al medio laboral y por ello califican la necesidad de reforzar los mismos como nivel medio-alto.

En este aspecto es importante considerar e incluso reconsiderar las aplicaciones que se están dando a las técnicas de patronaje que se van aprendiendo en la academia, tomando en cuenta que en un nivel laboral el tiempo y espacio para hacer prueba y error con respecto a al moldería que se obtiene es limitado o incluso nulo ya que representa una pérdida de recursos.

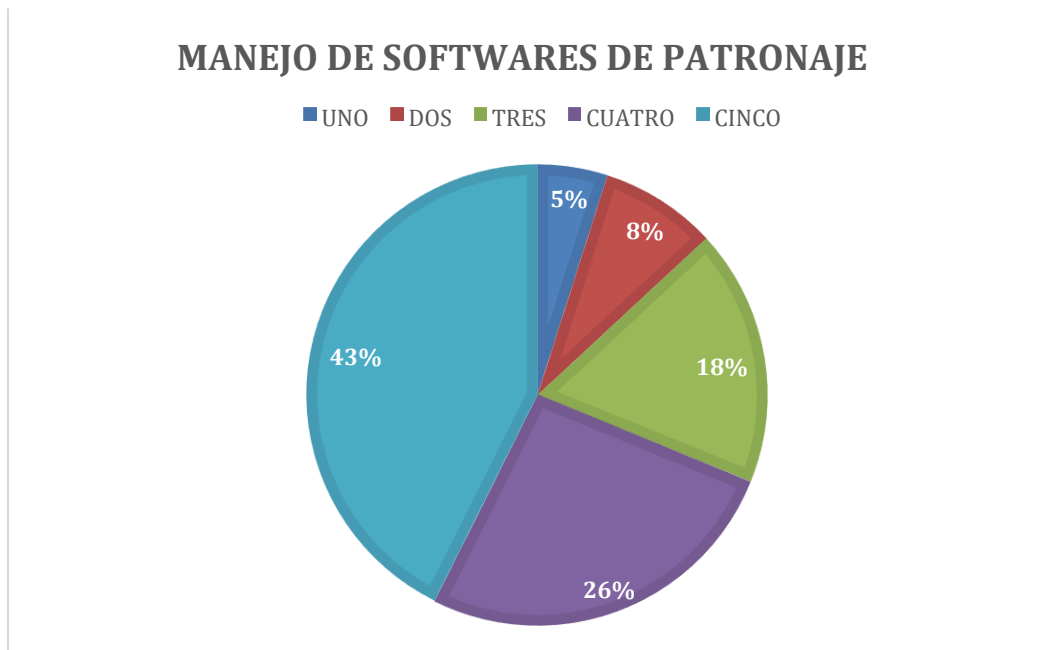


Figura N33: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Manejo de Softwares de patronaje

Análisis e Interpretación:

El manejo de softwares de Patronaje digital son de suma importancia dentro de la cadena productiva de producción de indumentaria, por ello se les preguntó a los diseñadores graduados cómo calificarían el nivel de refuerzo que ellos consideran esta área de conocimiento requiere desde su perspectiva laboral, entonces se obtuvo que un 43% de los diseñadores creen que el nivel de refuerzo debe ser CINCO, es decir el más emergente, seguido por 26% de aquellos que lo calificaron en nivel CUATRO, 18% en nivel TRES y los niveles DOS y UNO con 8% y 5% respectivamente apenas.

El patronaje digital permite conseguir la generación de los moldes para el posterior corte y confección de la prenda, pero de una manera mucho más rápida y eficaz que el patronaje aplicado de manera manual ya que los softwares de Patronaje digital permiten realizar las mismas tareas, pero de forma mucho más rápida y eficiente.

Por ello el diseñador bien preparado deberá estar en la capacidad de manejar programas de patronaje digital y de aprovechar al máximo cada una de las herramientas que estos ofrecen como recurso de ahorro en tiempos y costos.

De acuerdo con los datos obtenidos los diseñadores encuestados en su gran mayoría, hablando de un 43% consideran que este conocimiento impartido en las aulas tiene una emergencia de refuerzo de nivel CINCO, el nivel más alto, seguido de 26% que consideran el nivel de refuerzo en CUATRO y 18% en nivel TRES, lo que se resumiría en que el 87% de los diseñadores graduados consideran que los conocimientos sobre manejo de softwares de patronaje digital debe ser reforzado con una emergencia media alta y tan solo un 13% de ellos consideran esta necesidad de refuerzo como baja. En este sentido habría que plantearse que está ocurriendo con lo que se les está enseñando a los futuros diseñadores en las aulas, y cotejar esta información con las necesidades reales del medio, es decir, comparar si los conocimientos que se están dando a los alumnos están a la par con los programas que se ocupan en el medio laboral y con los requerimientos del mismo.

Para evaluar de manera adecuada esta situación, se deberá tener en cuenta que programas de patronaje digital hay en el medio, cuales son los más utilizados por las fábricas junto con las motivaciones para hacerlo, y así entonces saber si los conocimientos que se dan a los alumnos de diseño de modas son los correctos con respecto al mundo laboral al que deberán salir a insertarse una vez graduados.

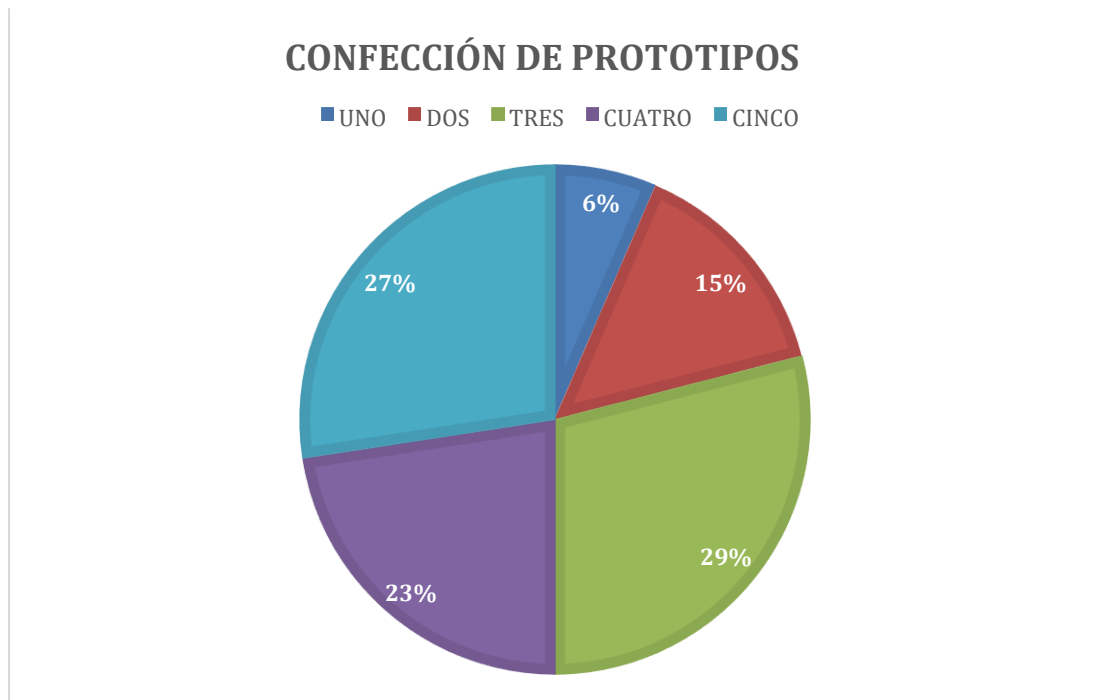


Figura N34: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Confección de prototipos

Análisis e Interpretación:

Otra de las áreas en las cuales el dominio del diseñador es importantísimo es en la confección, en este caso se abordó la pregunta desde el caso de la confección de prototipos ya que al nivel de academia se realiza prototipado de los diseños que desarrollan los alumnos y así mismo en la industria el diseñador podrá llegar hasta el nivel de desarrollo de prototipo antes de entrar en la fase de producción en serie. De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas el 27% de los diseñadores consideran que se debe reforzar los conocimientos para la confección con urgencia de nivel CINCO, el 23% que le sigue considera que el nivel es CUATRO, mientras que el nivel TRES corresponde al criterio de 29% de los diseñadores. Los niveles DOS y UNO con 15% y 6% respectivamente son los más bajos.

Como se mencionó ya, las habilidades de confección en un diseñador son de relevancia ya que de esta forma este podrá manejar y controlar de mejor manera la calidad del producto que está diseñando, y eso se lo consigue en el proceso del prototipado, donde se cuida cada detalle de armado, confección y acabado de la prenda que esta por ser

producida, en este aspecto las habilidades con las que cuente el diseñador no solo le permitirán confeccionar la prenda como tal, sino que desde la concepción hacia el desarrollo de la idea como total hasta el producto final es importantísimo que el diseñador domine las técnicas de confección con las cuales va imaginando el producto final, estas deben ser realizables y costeables.

De acuerdo con las respuestas obtenidas del cuestionario aplicado, los niveles CINCO, CUATRO y TRES fueron los que mayor puntaje recibieron en cuanto a la necesidad de reforzar este conocimiento en las aulas según el criterio de los diseñadores encuestados, lo cual se transfiere en que el 79% de ellos consideran de gran relevancia la mejora del mismo, esto demuestra que los alumnos aunque adquieren habilidades de confección a lo largo de su carrera de estudios, estas no les son suficientes al momento de aplicar sus conocimientos en el medio laboral.

Por esta razón es importante evaluar que conocimientos les son otorgados a los diseñadores en formación y como se los están aplicando, y por supuesto tomar en cuenta el hecho de que una cosa es el aprendizaje y la puesta en práctica del mismo a nivel didáctico, pero que otras son las circunstancias y el entorno de la misma actividad de confeccionar un prototipo pero ya a nivel industrial y quizá esta es la falencia que está haciendo mella en los diseñadores recién graduados que han incursionado en la industria de la confección.

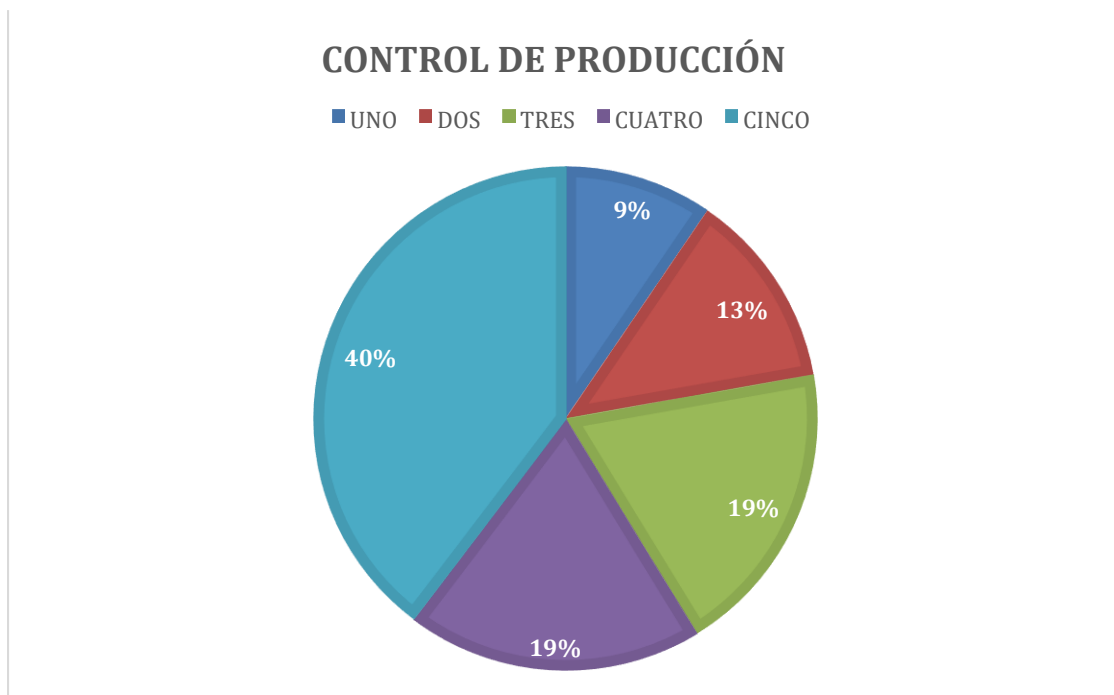


Figura N35: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Control de producción

Análisis e Interpretación:

El control de la producción se refiere a la planificación y distribución de las actividades para la producción de un producto, en este sentido se toma en cuenta aspectos tales como la toma de tiempos, organización de procesos, determinación de responsabilidades, etc. que pueden ser llevadas a cabo por el diseñador y dirigidas hacia su equipo de trabajo, en referencia a este aspecto de los diseñadores encuestados, un 40% ha señalado que esta área requiere un refuerzo nivel CINCO, seguido de un 19% que indicó considera requiere de un nivel CUATRO al igual que el nivel TRES, mientras que los niveles de refuerzo más bajos DOS y UNO fueron indicados por 13% y 9% respectivamente.

El manejar de forma adecuada los aspectos que involucran un correcto control de la producción permitirá un idóneo proceso de confección y producción dentro de una fábrica, y sin duda como parte del perfil multidisciplinario que debe llenar un diseñador de modas se encuentran estos aspectos mencionados, aunque cabe señalar que un

diseñador puede ejercer su función creativa perfectamente sin entrar en el rol de la producción.

Con respecto a los datos que se obtuvieron posterior al aplicar el cuestionario, un 40% consideraron que el nivel de refuerzo debería ser el más alto, seguido de un 19% en el cuarto y tercer nivel, lo que se refleja en que un 78% de los diseñadores consideran que la necesidad de reforzar este aspecto es alta, situación que puede deberse al hecho de que aquellos que ya han laborado en una fábrica o taller se han dado cuenta que necesitan mejorar sus aptitudes en cuanto a programación y control de la producción en la que se ven involucrados, ya que es una actividad que se les otorga y que ciertamente es diferente a los procesos seguidos en el nivel académico, donde las cantidades de producción se reducen a la experimentación y el prototipado, motivo por el cual lo aprendido en la academia podría no ser conforme con el campo laboral.



Figura N36: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Marketing y publicidad

Análisis e Interpretación:

El correcto manejo del marketing y la publicidad de un producto es parte esencial para la correcta comercialización del mismo, por ello dentro de la malla curricular que la carrera de diseño en textil y modas estas son impartidas a sus estudiantes, entonces al aplicar la encuesta a los diseñadores graduados de las últimas tres promociones de esta carrera, donde se indago según su criterio cual es el nivel de refuerzo que consideran estas áreas requieren se obtuvieron los siguientes datos, el 48% de ellos consideran que el nivel de refuerzo recae en CINCO, seguido de un 21% que lo considera nivel CUATRO y un 18% de nivel TRES, mientras que apenas un 5% y un 8% consideran que el nivel de refuerzo deberá ser DOS y UNO respectivamente.

Como se lo acaba de mencionar un producto guiado por una correcta publicidad tendrá siempre más oportunidades de venta y posicionamiento en el mercado, lo cual claramente será siempre un objetivo de aquellos dedicados a la confección de prendas de vestir, más aun si ven al diseño y la moda cómo un recurso de valor agregado, por ello la importancia de que el diseñador de modas sea capaz de manejar el marketing de un producto, ya que a pesar de que no sea un especialista en el tema, podrá valerse de su

creatividad y sus conocimientos para plantearse estrategias que enriquezcan el valor del producto diseñado.

Entonces al revisar los datos obtenidos de las encuestas aplicadas, hay una clara tendencia por parte de los diseñadores hacia una alta necesidad por reforzar estos conocimientos según su criterio, siendo que un 87% de ellos han calificado esta necesidad en los niveles más altos TRES, CUATRO y CINCO. Esto podría deberse a que las materias dictadas en la academia relacionadas con el marketing y la publicidad no son repasadas de forma profunda a lo largo de la carrera tal como sucede con otras asignaturas principales, sin embargo, por medio del cuestionario que ha sido aplicado a los diseñadores graduados, la necesidad de profundizar estos temas dentro de la academia muestra su importancia.

FOTOGRAFÍA E IMAGEN DEL PRODUCTO

■ UNO ■ DOS ■ TRES ■ CUATRO ■ CINCO

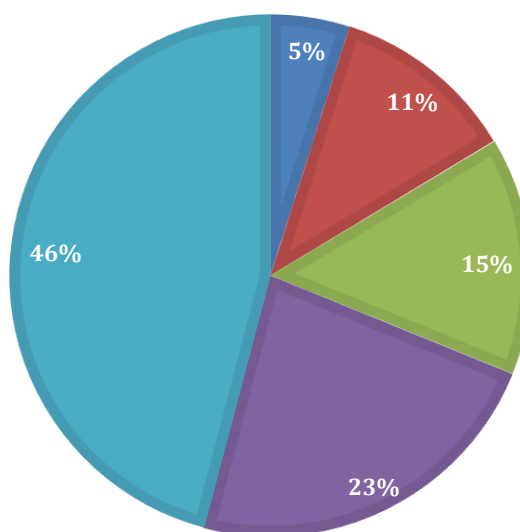


Figura N37: Calificación áreas de conocimiento a reforzar – Fotografía e imagen del producto

Análisis e Interpretación:

En cuanto a fotografía y manejo de la imagen del producto se refiere, se les preguntó a los diseñadores de las últimas tres promociones que tan alta o baja consideran debería ser la necesidad de reforzar este conocimiento que es impartido en las aulas, obteniendo que un 46% lo ha calificado en nivel CINCO, un 23% en nivel CUATRO, 15% en nivel TRES, un 11% en nivel DOS y finalmente tan solo un 5% en nivel UNO de necesidad de refuerzo

La forma en que sea manejada la imagen del producto que se diseña es de gran importancia ya que por medio de esta se podrá o no publicitar de manera adecuada el diseño y así alcanzar los objetivos de esparcimiento que se desee lograr del mismo, además un correcto manejo de la imagen del mismo permitirá que este se posicione de forma eficaz ante el consumidor meta.

En la academia se les imparte bases a cerca de como deberá ser el manejo de la imagen del producto que los estudiantes crean, se les pide que generen un portafolio con fotografías bien realizadas donde se destaquen los detalles del diseño creado, sin embargo

a partir de la encuesta aplicada a los graduados de las últimas tres promociones de la carrera de diseño en textiles y moda, se obtuvo como respuesta que un 43% de ellos consideran que este aspecto requiere un muy alto nivel de refuerzo en las aulas, seguido de un 23% que considera que el refuerzo debe ser alto y un 15% que considera que el nivel de refuerzo deberá de ser medio, si se suma estos porcentajes se tiene como resultado que el 81% de los diseñadores encuestados han considerado que el nivel de necesidad de reforzar este aspecto en la formación de los futuros diseñadores es media-alta.

Esto se refleja entonces en la necesidad que aquellos diseñadores graduados que ejercen la carrera han sentido con respecto al manejo y correcta publicidad que son capaces de dar a los productos que han diseñado, y es importante reforzar este aspecto en las aulas ya que como parte del perfil multidisciplinario que caracteriza el rol del diseñador en la industria, es fundamentalísimo que este se encuentre en la capacidad suficiente de dirigir correctamente la publicidad y la imagen del producto concebido.

Pregunta 7.

Durante su vida académica, ¿tuvo algún acercamiento con las industrias confeccionistas de la ciudad?

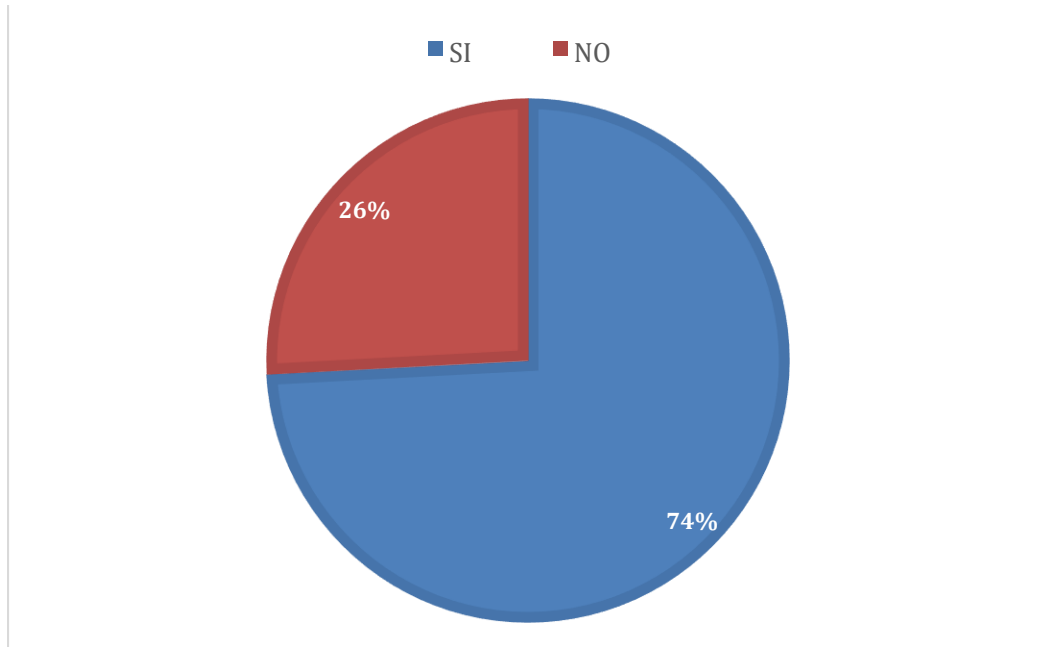


Figura N38: Existencia de acercamiento durante la vida académica con la industria confeccionista de la ciudad.

Análisis e Interpretación:

Continuando con el cuestionario aplicado a los diseñadores graduados, se les preguntó sobre si durante su vida académica tuvieron algún tipo de acercamiento directo con la industria confeccionista, obteniendo como resultado que el 74% de ellos SI han tenido un acercamiento de este tipo, mientras que un 26% consideran NO haberlo tenido.

A lo largo de este trabajo de investigación se ha resaltado la importancia que conlleva el correcto acercamiento y relación entre la academia y la industria, en esta caso específico, entre el alumno de la carrera de diseño en textiles y moda y la industria confeccionista de la ciudad, que les permita enlazarse uno con el otro por el simple hecho de que su rol en el desarrollo de la industria requiere de una relación estrecha entre ambos entes, por ello se les ha indagado a los diseñadores encuestados si consideran haber tenido un acercamiento de este tipo durante su tiempo de formación, teniendo entonces como resultado que el 74% de ellos, es decir la mayoría de ellos, consideran que si han tenido

tal acercamiento, sin embargo el 26% restante considera no haber tenido tal acercamiento, y en este aspecto habría que determinar por qué no se lo concibió así, siendo que en la carrera uno de los requerimientos para avanzar de un ciclo a otro es el realizar pasantías y practicas pre profesionales, tal como se lo había indicado en el capítulo anterior del presente trabajo.

Pregunta 8.

¿Qué tipo de acercamiento fue?

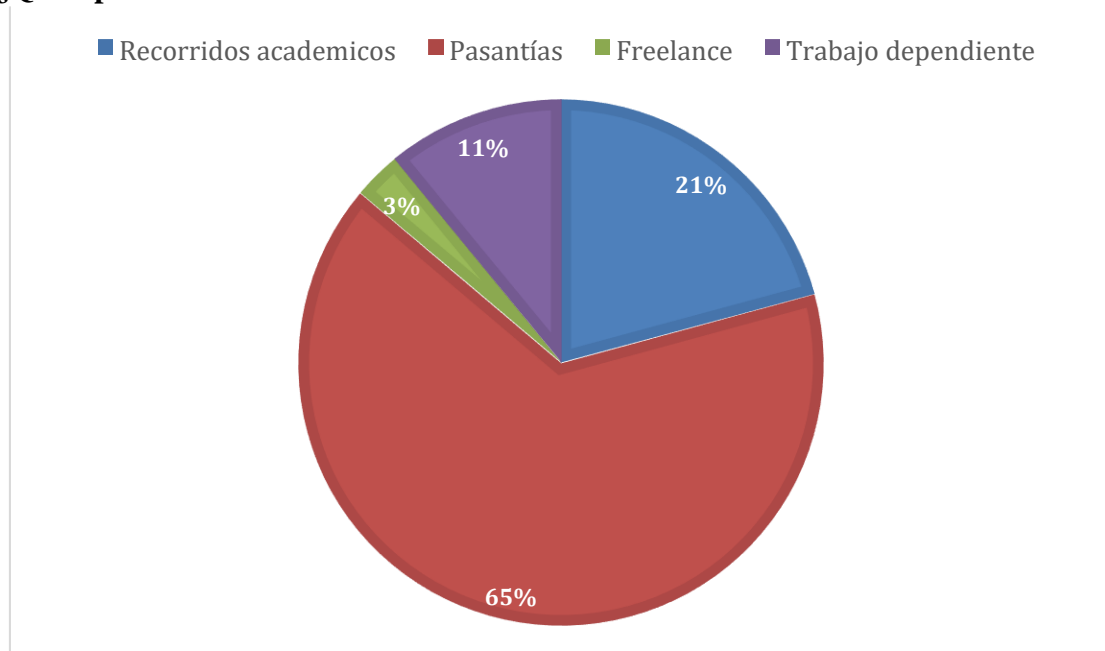


Figura N39: Tipo de acercamiento con la industria confeccionista de la ciudad.

Análisis e Interpretación:

Con la finalidad de conocer qué tipo de acercamiento es el que los diseñadores ahora graduados tuvieron en su época de estudiantes se les pidió que indicarán que tipo de contacto es el que asumieron con la industria, entonces se obtuvo que el 65% de ellos lo hicieron gracias a las pasantías, el 21% de ellos indicó que ha sido a través de recorridos académicos, el 11% de ellos enunciaron que han tenido un acercamiento con la industria por trabajar de forma dependiente, mientras que el 3% restante indicó haber trabajado freelance.

Como se lo ha acabado de mencionar, el 65% de los graduados durante su vida académica tuvieron el acercamiento con la industria gracias al proceso obligatorio dispuesto por la academia, las pasantías o practicas pre profesionales, sin embargo cabe resaltar que este proyecto de vinculación que la escuela emprende para que el alumno se relacione con el medio no siempre se lo da con la industria, tal como se había mencionado en el capítulo anterior del presente trabajo de investigación, las pasantías debe cumplir con un carácter de vínculo con la sociedad sin embargo no está dispuesto de forma obligatoria que dichas prácticas pre profesionales se las realice directamente dentro de la

industria, por esta razón el porcentaje de diseñadores graduados que han contestado a la presente interrogante no llega a un 100% como se considera debería de ser.

Existen otro tipo de aproximaciones que el estudiante pudo haber generado con la industria durante su época de formación, y se ha identificado que los recorridos académicos les siguen a las pasantías, con un porcentaje del 21%, mientras que en menor medida se encuentra el trabajo de forma dependiente y trabajo freelance.

Ciertamente los recorridos académicos que el alumno pueda experimentar a lo largo de su formación como diseñador de moda le dará acceso a conocer a ciertas fábricas, su maquinaria y procesos de producción, lo cual le permite estar al tanto de la tecnología existente en el mercado, la metodología de las fabricas visitadas, etc. sin embargo, este acercamiento puede resultar ineficiente en el sentido de que el estudiante no se involucra de forma directa en dichos procesos, sino que solamente los observa y por un tiempo limitado lo cual no contribuye de manera significativa en la mejora de sus habilidades, ya que la puesta en práctica de los conocimientos, tal como sucede en las practicas pre profesionales o en el trabajo directo le imponen al estudiante un reto donde este deberá desarrollarse y defenderse en el medio basándose en sus conocimientos previamente adquiridos en las aulas.

En el caso de aquellos diseñadores que siendo estudiantes lograron trabajar de forma dependiente o independiente la experiencia adquirida seguro es diferente y más enriquecedora que la de aquellos que solo tuvieron un acercamiento momentáneo, ya que como se ha tratado de recalcar a lo largo de este trabajo de investigación, las circunstancias propias del medio laboral difieren de las que se dan dentro de un aula de clases, un proyecto realizado para una fábrica o taller siempre tendrá una carga extra de responsabilidad y de elementos externos que aquellos que se desempeñan en clases y por ello el acercamiento y la vinculación que los alumnos puedan tener en la industria durante su proceso formativo les permitirá ampliar sus conocimientos, sus horizontes y su visión lo cual incluso les permitirá decidir de manera más real a que se quieren dedicar una vez que estén graduados.

Pregunta 9.

Según su experiencia ¿Considera que la industria valora el trabajo del Diseñador de Textiles y Moda en la cadena productiva?

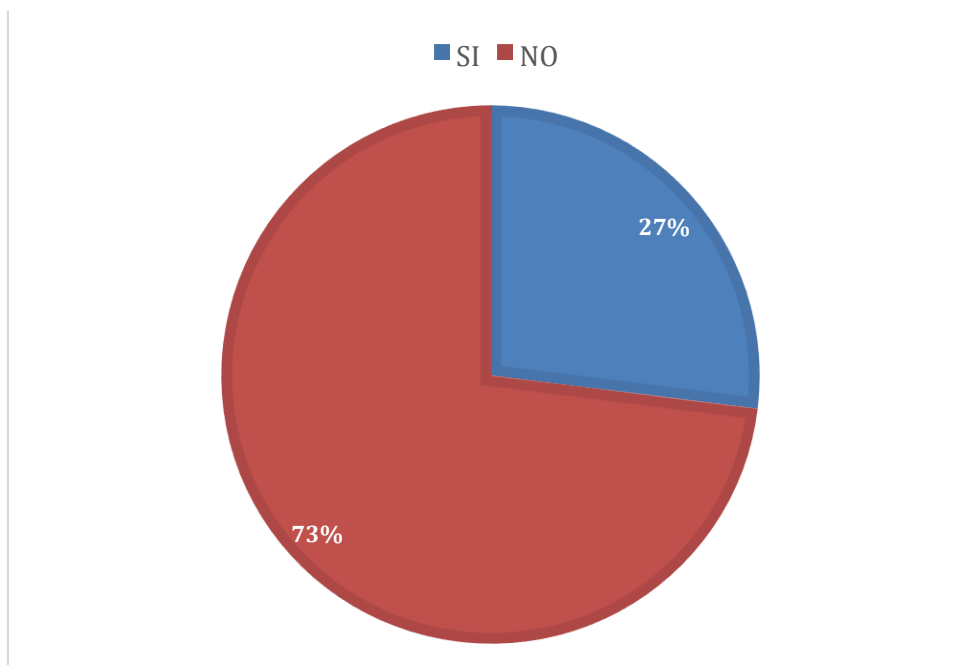


Figura N40: Valoración de la industria por el rol del diseñador de textiles y moda en la cadena productiva.

Análisis e Interpretación:

Continuando con el sentido de este trabajo de investigación se les preguntó a los diseñadores ya graduados, que han salido al medio laboral de la ciudad de Cuenca si consideran que la industria como tal valora el rol que el diseñador desempeña dentro de la cadena productiva, obteniendo que un 73% de los diseñadores consideran que NO existe tal valoración, mientras que tan solo un 27% considera que SI existe esta apreciación cuestionada.

Al ser de suma importancia conocer el porqué del criterio emitido por los diseñadores encuestados se les pidió que justifiquen su respuesta, obteniendo la información detallada a continuación:

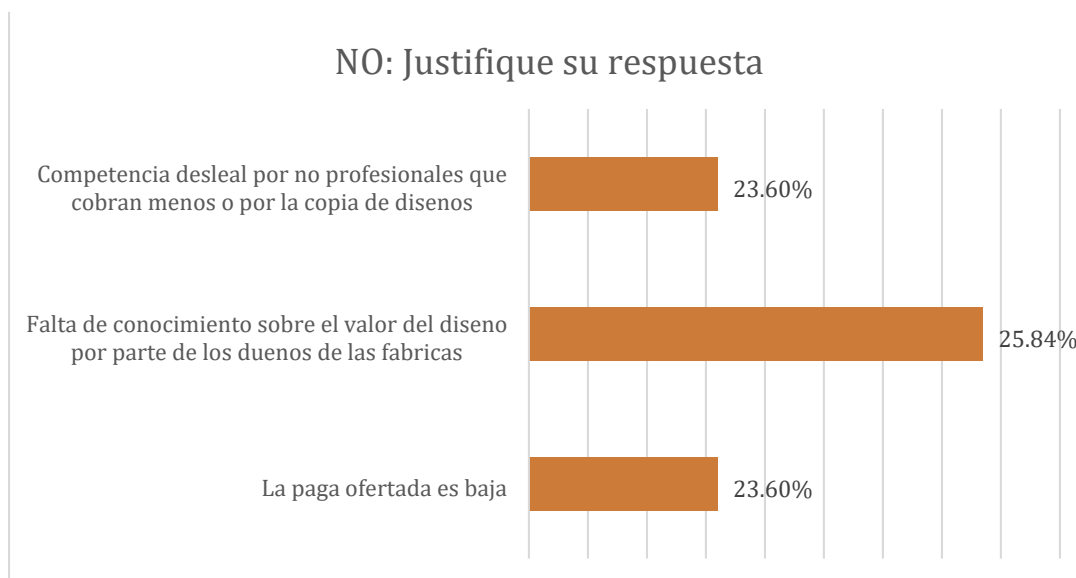


Figura N41: Criterio de los diseñadores -Motivos por los que la industria no valora el rol del diseñador de modas.

Análisis e Interpretación:

Dentro de aquellos que enunciaron su criterio de que la industria NO valora el trabajo del diseñador se han identificado tres motivos principales, 25.84% de los diseñadores lo atribuyen a la falta de conocimiento sobre el valor del diseño por parte de los dueños de las fábricas o talleres, es decir, desconocen el real aporte que un diseñador correctamente formado puede atribuir a la cadena productiva, 23,60% consideran que se debe a la competencia desleal que existe por no profesionales que cobran menos por realizar trabajos copia remplazando el trabajo del diseñador y así mismo un 23,60% refieren su respuesta al hecho de que la paga es baja.

Es importante conocer cuál es la concepción que los diseñadores que han salido al medio laboral tienen a cerca de como su trabajo es valorado o no dentro de la cadena productiva, y en este sentido se han identificado tres razones, la principal es el desconocimiento que los empresarios y productores con respecto al rol que el diseñador de modas puede desempeñar, en muchos de los casos esta situación se debe al entero desconocimiento ya que la mayoría de los empresarios de la ciudad de Cuenca no son profesionales del diseño o de la producción sino individuos que de forma empírica o por

herencia han montado y dirigen fábricas de producción de prendas de vestir y se han centrado en aumentar sus niveles de ventas pero apoyados en criterios competitivos de precio mas no de diseño, esta situación repercute directamente en la concepción que tienen acerca del rol del diseñador de modas dentro de la cadena productiva como se lo ha mencionado anteriormente, ya que desconocen o devalúan las capacidades de los mismos y el valor agregado que este profesional puede otorgar a su producto, lo cual será un factor competitivo incluso más eficiente que el precio de venta de los productos.

Por otra parte, la competencia desleal, así como la baja paga son también motivos identificados por parte de los diseñadores como porqués por los cuales no son correctamente valorados en el medio laboral del diseño y la producción de indumentaria y prendas de vestir. En primer lugar, la competencia desleal que existe en el medio se da por parte de individuos que no cuentan con un título profesionalizante en el área pero que al tener conocimientos empíricos de moldería, patronaje, escalado, tendido, etc. son contratados por los empresarios y fabricantes para el área de corte, confección y producción y son erróneamente considerados como diseñadores, pero sin realizar ningún proceso de diseño ni creación sino más bien se convierten en meros copiadore desvalorizando por completo la capacidad creativa e innovadora propia del diseñador de modas.

Así mismo la baja paga ofertada por parte de los empresarios se convierte en reflejo de las dos condiciones anteriormente consideradas, ya que tanto de la errónea concepción del rol del diseñador, así como de la competencia desleal por aquellos que no son profesionales en el área, y que desvalorizan la profesión al ejercerla de forma inadecuada y por un costo muy bajo, repercuten directamente en la oferta laboral del medio.

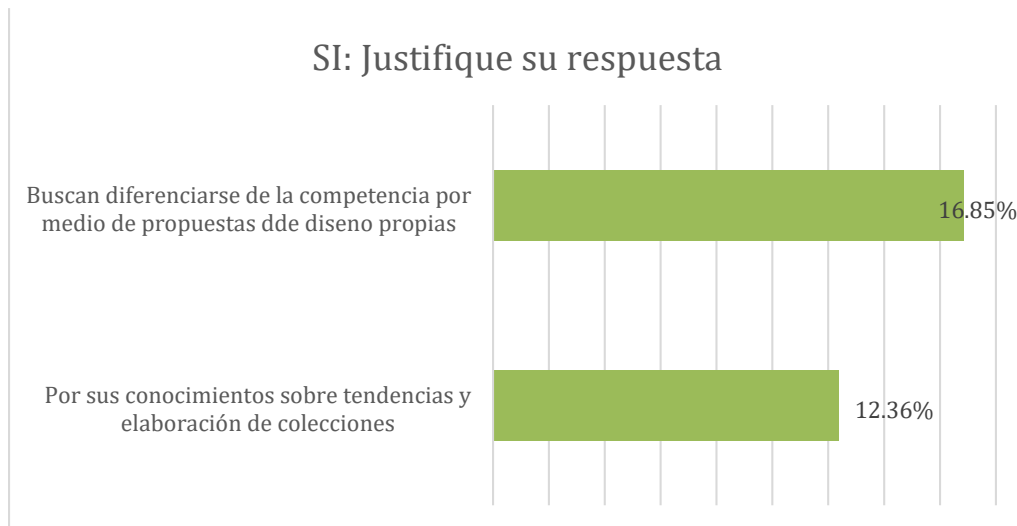


Figura N42: Criterio de los diseñadores -Motivos por los que la industria si valora el rol del diseñador de modas.

Análisis e Interpretación:

Un 27% de diseñadores respondieron que consideran que la industria si valora el trabajo del Diseñador de Textiles y Moda en la cadena productiva, y han atribuido esta situación a dos causas, el 16,85% consideran que hay empresarios que buscan diferenciarse de la competencia y ven el diseño como un recurso para generar propuestas propias y como herramienta para la diferenciación y posicionamiento, así como el 12,36% consideran que es porque los empresarios valoran los conocimientos sobre tendencias y la capacidad para elaborar colecciones que son propias del perfil creativo del diseñador.

Estas dos causas identificadas por los diseñadores hablan de un perfil de un empresario que entiende del rol del diseñador y encuentra en él muchas oportunidades para dar un valor agregado al producto que produce, habla de un cierto criterio formado a cerca de lo que el diseño significa y con esta mentalidad clara es capaz de dirigir su empresa o fabrica usando al diseño como recurso.

El que exista un porcentaje, así sea pequeño, de diseñadores que consideran que el medio laboral si ha empezado a valorar el papel del diseño dentro de la cadena productiva da un aire de esperanza para el desarrollo de una futura industria de la moda, ya que muestra que existe una apertura ya por parte de los empresarios que se han

identificado con el diseño como recurso competitivo y están buscando generar productos de moda, con criterios específicos.

Este aspecto es ciertamente alentador para los efectos propositivos de este trabajo de investigación, ya que deja abierta una ventana por la cual se puede empezar por mejorar las alianzas existentes entre los diseñadores y las fábricas y talleres confeccionistas de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 10.

¿Participaría en programas de enlace con la Escuela de Diseño y la Industria, para fortalecer y actualizar sus competencias como diseñador y así mejorar su inserción en la industria?

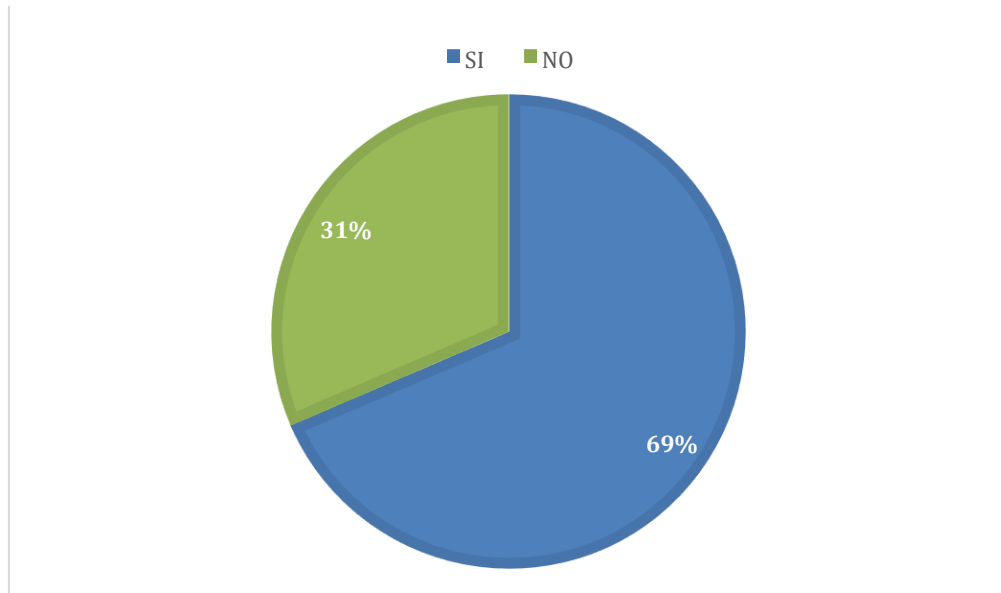


Figura N43: Porcentaje de participación en programas de enlace con la Escuela de Diseño por parte de los diseñadores graduados.

Análisis e Interpretación:

Para efectos de mejorar la inserción del diseñador junior en la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca y así mejorar la capacidad competitiva de la industria como tal y llegar en algún momento a crear un industria de moda propia del país, se les consulto a los diseñadores encuestados si estarían dispuestos a participar en programas de enlace y refuerzo de conocimientos para mejorar sus aptitudes y desenvolvimiento en el medio, de lo cual se obtuvo los siguientes datos: un 69% de los graduados respondieron SI, mientras que el 31% de ellos respondieron que NO.

La intención principal de este trabajo de investigación es mejorar la capacidad competitiva de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca apoyado directamente de los diseñadores en textiles y moda graduados de la Universidad del Azuay, logrando

así también mejorar la inserción y plazas de trabajo de los diseñadores junior que salen al medio.

En este sentido es necesario tomar en cuenta la experiencia de aquellos diseñadores que ya han salido al medio laboral y han puesto en práctica sus conocimientos de los cuales también han identificado falencias. Por ello considerar mejorar estos aspectos que se han identificado como insolvencias es de suma importancia para mejorar el perfil de los nuevos diseñadores que se están formando, pero así mismo es de gran relevancia el reforzar los conocimientos de los diseñadores que ya se han graduado pero que necesitan mejorar en varios aspectos para desenvolverse de forma adecuada en el medio laboral.

Entonces a partir de esta necesidad se les indago a los diseñadores si estarían dispuestos a participar en programas de actualización y refuerzo y el nivel de reciprocidad obtenido fue del 69% lo cual muestra la clara necesidad que han sentido los diseñadores encuestados ante esta oportunidad de actualización de conocimientos.

Reflexión:

En conclusión, de las encuestas aplicadas a los diseñadores graduados de las promociones 2015, 2016 y 2017 quienes son sujeto de estudio del presente trabajo de investigación se contó con la participación de 75 de ellos, quienes gracias a su apertura para responder el cuestionario planteado facilitaron información de la cual posterior a su análisis se ha obtenido la información necesaria que permite dilucidar el estado real en el que se encuentran aquellos diseñadores que ya han salido al medio laboral para ejercer, en resumen tan solo un 18% de ellos se encuentran trabajando de forma dependiente ya que el 69% de ellos han decidido emprender y el otro 13% no ejercen la profesión, ya que como lo han indicado no han encontrado trabajo en el área, demostrando de esta forma que el porcentaje de intervención del diseño en la industria confeccionista de la ciudad es muy bajo, ahora bien, habrá que cotejar esta información con la que se ha obtenido de las fábricas y talleres contactados.

Así mismo, del cuestionario aplicado a los diseñadores mencionados, se ha obtenido una calificación sobre que tanto refuerzo consideran se debe aplicar en las áreas de conocimientos que les son impartidos en la academia, esto con el claro fin de encontrar donde pueden estar existiendo falencias en las aulas, ya que el entorno académico no es igual al laboral y es justamente de este último donde se han identificado puntos a reforzar. Las áreas que más refuerzo requieren según los encuestados son patronaje manual, manejo de softwares de patronaje digital, control de la producción, marketing y publicidad, fotografía e imagen del producto, lo que claramente deja ver que la parte creativa de los diseñadores está bien formada gracias a los conocimientos impartidos desde la academia, sin embargo los aspectos más relacionados con la cadena de producción tal como se los acaba de mencionar, son en donde más dificultad han tenido para adaptarse los diseñadores junior.

De igual forma se les consulto si consideran que la industria valora el trabajo del Diseñador de Textiles y Moda en la cadena productiva, y el 73% de ellos supieron manifestar que no, justificando que se debe a la competencia desleal, el desconocimiento del rol real del diseño y el diseñador en una fábrica o taller, y por la baja paga que les es ofertada.

Sin duda todos estos aspectos ahora resumidos, pero también anteriormente analizados a cabalidad, muestran un panorama donde la relación que el diseñador que sale de la academia al mundo laboral tiene con el sector productivo del mismo campo laboral está lejos de ser estrecha como se lo había planteado en un inicio en el presente trabajo investigativo, y es que se requiere mejorar o reforzar ciertos aspectos en la formación que se les está impartiendo a los estudiantes de diseño de modas para que estos tengan mejores capacidades para insertarse en el medio laboral, y en este aspecto no solo se abarca el trabajo dependiente, sino que también el independiente, ya que aquellos que decidan emprender también formarán industria y los conocimientos necesarios a aplicar en el medio serán los mismos.

Finalmente se sabe que existe un 69% de los diseñadores graduados que estarían dispuestos a participar en programas de enlace con la Escuela de Diseño y la Industria, para de esta manera poder fortalecer y actualizar sus competencias y conocimientos como diseñador y así mejorar su inserción en la industria.

4.3 Verificación de la hipótesis:

Anteriormente se había especificado como hipótesis del presente trabajo de investigación que: “La vinculación entre la Escuela de diseño Textil y de Modas de la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca permitirá el desarrollo de dicha industria, con el objetivo de comprobar dicha hipótesis se ha tomado como referencia el método mixto:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada...y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Sampieri, Los Métodos Mixtos, 2014, pág. 534)

Lo cual permite cotejar la información previamente recolectada, misma que al ser de carácter cuantitativo y cualitativo, se la procesará por medio categorías en base al diseño de triangulación concurrente ya que este tipo de triangulación permite combinar datos de estas dos tipologías dentro de una misma matriz. (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

Entonces, se ha procedido a comparar la información obtenida por los tres actores de la presente investigación:

1. Industriales de la ciudad de Cuenca registrados en el Servicio de Rentas Internas SRI bajo el código CIU C141002 correspondiente a la actividad “fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.” Categorizados según su tamaño en Gran, Mediano, Pequeño y Micro contribuyente.
2. Junta Académica de la escuela de Diseño en Textiles y Modas como representantes de los docentes y la academia en sí.
3. Diseñadores de modas graduados de las promociones 2015, 2016 y 2017 de la carrera de Diseño en Textiles y Modas de la Universidad del Azuay.

Así mismo, como resultado del estudio realizado a estos actores mencionados, se ha dispuesto generar el análisis en base a las categorías establecidas anteriormente como indicadores de operacionalización de las variables independiente y dependiente, mismos que serán segmentados de la siguiente forma:

- Situación actual
- Percepción del diseñador de modas
- Valorización del diseño en la industria confeccionista
- Formación del diseñador de modas
- Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas del perfil del diseñador
- Estado de la vinculación academia-industria.
- Apertura y participación.

Todo esto en base a los objetivos específicos planteados al inicio del trabajo investigativo y en relación a la industria de la confección, el diseño en textiles y modas y su correlación.

4.3.1 Triangulación de datos:

Categorías	Encuesta a Diseñadores en Textiles y Modas graduados en las promociones 2015-2016-2017 (Método cuanti-cualitativo)	Entrevistas a docentes de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas miembros de Junta académica (Método cualitativo)	Observación y entrevistas a empresarios confeccionistas de la ciudad de Cuenca (Método cualitativo)
Situación Actual	<p>De los diseñadores encuestados, se obtuvo que:</p> <ul style="list-style-type: none"> -69% mantiene emprendimiento propio. -18% trabaja de forma dependiente en una fábrica o taller. -13% no ejerce en el área del diseño en textiles y moda. <p>De ese 13% que no se encuentra laborando, los motivos por los cuales no lo hacen son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -43% no ha encontrado trabajo en el área. -21% debido a motivos personales. -29% por estudios de cuarto nivel. -7% no tiene claro a que se quiere dedicar. 	<p>Los miembros de Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Moda han sabido mencionar que el trabajo actual de la carrera esta enfocado en la formación de profesionales de alta ética y calidad humana, que tengan la capacidad de resolver problemáticas específicas de los textiles y procesos de confección de la indumentaria, al desempeñar su rol como diseñadores de modas en la sociedad, para que puedan desarrollar diseño de autor, o insertarse en la pequeña o mediana industria.</p> <p>Al momento se encuentran en proceso de desarrollo de un nuevo pñsum para la carrera, donde se prioriza entregarle al alumno diversas herramientas y conocimientos para que puedan desempeñarse en varias áreas del diseño cuando ejerzan de manera profesional.</p>	<p>De la información obtenida por segmento:</p> <p>Gran contribuyente:</p> <p>La única empresa que consta como Gran Contribuyente, ha indicado que su situación económica actual es bastante buena, esto se debe al posicionamiento de la marca tanto a nivel local como a nivel nacional, donde los productos están bien colocados.</p> <p>Priorizando la calidad, en cada etapa de la fabricación ya sea de materias primas o de prendas terminadas.</p> <p>Mediano contribuyente:</p> <p>De las dos empresas entrevistadas, que constan como Mediano Contribuyente, ambas han sabido manifestar que la situación económica actual es regular, debido a la contracción propia de la economía del país así como a la falta de recursos en el medio.</p> <p>Así mismo ambas empresas han asegurado que en sus productos priorizan la calidad.</p> <p>Pequeño contribuyente:</p> <p>De las seis empresas entrevistadas se obtuvo que:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Una define su situación económica en crecimiento, priorizando calidad en el producto. -Dos definen su situación económica como estable, al priorizar en primer plano precios competitivos. -Tres definen su situación económica como inestable, dos de ellas priorizando calidad y la tercera priorizando precios. <p>Micro contribuyente:</p> <p>Las representantes del gremio GREMACAF calificaron como inestable la situación económica de las agremiadas y socias de la entidad, indicando que deben priorizar el precio en sus productos para ser competitivas en el mercado.</p>

Del grupo de diseñadores encuestados, a partir de su experiencia se obtuvo que:

-42% de ellos identificaron que el diseñador como profesional no es valorado en el medio

-33% de ellos refieren que la paga ofertada por las fabricas y empresas es baja.

-17% creen que los emprendimientos de diseño son bien aceptados, viendo este camino como una opción a seguir.

Los miembros de Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Moda consideran la sociedad cada vez esta más familiarizada y habida de obtener productos de diseño, puesto que han existido diseñadores que han abierto el camino y se han posicionado en el mercado y que persisten en el mismo gracias a los consumidores.

La gente de Cuenca cada vez entiende y valora de mejor manera un producto de diseñador, puesto que buscan diferenciarse y resaltar y encuentran esto en las prendas de diseñador

Con respecto a la DEFINICIÓN del Diseño en textiles y modas

Gran contribuyente:

-Aquel compendio de características de un artículo de vestir que cumpla tanto parámetros estéticos como de calidad y funcionalidad.

Mediano contribuyente:

Los dos empresarios entrevistados, definieron el diseño de modas de la siguiente manera

-Aquella profesión en la cual el diseñador como tal deberá de proponer un estilo de vida que se identifique con cierto grupo o nicho de mercado, más que tan solo la creación de una nueva prenda de vestir.

-Es una actividad orientada al consumidor, donde se procura crear un producto que sepa satisfacer ciertas necesidades previamente identificadas en un grupo específico que será el mercado meta.

Pequeño contribuyente:

Según la frecuencia de las respuestas se obtuvo:

-En primer lugar lo definen como algo de pasarelas, alta costura.

-En segundo lugar lo han definido como la generación de propuestas innovadoras.

-En tercer lugar se lo define como conocimiento de tendencias.

Micro contribuyente:

-El bocetaje, del dibujo de las prendas que luego se confeccionarán

Valorización del Diseño de Modas dentro de la industria confeccionista

De acuerdo con el criterio de los diseñadores encuestados se obtuvo:

-73% de los diseñadores consideran que NO existe tal valoración,

Atribuyendo sus respuesta a las siguientes razones:

-25,84% lo atribuyen a la falta de conocimiento sobre el valor del diseño por parte de los dueños de las fábricas o talleres.

-23,60% consideran que se debe a la competencia desleal que existe por no profesionales que cobran menos por realizar trabajos copia reemplazando el trabajo del diseñador.

-23,60% refieren su respuesta al hecho de que la paga es baja.

Mientras que

--27% considera que SI existe esta apreciación cuestionada.

Atribuyendo sus respuesta a las siguientes razones:

-16,85% consideran que hay empresarios que buscan diferenciarse de la competencia y ven el diseño como un recurso para generar propuestas propias y como herramienta para la diferenciación y posicionamiento

-12,36% consideran que los empresarios valoran los conocimientos sobre tendencias y la capacidad para elaborar colecciones que son propias del perfil creativo del diseñador.

Los miembros de Junta Académica reflexionan de la siguiente manera:

Los fabricantes o empresarios aspiran que el diseñador tenga un rol multifacético por llamarlo de alguna forma, buscan un profesional experto en patronaje, corte y confección, que además entienda de producción, ventas, mercadeo, etc. pero muchas de las veces relegan su capacidad creativa a simplemente realizar replicas por no llamar copias de prendas previamente elegidas u obtenidas de otros lados, incluso cuando hay ferias o cursos de diseño muy pocas son las empresas que llevan a estos eventos a su diseñador, lo cual se da un poco también por celo y desconfianza de invertir en una empleado que puede o no abandonar el puesto de trabajo

Con respecto a la definición del ROL del Diseñador en textiles y modas dentro de una fábrica confeccionista, y según la frecuencia de las respuestas se obtuvo:

Gran contribuyente:

- Creativo encargado de desarrollar nuevas propuestas
- Conocer la estética del producto basado en el estilo de la marca.
- Conocer y entender las necesidades del consumidor, para poder satisfacerlas.
- Conocer las tendencias actuales.
- Llevar a la realidad las propuestas que genere, es decir ser capaz de patronar y confeccionar el producto que ha diseñado previamente.

Mediano contribuyente:

- Conocer las tendencias actuales.
- Creativo encargado de desarrollar nuevas propuestas.
- Conocer y entender las necesidades del consumidor, para poder satisfacerlas.
- Patronista, entendido en escalado, corte y técnicas de confección.

Pequeño contribuyente:

- Conocer de materias primas, bases textiles e insumos.
- Conocer las tendencias actuales.
- Creativo encargado de desarrollar nuevas propuestas.
- Conocer y entender las necesidades del consumidor, para poder satisfacerlas.
- Patronista, entendido en escalado, corte y técnicas de confección.
- Supervisión y control de los procesos de confección.
- Conocer de costos, ventas, marketing y posicionamiento del producto.

Micro contribuyente:

- Conocer las tendencias actuales.
- Conocer y entender las necesidades del consumidor, para poder satisfacerlas.
- Creativo encargado de desarrollar nuevas propuestas.

Con respecto al diseño y/o el diseñador de moda como generadores de valor agregado en el producto y según la frecuencia de las respuestas se obtuvo:

Gran contribuyente:

- En el manejo adecuado de materias primas e insumos.
- Entender bien e interpretar al consumidor, su estilo de vida y necesidades.
- La capacidad creativa para generar propuestas únicas contribuye con innovación y diferenciación para la marca.

Mediano contribuyente:

- Entender bien e interpretar al consumidor, su estilo de vida y necesidades.
- La capacidad creativa para generar propuestas únicas contribuye con innovación y diferenciación para la marca.

Pequeño contribuyente:

- Mediante la resolución de las necesidades del consumidor a través de propuestas creativas y estéticas.
- La capacidad creativa para generar propuestas únicas contribuye con innovación y diferenciación para la marca.
- El plus que la creatividad y tendencias pueda significar, aplica unicamente en prendas de moda.

Micro contribuyente:

- La creatividad del diseñador puede actualizar constantemente el producto para destacarlo de su competencia.

Con respecto a si cuentan o no con un diseñador/ departamento de diseño o contratación de servicios freelance, y según la frecuencia de las respuestas se obtuvo:

Gran contribuyente:

- Cuenta con departamento de diseño

Mediano contribuyente:

De las dos empresas entrevistadas

- Una cuenta con departamento de diseño.
- Una eventualmente cuenta con diseñador de planta

Pequeño contribuyente:

- Tres empresas cuentan con diseñador actualmente.
- Tres empresas no ha tenido diseñador de planta en ningún momento.
- Dos empresas contratan servicios freelance de diseño.
- Cuatro empresas no contratan servicios freelance de diseño.

Micro contribuyente:

- No cuentan con diseñador de planta, sin embargo han planificado cursos de capacitación con diseñadores de modas eventualmente.

Del grupo de diseñadores encuestados, según la frecuencia de sus respuestas, se obtuvieron las siguientes actividades como aquellas que se les son designadas dentro de una fábrica o taller confeccionista:

- 30,34% diseño y generación de colecciones.
- 30,34% manejo de insumos y bases textiles.
- 28,09% elaboración de fichas técnicas.
- 24,72% control de la producción.
- 19,10% patronaje manual.
- 17,98% confección ed prototipos.
- 15,73% manejo de softwares de diseño.
- 10,11% manejo softwares de patronaje digital.
- 8,99% marketing e imagen del producto.
- 3,37% modelado sobre maniquí.

La carrera de Diseño en Textiles y Modas busca formar profesionales que conozcan de procesos de diseño, de patronaje para aplicar en diferentes tipos de prendas, que conozcan de bases textiles, composiciones, comportamientos de telas y diversos materiales, se busca que los alumnos conozcan de diferentes tecnologías propias de la producción, es decir no solo el manejo de máquinas de confección industrial sino también de técnicas de estampación, tratamiento de las telas para su transformación en general, además se los prepara en áreas de producción, costos, marketing e incluso publicidad para que puedan ofertar de manera adecuada su producto cuando ejerzan la profesión.

Para ello el dentro del pensum de estudio se dictan las siguientes asignaturas:

- Matemáticas.
- Diseño 1,2,3,4,5,6,7.
- Computación 1,2,3,4,5.
- Expresión gráfica.
- Morfología.
- Representación gráfica.
- Dibujo de patrones.
- Técnicas textiles básicas.
- Técnicas de modelado.
- Antropología cultural.
- Dibujo de figurín 1 y 2.
- Tecnología y producción 1,2,3,4,5,6.
- Patronaje 1,2,3,4.
- Fotografía, audio y video.
- Historia de los textiles y moda 1y 2.
- Ergonomía.
- Gestión 1,2,3,4.
- Problemática profesional.
- Diseño y contexto 1 y 2.
- Problemática de la identidad.
- Estética.

Ordenado según la frecuencia de las respuestas, se obtuvieron las siguientes actividades como aquellas que se les son designadas al diseñador:

Gran contribuyente:

- Diseño de producto, línea o colección.
- Diseño de artes para serigrafía y estampación.
- Diseño de artes para bordados.
- Diseño de etiquetas.
- Diseño de vitrinas.
- Diseño de empaques.
- Fichas de diseño y de producción.
- Revisión de prototipo.
- Estudio de mercado y tendencias

Mediano contribuyente:

- Manejo de insumos y bases textiles
- Diseño y generación de colecciones
- Elaboración de fichas técnicas
- Manejo de softwares de diseño
- Patronaje manual
- Manejo de softwares de patronaje

Pequeño contribuyente:

- Manejo de insumos y bases textiles.
- Diseño y generación de propuestas.
- Patronaje manual.
- Supervisión de los procesos de prototipado.
- Elaboración de fichas técnicas.
- Manejo de softwares de diseño.
- Manejo de softwares de patronaje.
- Desarrollo de prototipos.
- Dirección de producción.
- Diseño y generación de artes para sublimación.
- Manejo de redes sociales y página web.
- Visita y asesoramiento a los clientes.
- Toma de medidas.

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en el perfil del Diseñador de Modas.

Del grupo de diseñadores encuestados, según la frecuencia de sus respuestas, se obtuvieron las siguientes áreas del conocimiento impartidas en la academia como aquellas que más refuerzo requieren:

CALIFICACIÓN (1 menor escala - 5 mayor escala)	1	2	3	4	5	NIVEL REFUERZO REQUERIDO
MANEJO DE INSUMOS Y BASES TEXTILES	19%	27%	27%	8%	19%	BAJO-MEDIO
DISEÑO Y GENERACIÓN DE COLECCIONES	32%	29%	10%	13%	16%	BAJO
ELABORACIÓN DE FICHAS TÉCNICAS	26%	27%	23%	13%	11%	BAJO-MEDIO
MANEJO DE SOFTWARES DE DISEÑO	6%	21%	29%	13%	31%	MEDIO-ALTO
PATRONAJE MANUAL	10%	13%	24%	22%	31%	ALTO
MANEJO DE SOFTWARES DE PATRONAJE	5%	8%	18%	26%	45%	ALTO
CONFECCIÓN DE PROTOTIPOS	6%	15%	29%	23%	27%	ALTO
CONTROL DE PRODUCCIÓN	9%	13%	19%	19%	40%	ALTO
MARKETING Y PUBLICIDAD	8%	5%	18%	21%	48%	ALTO
FOTOGRAFÍA E IMAGEN DEL PRODUCTO	5%	11%	15%	23%	46%	ALTO

Señalando, en orden de prioridad de refuerzo requerido ALTO a BAJO de la siguiente manera:

- Patronaje manual.
- Manejo de softwares de patronaje digital.
- Confección de prototipos.
- Control de producción.
- Marketing y publicidad.
- Fotografía e imagen del producto.
- Manejo de softwares de diseño
- Elaboración de fichas técnicas.
- Manejo de insumos y bases textiles.
- Diseño y generación de colecciones.

Desde la Junta Académica el último seguimiento realizado a los ex alumnos graduados de la carrera en diseño en textiles y modas se dio en el año 2016, mismo que se lo realizó por medio de encuestas a todos los graduados de la escuela puesto que la carrera como tal se encontraba en un proceso de acreditación y el realizar este seguimiento a graduados era uno de los requisitos para dicha acreditación. Posterior a ello no se ha retomado tal actividad.

En cuanto a posibles canales de comunicación entre la academia y el sector productivo no se han establecido nexos directamente, el nexo más próximo que hay entre academia e industria son las prácticas pre profesionales, pero algún tipo de convenio entre academia e industria directamente no existe.

Los esfuerzos se han centrado mucho más en atender a la sociedad y priorizar el servicio de formación y acompañamiento que se pueda emprender desde la universidad.

Como resultado de la entrevista efectuada a los miembros de la Junta Académica se evidenció la falta de un seguimiento anual a los graduados con el fin de diagnosticar e identificar posibles falencias, así como la falta de acercamiento y/o diagnóstico del sector.

Ordenado según la frecuencia de las respuestas, se obtuvieron las siguientes áreas del conocimiento como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en los diseñadores de modas

Gran contribuyente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Diseño de artes para serigrafía y estampación
DEBILIDADES	AMENAZAS
Patronaje manual	Control de producción
Manejo de softwares de patronaje digital	Fotografía e imagen del producto

Mediano contribuyente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Confección de prototipos
Manejo de insumos y bases textiles.	Fotografía e imagen del producto
DEBILIDADES	AMENAZAS
Patronaje manual	Control de producción
Manejo de softwares de patronaje digital	Ventas y marketing del producto

Pequeño contribuyente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño y generación de colecciones	Confección de prototipos
Manejo de insumos y bases textiles.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Patronaje manual	Control de producción
Manejo de softwares de patronaje digital	Conocimiento/manejo de tecnologías

Dando como resultado las siguientes áreas como aquellas a tener en cuenta en cada fase del estudio FODA:

FORTALEZAS:

- Diseño y gestión de colecciones.
- Manejo de insumos y bases textiles.

OPORTUNIDADES:

- Confección de prototipos

DEBILIDADES:

- Patronaje manual
- Manejo de softwares de patronaje digital.

AMENAZAS:

- Control de la producción.

Estado actual de la vinculación academia-industria

Sobre el acercamiento directo con industrias confeccionistas de la ciudad se indago a los diseñadores encuestados sobre si tuvieron esta experiencia durante su vida académica, obteniendo las siguientes respuestas:

-74% consideran SI haber tenido un acercamiento directo.

-26% consideran NO haber tenido un acercamiento directo.

En cuanto a qué tipo de acercamiento fue se obtuvo:

-65% en pasantías.

-21% en recorridos académicos.

-11% trabajo de forma dependiente.

-3% trabajo freelance.

En cuanto a la distribución de la carrera:

Se vincula con la sociedad de dos formas, a través de Pasantías que son las practicas pre profesionales que los alumnos de sexto ciclo deben realizar, mismas que cubren 64 horas en el área de diseño y 64 horas en el área de tecnología, y por otro lado está el servicio comunitario que vincula directamente al alumno con la sociedad, ya sean comunidades o grupos vulnerables para los cuales se generan proyectos que se traduzcan en un aporte considerable para mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.

Dentro de los sílabos:

Los alumnos en los diferentes niveles de la materia de Tecnología y Producción dictada dentro de las cátedras, aprenden todo lo relacionado con los procesos industriales, las tecnologías existentes, técnicas, etc.

Sin embargo, este aprendizaje es de índole teórico en su mayor parte. Hasta hace un par de años se realizaban visitas académicas a fábricas para que los alumnos conocieran de primera mano la tecnología y los métodos de índole industrial, con una producción real de empresas del medio, pero estos recorridos al ser parte de las propuestas de los docentes que dictan la cátedra dentro del sílabo, ha existido una itinerancia y poca continuidad que ha hecho que esta práctica desaparezca.

En el sector industrial se indago a cerca de cuantas empresas participan en programas de vinculación tal como las pasantías, así como sobre la existencia de contratación de servicios de diseño freelance, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Gran contribuyente:

.Pasantías: SI

-Contratación Freelance: NO

Mediano contribuyente:

Pasantías:

-Dos de las dos empresas SI

Contratación Freelance:

-Dos de las dos empresas SI

Pequeño contribuyente:

Pasantías:

-Tres de seis empresas SI

-Tres de seis empresas NO

Contratación Freelance:

-Cuatro de seis empresas SI

-Dos de seis empresas NO

Micro contribuyente:

Al indagar sobre si existe algún tipo de enlace con diseñadores, o con la facultad de diseño para proyectos de trabajo conjunto la respuesta fue:

La última vez que se generó un curso de diseño fue hasta hace unos dos años aproximadamente, sin embargo, este enlace no se dio por medio de la universidad, sino de manera independiente se contactó a un diseñador para que dictase un curso.

Apertura y participación

La apertura por parte de los diseñadores encuestados a participar de programas de programas de enlace con la Escuela de Diseño y la Industria, para fortalecer y actualizar sus competencias como diseñador y así mejorar su inserción en la industria arrojó los siguientes resultados:

-69% de los graduados respondieron SI.

-31% de ellos respondieron que NO.

Desde la Junta Académica de la escuela de diseño en textil y modas, los docentes entrevistados consideran que la educación dual sería una vía para mejorar la relación entre academia e industria en pro del desarrollo de una industria de Moda, puesto que no solo se puede esperar que las soluciones provengan de la academia y el diseñador, sino que también influye mucho el pensamiento del productor, como maneje su fábrica y el criterio del mismo con respecto al rol del diseñador de modas

Resultado de las entrevistas puestas en práctica al sector industrial sobre si estarían dispuestos a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño , industriales y micro empresarios de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva, se obtuvo:

Gran contribuyente:

Disposición a participar.

Mediano contribuyente:

Todas las empresas entrevistadas se mostraron interesadas, respondiendo SI.

Pequeño contribuyente:

Todas las empresas entrevistadas se mostraron interesadas, respondiendo SI.

Micro contribuyente:

Las representantes entrevistadas consideran importante generar enlaces, por lo tanto SI estarían dispuestas a participar.

Tabla N26: Triangulación concurrente.

Al haber cotejado la información recaudada de los diferentes sujetos de estudio, se va ya clarificando el panorama de cuál es la escenario en el cual se desenvuelven los diferentes actores de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, así pues se ha podido determinar cuál es la situación actual tanto de los diseñadores así como de la academia y de la industria, cuál es su percepción con respecto al diseño de modas, el rol del diseñador como tal y su valorización, se ha podido examinar las competencias adquiridas por el diseñador en su formación académica, como estas competencias son o no de utilidad en la vida práctica y compararlas de manera frontal con las necesidades y requerimientos del sector confeccionista, lo cual permite hacer una evaluación de la pertinencia de las mismas así como identificar las fortalezas y las posibles debilidades en la formación de los futuros diseñadores, finalmente se ha conseguido evaluar el nivel de apertura a la participación de posibles programas o proyectos de vinculación por parte de los futuros integrantes; así pues todos estos son aspectos importantísimos para el presente estudio puesto que permite evidenciar que tan acertada o incorrecta es la intervención del diseñador en el sector confeccionista.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5.3 Conclusiones:

Como uno de los objetivos a alcanzar del presente trabajo de investigación se había planteado el determinar las falencias que pudiesen existir en los conocimientos adquiridos desde la academia por los diseñadores graduados de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, identificadas por los mismos al momento de ejercer la profesión, con énfasis en el trabajo bajo dependencia. Así pues, después de haber aplicado encuestas a 75 de los 89 diseñadores graduados de la carrera en los años 2015, 2016 y 2017 se determinó las siguientes áreas del conocimiento como aquellas que requieren un refuerzo de conocimientos alto: patronaje manual, manejo de softwares de patronaje digital, confección de prototipos, control de producción, marketing y publicidad, fotografía e imagen del producto. De igual forma se ha identificado medio el refuerzo de manejo de softwares de diseño, elaboración de fichas técnicas, como medio-bajo el manejo de insumos y bases textiles, finalmente el área de diseño y generación de colecciones fue calificada con nivel bajo de refuerzo por los diseñadores encuestados.

NIVEL REFUERZO ALTO
Patronaje manual
Manejo de softwares de patronaje digital
Confección de prototipos
Control de producción
Marketing y publicidad
Manejo de softwares de patronaje digital
Fotografía e imagen del producto

NIVEL REFUERZO MEDIO
Manejo de softwares de diseño
Elaboración de fichas técnicas
NIVEL REFUERZO MEDIO-BAJO
Manejo de insumos y bases textiles
NIVEL REFUERZO BAJO
Diseño y generación de colecciones

Tabla N 27: Categorización nivel refuerzo conocimientos del diseñador de modas.

Entonces, al ser estas respuestas resultado del discernimiento y la experiencia de los diseñadores que han intentado insertarse en el medio laboral, es de suma importancia tomar en cuenta dichos criterios con el fin de más adelante establecer estrategias que permitan generar soluciones a esta problemática que ha sido evidenciada. Cabe resaltar que las áreas de conocimiento puestas en evaluación en la etapa del cuestionario aplicado a los diseñadores fueron establecidas en función de las materias que les son impartidas a los alumnos en la academia.

De igual forma esta cuestionante fue puesta en conocimiento ante los empresarios entrevistados con el fin de determinar, en aquellos que han tenido la oportunidad de trabajar con diseñadores, y conforme a su experiencia, cuáles son las áreas que más o menos refuerzo se requieren en el perfil de formación del diseñador de modas, ubicando a cada área dentro de los criterios fortaleza, oportunidad, debilidad y amenazas, teniendo como respuesta la información tabulada a continuación:

FORTALEZAS
Diseño y generación de colecciones
Manejo de insumos y bases textiles.
OPORTUNIDADES
Confección de prototipos
DEBILIDADES
Patronaje manual
Manejo de softwares de patronaje digital
AMENAZAS
Control de producción

Tabla N 28: Categorización FODA sobre conocimientos del diseñador de modas.

En cuanto a la posición que las fábricas, empresas y talleres confeccionistas de la ciudad de Cuenca tienen con respecto al diseño y al rol del diseñador de modas como parte de la cadena productiva, en primera instancia se identificó que la percepción que los empresarios tienen sobre el diseño de modas, de primera impresión, está estrechamente ligada con las pasarelas, con grandes marcas y firmas de ropa de alta costura, evidenciando que dentro de la cultura general, del común pensar, el diseño de modas se lo relaciona con la alta costura y eventos de pasarela, tal como se lo había planteado en un inicio.

Posteriormente se indagó de manera más específica sobre cuál consideran es el rol del diseñador dentro de la cadena de producción de una fábrica o taller confeccionista, así como si consideran que el diseño y el diseñador como profesional se convierten en herramientas capaces de generar un valor agregado a los productos, obteniendo respuestas afirmativas, es decir, al hacer más concreta esta pregunta los entrevistados supieron responder de forma más acertada, identificando al diseñador en textiles y modas como un profesional conocedor de tendencias, de materias primas, investigador del mercado y del consumidor, sumamente creativo, que además maneja un perfil técnico en cuanto a patronaje, manejo de tecnologías y aplicación de diferentes técnicas de transformación se refiere, y que es capaz de mantenerse en constante comunicación con las demás áreas de

la producción hasta lograr generar un producto bien pensado para satisfacer las necesidades existentes en el consumidor meta.

Esta apreciación fue identificada por los empresarios independiente del tamaño de su empresa, demostrando así que ni tamaño ni volúmenes de producción de una fábrica o taller son restrictivos para que la mentalidad, criterio y/o conocimiento acerca del diseño por parte de sus dirigentes, sea el adecuado.

Analizando la posición de los empresarios desde este punto de vista, se podría concluir que el industrial de la ciudad si tiene un concepto acertado acerca de cuáles son las competencias de un diseñador y de cómo éstas se pueden aplicar y beneficiar a la cadena productiva, sin embargo, de los industriales entrevistados, apenas la mitad de ellos cuentan o han contado con un diseñador de planta, lo que muestra que quizás existe un criterio formándose en el medio, pero todavía no se ha consolidado lo suficiente como para entender la presencia del diseñador como imperante.

Así mismo en este aspecto es válido acentuar que se contó con una participación muy limitada por parte de los empresarios, puesto que su apertura y cooperación fue bastante restringida, es por ello que los criterios obtenidos, aunque muy válidos, en cierta forma difieren con los criterios emitidos por los diseñadores encuestados, a quienes se les indagó de igual forma si consideran que la industria y el medio valoran el diseño de modas y su aporte, con lo cual se obtuvo en su mayoría respuestas negativas, atribuyendo las mismas a la falta de conocimiento de lo que realmente significa el diseño de modas y el papel del diseñador como tal, así como a la competencia desleal y copia, y finalmente a la baja paga que es ofertada en el medio laboral.

Pues bien, en este sentido, al analizar las distintas aristas y perspectivas de los diferentes actores de la industria confeccionista y el diseño de modas, se puede concluir que aquellos empresarios que accedieron a participar de las entrevistas, y que mostraron tener un razonamiento formado sobre el diseño y sus especificaciones, lo hicieron por ser justamente aquellos que están abiertos al diálogo y a las oportunidades, aunque

tristemente haya sido un grupo tan reducido en número en comparación con el universo identificado.

Sin embargo, este no es un panorama desalentador, ya que muestra que hay por donde abrir camino, e ir introduciendo y vinculando al diseño y la industria, para lo cual se planteó en un inicio como objetivo el identificar cuáles son las necesidades específicas del sector en cuanto a diseño y generación de modas se refiere, obteniendo como resultado que fábricas y talleres buscan un profesional que conozca de materias primas, que sea creativo y capaz de desarrollar propuestas innovadoras, que tenga conocimientos afianzados en las distintas áreas del patronaje y obtención de moldería, así como de técnicas de confección, que pueda llevar un control del área de producción, que sepa desarrollar e implementar un sistema de fichas técnicas, que conozca de la aplicación de diferentes tecnologías tales como técnicas de estampación, además que tenga un criterio formado sobre el manejo de redes sociales, publicidad, marketing y que entienda de ventas.

Analizándolo así, es claro que el empresario confeccionista busca que el diseñador de modas sea un profesional multifacético y multidisciplinario, puesto que los mismos pretenden obtener un elemento de perfil integral capaz de controlar cada etapa de toda la fase de creación hasta la venta de un producto. En este sentido se corrobora el juicio emitido en capítulos anteriores del presente trabajo donde se mencionó que el medio pretende que el diseñador sea un “todólogo” y no buscan la especialización, si bien un diseñador de perfil profesional deberá de conocer todos los aspectos anteriormente descritos, este solo con años de trabajo y experiencia podrá llegar a dominar todas estas áreas, tomando este escenario como una suposición, pero es muy dificultoso que un diseñador junior que lleva poco de haberse integrado al medio laboral sea capaz de satisfacer todas estas necesidades, por ello en este sentido es importante educar el criterio del empresario en cuanto a sus expectativas.

No obstante es importante destacar el razonamiento de los diseñadores graduados, quienes han sabido identificar y calificar como alta la necesidad de reforzar la mayoría de las áreas que fueron mencionadas como necesidades por parte de los industriales, lo que

por un lado corrobora cuales son las exigencias propias del medio, y por otro que estas expectativas identificadas del grupo de industriales entrevistados, es un criterio general existente en el medio, donde se cruza con la baja paga que se le oferta al diseñador a cambio de cubrir con todas estas responsabilidades descritas.

Finalmente, se destaca la necesidad de generar un plan estratégico con lineamientos y diversas estrategias que permitan integrar de mejor manera academia e industria, en pro de mejorar la inserción de los diseñadores de moda junior en el campo laboral así como de pulir la percepción y mejorar la valorización presente en el medio por parte de los empresarios, fabricantes y talleristas, todo esto en pro de fortalecer el sector industrial de manufactura de la confección y la presencia del diseño y del diseñador de modas como elemento fundamental del mismo.

5.2 Recomendaciones:

A partir de la recolección de datos, su interpretación y posterior conclusión, se ha determinado ya cual es el estado actual de los diseñadores de modas y en qué áreas del conocimiento consideran es importante se refuerce la impartición de los mismos para mejorar el perfil y la preparación de los futuros profesionales; en este aspecto se recomienda establecer un sistema que permita la especialización en las distintas áreas en las cuales se ha identificado existen fallas, esto quiere decir que, al tener que desde la academia abarcar varios temas con la finalidad de darle multiplicidad de conocimientos al alumno, el tiempo y los espacios para perfeccionar dichas sapiencias se ven limitados, por ello generar más espacios para la aplicación y ampliación de las mismas en las distintas áreas podría significar una mejora sustancial en el desenvolvimiento y formación de los diseñadores en cuestión.

Además, se recomienda que la creación de estos espacios de refuerzo y especialización tengan como referencia el criterio y las necesidades identificadas en la industria, puesto que es imperante el ir enlazando a la academia con la misma, en pro de

mejorar su vinculación y trabajo de colaboración mutua y este sería el punto de partida para hacerlo.

Con respecto a la apreciación y a la valorización que el diseño tiene dentro del sector industrial y productivo, se determinó que existe de primera impresión una percepción muy cercana entre el diseño de moda y la alta costura, pasarelas, grandes marcas de índole global, etc. sin embargo al asentar el concepto de diseño de modas y el rol del diseñador en la cadena de producción de una fábrica o taller, el criterio emitido por los industriales fue mucho más certero y adecuado. No obstante, se debe resaltar que los niveles de participación de los empresarios fueron muy bajos, puesto que la accesibilidad brindada en el proceso de contacto a los mismos fue muy limitada y se contó con una participación de apenas seis empresas de un grupo de sesenta y tres en el caso de los contribuyentes pequeños, por lo cual en este sentido se recomienda de manera emergente, mantener en pie la lucha por generar un contacto y adecuado acercamiento con el resto de los industriales a los cuales no se tuvo acceso, esto con el claro objetivo de conocer su percepción sobre el diseño, cotejar la nueva información con la obtenida al momento y así tener un panorama más amplio del criterio del industrial.

Entonces, a más de continuar en el arduo trabajo de ampliar el banco de datos con información extraída de la fuente, se plantea como recomendación organizar eventos tales como conversatorios, mesas redondas, etc. es decir espacios de dialogo abiertos en los cuales se pudiesen generar discusiones francas acerca de temas de relevancia tanto para el diseñador como para el empresario, en donde se puedan exponer y contrastar los distintos criterios y diferentes puntos de vista de cada contraparte.

En este mismo aspecto recae la evaluación hecha anteriormente a cerca de las necesidades de la industria, donde ya se han identificado las áreas en las cuales fabricantes requieren el aporte del diseñador, mismas que se ha concluido son extensas y multidisciplinarias, por lo cual dentro de estos espacios de dialogo recomendados, el cotejar necesidades del sector con capacidades instruidas a los diseñadores, así como las responsabilidades atribuidas confrontadas con la remuneración ofertada a los mismos, por poner un ejemplo, serían temas de alta relevancia a ser discutidos.

Del proceso de recaudación, análisis e interpretación de la información recolectada en el presente trabajo investigativo se han identificado varios aspectos en los cuales hay diferencias entre las expectativas del industrial y las del diseñador, a lo cual sería coherente atribuir la falta de participación del diseñador en la industria, así como en algunos casos la falta de confianza en el diseñador por parte del empresario o por el contrario la sobre expectativa de los mismos sobre el desempeño del profesional, motivos por los cuales muy probablemente la industria confeccionista se ha quedado estancada como tal y no ha evolucionado hacia una industria de moda, por ello se recomienda estructurar un plan estratégico que permita vincular de manera estratégica a los dos principales actores de la industria de moda, diseñadores e industriales, por medio de la academia, proponiendo estrategias de innovación en los frentes que se han identificado como problemáticos, que requieren de un plan de acción para la mejora de la situación actual.

CAPÍTULO VI

Propuesta

6.2 Datos informativos:

Título de la propuesta:

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO EN TEXTILES Y MODAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY CON LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA DE LA CIUDAD DE CUENCA.

Institución ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

Beneficiarios:

- Estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Modas de la Escuela de Diseño de la Universidad del Azuay.
- Diseñadores en Textiles y Modas graduados de la Escuela de Diseño de la Universidad del Azuay.
- Industriales fabricantes de prendas de vestir, dentro de la ciudad de Cuenca.

Equipo técnico responsables:

- **Director:** Dis. María Belén Cordero Cobos / representantes Escuela de Diseño en Textiles y Modas.
- **Indirectos:** Representantes de cámaras, gremios y clúster de los distintos tamaños de empresas registradas en la ciudad de Cuenca bajo el código CIU C141002 de actividad económica: fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés:

abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.

6.2 Antecedentes de la propuesta:

Partiendo de la experiencia personal de varios diseñadores de textiles y modas graduados de la misma carrera en la Universidad del Azuay, se consignaba como presunción que la vinculación entre la academia y la industria confeccionista del sector es deficiente, lo cual ha repercutido en la adecuada inserción del diseñador junior en el medio laboral, en un cierto estancamiento del posible desarrollo que la industria de confección podría llegar a tener, así como la evolución de una industria de moda nacional.

A partir de la investigación de campo realizada previamente se pudo identificar en primera instancia cuál es la situación actual, laboralmente hablando, de los diseñadores de modas graduados en los años 2015, 2016 y 2017 que corresponden a las tres últimas promociones integradas al medio laboral previo a la realización de este trabajo investigativo, donde además se reconocieron las áreas en las cuales los diseñadores consideran es necesario reforzar la impartición de conocimientos así como aquellas que representan una fortaleza en su desempeño laboral, esto con el fin de idear estrategias que permitan potencializar el perfil con el que ejercen los profesionales.

De igual manera se analizaron los criterios y necesidades registradas en la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca, tras la aplicación de entrevistas y procesos de observación directa a empresas de gran, mediano, pequeño y micro tamaño, donde se pudo evaluar, de acuerdo a la situación específica de cada fábrica o taller, cuáles son sus condiciones de trabajo y como la presencia o no del diseño en las mismas repercute en los niveles de venta, posicionamiento, y proyección de cada empresa entrevistada. Un punto importante a destacar fue el entender cómo el diseño es concebido por aquellos actores de la industria de confección que no tienen una formación previa en el área, sino que en su mayoría ejercen de forma empírica.

Entonces, desde las conclusiones obtenidas, se ha encontrado como respuesta a la problemática planteada en un inicio que, efectivamente la vinculación actual entre la academia (graduados, alumnos y docentes) de la Escuela de Diseño en Textiles y Modas y la industria confeccionista de la ciudad se la podría calificar como incompleta, y que además si requiere de un refuerzo que permita estrechar los lazos entre ambos actores, puesto que tal como la Ex Directora del Instituto Nacional de Tecnología Textil INTI textiles Patricia Marino menciona:

La correcta caracterización de las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y comercialización de bienes diferenciados en la industria de la indumentaria es un insumo clave para la toma de decisiones de empresas y diseñadores, así como también para direccionar la política pública en su afán de fomentar el sector, facilitar su crecimiento y aumentar su valor. (Marino, Las empresas de Diseño de indumentaria de Autor, 2017, pág. 41)

Reintegrando la iniciativa de buscar estrategias que permitan estrechar la relación actual y generar competencias más idóneas para ambos actores, como un proyecto de condición latente, cuya razón de ser se debe a la necesidad de dinamizar el sector.

Conformemente, se va identificando como parte substancial, el exponer en primera instancia las amplias posibilidades de ejercer la profesión a aquellos futuros diseñadores desde la academia, puesto que esta es la etapa crucial donde se van direccionando los perfiles de los profesionales en formación, y ampliando horizontes, así como formar a los empresarios de la ciudad en el diseño, su valor, lo que realmente este significa e infiere dentro de los procesos de producción, sobre cuál es el rol y la participación de un diseñador dentro de su planta, con el fin de promover una cultura de correcta valorización. Tal como Rodrigo Ramírez lo indica en el libro Buenas Prácticas de Diseño, “Aunque el diseño es una actividad reconocida por muchas Pymes...también es cierto que hay desconocimiento de su alcance y de lo que podemos conseguir con él.” (Ramirez, Guía de Buenas Prácticas de Diseño - Gestión de Diseño, 2012, pág. 36) expresando que esta etapa de amplificar con claridad el significado del diseño y cómo este se puede aplicar en la industria local, adaptándose a los requerimientos del medio, es esencial para dar el primer paso hacia la vinculación integral del diseño y la industria y generar estrategias de diseño participativo.

Pues bien, evidentemente esta problemática no es solo de carácter local o nacional, sino más bien regional, sobre todo en países en vías de desarrollo, por lo cual en este sentido se puede destacar como muestra de desarrollo de su industria confeccionista y de moda el ejemplo de Argentina, país que tiene uno de los casos más relevantes de políticas y planes estratégicos de vinculación entre la academia de la moda y la industria textil y confeccionista de su país, ya que Argentina cuenta con el Instituto Nacional de Tecnología Industrial INTI, creado en 1967 con el objetivo de brindar apoyo a la industria, de donde deriva INTI Textiles e INTI Odt (Observatorio de tendencias) desde donde se trabajan una serie de proyectos en pro de la industria de moda y de la confección, impulsada en un inicio por el surgimiento y posicionamiento del diseño de autor como propio de la comunidad argentina .

Esta entidad se ha planteado como objetivos principales los siguientes postulados (INTI Textiles C. d., s.f.):

- Promover el desarrollo integral del sector textil y de la confección a fin de mejorar su competitividad y actuar como referente tecnológico para la sociedad.
- Constituirse en referente tecnológico a nivel nacional para el ámbito sectorial.
- Fomentar la incorporación de nuevas tecnologías.
- Difundir información específica para el mejor aprovechamiento de esas tecnologías de acuerdo al proceso y producto.
- Brindar servicios en forma eficiente, eficaz y con calidad.
- Contribuir a que las empresas productoras ofrezcan productos en el mercado que satisfagan las necesidades del consumidor y su desarrollo sea amigable con el medio ambiente.
- Establecer una estrecha vinculación con organizaciones vinculadas al sector textil, tanto gremiales empresarias, profesionales, de educación y tecnologías a fin de favorecer la sinergia en la realización de actividades conjuntas.

Como se puede ver el último objetivo mencionado, especialmente aborda el tema de la vinculación de las diferentes organizaciones parte del sector textil, refiriéndose a empresas, profesionales y la educación como participantes, aspecto para el cual el instituto trabaja arduamente desde distintos frentes que le permiten estrechar dicha vinculación.

Desde INTI Odt se busca aportar con información pertinente y que respalde a la creciente industria de la indumentaria argentina, puesto que desde el observatorio que está

conformado por un equipo de profesionales multidisciplinario en áreas de diseño, gestión, marketing, estudios sociales, entre otras, se pueden analizar, difundir y proyectar los denominados “circuitos de tendencias”, información de valiosísima importancia para el desarrollo de la industria de moda identitaria del país como tal.

Así mismo desde el año 2007 se lleva a cabo el levantamiento de datos denominado “Mapa de Diseño Argentino” cuyo objetivo es recolectar información oportuna que permita identificar nuevos diseñadores que van surgiendo gracias a la innovación de sus propuestas, y entender las mismas como parte de un lenguaje propio que resulta ser la esencia de la moda argentina. De igual forma, se ejecutan encuentros con diseñadores con el fin de generar un mayor asociativismo y capacitación continua de donde por supuesto va surgiendo la innovación, por medio del programa “Las Cosas del Quehacer”, evento del cual se han generado y afianzado los emprendimientos del área.

Entre su programa de asistencia a emprendedores de diseño se encuentran las capacitaciones intensivas en GESTIÓN (Gestión de diseño, Gestión de emprendimientos), en INNOVACIÓN (Moldería no convencional, Procesos textiles alternativos, Reciclaje y deconstrucción), TÉCNICAS (Moldería industrial en tejido plano y de punto, Producción, Técnica textiles, Fibras y Materiales), y de INVESTIGACIÓN (Búsqueda y análisis de tendencias), entre otras. (INTI Textiles C. d., s.f.)

Otro de los proyectos de gran relevancia emprendido por el INTI Odt, es la encuesta laboral nacional para los diseñadores, trabajo anual de donde se obtiene información acerca del estado laboral de los diseñadores del país, lo cual le permite al instituto analizar cómo se va integrando año tras año el diseño con la industria y con el sector productivo. Este monitoreo entonces permite planificar todas aquellas acciones que serán necesarias llevar a cabo para continuar con la formación y capacitación de los actores de la industria textil y de moda del país. (INTI, 2017)

En trabajo de campo el INTI está estrechamente ligado con la Academia, ya que gracias a este canal de comunicación han conseguido impulsar y optimizar la formación que se da en las escuelas de diseño, mediante el establecimiento de lineamientos para el estudio de la carrera de diseño, cercanía con los comités académicos, correlación en las

redes de trabajo INTI; proponiendo cursos de extensión, postgrados, tecnicaturas y licenciaturas, gestión e innovación, por ejemplo. (Marino, Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto, 2014) El Instituto tiene convenios de trabajo con las siguientes universidades (Marino, Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto, 2014):

- Universidad Nacional de Litoral (UNL)-Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo.
- Universidad Nacional de Misiones (UNaM)-Facultad de Artes.
- Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA).
- Universidad Nacional de San Juan (UNSJ)-Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño.
- Universidad Nacional de Tucumán (UNT)-Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

El fortalecimiento de estas redes de trabajo les ha permitido tanto a la academia como a la industria tener una mejor respuesta antes las crecientes demandas de eficacia e innovación. Por ello como resultado del trabajo de vinculación realizado por el INTI hasta el año 2014 se llevaron los siguientes eventos (Marino, Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto, 2014):

- Curso de postgrado en la UNT, UNL, UNaM y UNSJ.
- Publicación del libro “Debates contemporáneos sobre el mapa del diseño argentino Edición Indumentaria y Textil”.
- Capacitaciones OdtINTI en gestión de diseño y de emprendimiento, comercialización, comunicación e innovación en textiles y moldería.
- Seminarios.
- Circuito de Tendencias.

En el ámbito gubernamental ha hecho convenios para desarrollo de la industria con (Marino, Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto, 2014):

- Ministerio de Industria “Plan Nacional de Diseño”, workshop de Fibras Naturales denominado "La interacción del Diseño con la materia prima local"
- Presentación de tendencias de calzado en conjunto con la Cámara de la Industria del calzado.
- Programa Diseño Argentino Artesanal y Sustentable en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
- Capacitaciones de gestión de diseño y desarrollo de colecciones en conjunto con la Fundación Pro Tejer.

Por mencionar algunas, ya que la labor que cumple el INTI es realmente ardua y cada vez va ampliando más sus horizontes. Este es un claro ejemplo de que la colaboración entre las partes interesadas es esencial para el correcto crecimiento y desarrollo de una industria, en este caso la textil y confeccionista, que además ha priorizado la presencia del diseño en su cadena de valores, que gracias a este y sus estrategias han logrado posicionar a Argentina como un país productor no solo de indumentaria sino de *moda*, ocupando un nuevo puesto importante ante los ojos expectantes del mundo comercial, que lo acuña como la cuna del diseño de autor y la moda.

Si bien, en el caso de INTI se habla de una institución que rige a nivel nacional, apoyada de políticas gubernamentales, por lo cual ha logrado tener los alcances anteriormente descritos, a nivel de trabajos investigativos también se ha encontrado que existe una latente preocupación por identificar y analizar cómo se va dando la inserción del diseño de modas en el mercado.

Yaffa Nahir I. Gómez Barrera diseñadora industrial realizó sus estudios de postgrado en la Universidad de Palermo, especialización en Gestión Estratégica de Diseño y Gerenciamiento de Proyecto, Diseño industrial y de productos; su tesis de maestría se denominó: “La cultura del diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la Pyme del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia”. Este trabajo abordó como tema principal la realidad de las Pymes del AMCO (el Área Metropolitana del Centro Occidente) en Colombia y el problema que estas tienen al momento de vincularse con la llamada cultura del diseño. La hipótesis planteada sostuvo que aquellas Pymes que se valen del diseño para generar valor en sus productos son más competitivas que aquellas que no lo hacen. A través del proyecto pretendía establecer los grados de incorporación que el diseño tiene en las fábricas, para así a partir de una evaluación estratégica generar una metodología de diagnóstico que

permita evaluar la presencia del diseño en las Pymes, todo esto siempre por medio de la innovación.

El estudio se desarrolla en seis capítulos, en el primero habla de las nociones y conceptos de diseño e industria a modo de abordaje. En el capítulo 2 empieza a realizar un análisis sobre cómo la integración diseño-industria se ha dado tradicionalmente, basando su análisis en referentes de Latinoamérica y sus modelos de gestión para el diseño; lo que le permitió en el capítulo 3 tocar las metodologías de diagnóstico de diseño empleadas en casos de estudio homólogos e ir evaluando cada paso y estrategias planteada. Al final del capítulo 3 Gómez hace un acercamiento de una primera propuesta que posteriormente será aplicada al contexto de su estudio. En el capítulo 4 realiza un severo análisis de la cultura de diseño en las Pymes ya que esto le permite entrar en el tema de forma más específica, aquí analizó los elementos que intervienen en el proceso de vinculación, la participación de los empresarios y la necesidad de empezar a comprender la importancia del diseño. En el capítulo 5 habla ya de las estrategias de innovación y su valor en el diseño, apoyándose de algunos planteamientos teóricos.

Y finalmente en el capítulo 6 realiza la propuesta final del diseño de una metodología propia basada en otras metodologías teóricas que permita diagnosticar la intervención del diseño en las PyMes, misma que lleva el nombre de CulDiVar, lo que significa:” Cultivar el Diseño, la Innovación y el Valor en el AMCO.” (Gómez Barrera, 2010)

En el trabajo de investigación la autora toma como referencia casos de estudios de gestión y análisis de instrumentos de diagnóstico para evaluar la inserción del diseño en países desarrollados que cuenten con una cultura de diseño, a partir de los cuales va cerniendo cuales son aplicables al contexto de su caso de estudio particular, posteriormente los contrasta y desglosa.

En este trabajo se identificaron tres frentes a trabajar a modo de estrategias, esto desde la evaluación previa de las necesidades y falencias de las empresas, así como sus fortalezas y capacidades; los frentes son:

- *Reconocimiento:* En esta etapa se realiza la evacuación de las capacidades y deficiencias de cada actor interesado.
- *Formulación e innovación:* en esta fase se plantean las estrategias dirigidas tanto a empresarios como a diseñadores que permitan generar una mejor comunicación, tales como conferencias y charlas sobre casos de éxito, la creación de un banco de datos de los profesionales pestos al servicio, etc.
- *Aprendizaje y confianza:* Pretende mejorar la comunicación a través de un informe que detalle los logros alcanzados por diseñadores con el fin de promocionar sus habilidades y méritos, así como un registro del desarrollo de los conocimientos que se van logrando.

A partir de estos tres frentes expuestos buscó fortalecer el proceso de vinculación entre el diseño y la industria por medio de la implementación de las siguientes estrategias:

1. Comunicar
2. Rediseñar
3. Especializar
4. Asociar
5. Diversificar

Entonces, después de reflexionar sobre las metodologías de trabajo empleadas y los alcances conseguidos en los proyectos de carácter homólogo anteriormente referidos, es correcto enlazar a la innovación como estrategia en la metodología empleada en el planteamiento, ejecución y valoración del proyecto, en los métodos orientados a una enseñanza basada en vínculos directos con las necesidades de la industria, en la gestión y distribución de los recursos que permitan un acercamiento real entre el estudiante y las áreas de trabajo de las industrias en las cuales puedan especializarse, esto desde la reforma de los términos de pasantías, las tecnologías empleadas, etc.

Pues bien, para mejorar la generación de innovación en los procesos, se puede tomar como referencia o punto de partida los lineamientos para operar estrategias planteados por Gómez: comunicar, rediseñar, especializar, asociarse, diversificar; es

decir comunicar de manera efectiva los logros conseguidos por los estudiantes y la escuela de diseño, esto a modo de promoción dirigida a la industria para llamar la atención y crear interés, rediseñar aquellos procesos académicos para que satisfagan las necesidades de la industria, especializar al diseñador en un área específica, que por supuesto demande el entorno laboral, con esto se consigue la diversificación la cual es sumamente beneficiosa ya que evita una sobrepoblación de diseñadores genéricos y por el contrario, en conjunto con la especialización, consigue aportar a sectores específicos y potencializar el crecimiento. Y finalmente el asociarse con fábricas y empresarios en generar alianzas de trabajo conjunto con la escuela de diseño de modas, todo esto en pro de la mejora del sector.

6.3 Justificación:

Previamente, gracias al trabajo investigativo aplicado a tanto a diseñadores de modas, así como a empresarios del sector confeccionista de la ciudad de Cuenca, se pudo determinar la situación actual, así como las distintas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el proceso de inserción y relación entre diseñador e industria del medio, proceso exhaustivo que fue llevado a cabo con el objeto de reconocer y evaluar la realidad vigente a la cual se enfrentan estos dos actores de la indumentaria de moda, así como la participación de la academia, ente que actúa como formador de profesionales.

De este proceso se obtuvo, como fue ya analizado en capítulos anteriores, que, en cuanto a los diseñadores graduados de la carrera en Diseño en Textiles y Modas de la Escuela de Diseño Universidad del Azuay, de las tres últimas promociones (2015-20162017) un 69% tiene o se encuentra generando un emprendimiento, apenas un 18% trabaja de manera dependiente en alguna fábrica o taller de confección e indumentaria, mientras que un 13% no ejerce la profesión, indicativo de que la relación laboral industria-diseñador es limitada. Así pues, los mismos consideran que las áreas del conocimiento de patronaje manual, patronaje digital, confección de prototipos, control de producción, marketing y publicidad, son aquellas que mayor refuerzo requieren puesto que en su experiencia laboral hasta el momento, son estos conocimientos los que un reto mayor les han representado; mientras que las áreas de diseño, generación de colecciones, manejo de

insumos y bases textiles así como el conocimiento y aplicación de tendencias, han sido reportadas como aquellas áreas que menos refuerzo requieren, lo que ha permitido establecer un panorama claro de cuáles son los frentes desde los cuales se debería empezar a trabajar para el mejoramiento de las competencias, y consecuentemente de la inserción de los diseñadores en el medio laboral de la confección de indumentaria.

En cuanto a la industria de la confección, los dirigentes de fábricas y talleres confeccionistas en primera instancia mostraron una escasa apertura a participar del proceso investigativo llevado a cabo, lo cual se lo interpreta en una falta de colaboración ocasionada por un celo laboral, que a su vez podría traducirse en falta de apertura para el ejercicio laboral de un diseñador de modas.

De aquellas empresas que supieron colaborar, al igual que en el caso de los diseñadores, se indagó sobre la situación actual, económicamente hablando, de las mismas, obteniendo que en su mayoría los fabricantes entrevistados dicen no estar en la más estable de las posiciones, atribuyéndolo a variables propias del mercado; además se investigó sobre la percepción del diseño y el rol del diseñador como tal, obteniendo como resultado que la ideología común de la moda está ligada a las pasarelas, alta costura, y un concepto de industria primermundista, sin embargo hablando específicamente del rol del diseñador en la industria, la concepción el mismo se centra más en procesos productivos y de innovación. De igual forma, de aquellos empresarios entrevistados que han trabajado con diseñadores, supieron identificar como debilidad las áreas de patronaje manual y digital, técnicas de confección de prototipos, control de producción, mientras que las áreas de diseño y generación de colecciones, así como manejo de insumos y bases textiles fueron descritas como una fortaleza.

Pertinentemente se contrastó toda la información obtenida, determinando que efectivamente las áreas a reforzar descritas tanto por diseñadores, así como por empresarios son coincidentes, corroborando así su veracidad, y estableciendo los primeros parámetros para la creación de un plan estratégico que permita mejorar tales falencias.

Pero, ¿por qué se requiere mejorar dichas competencias, en pro de una mejora de habilidades para el diseñador de modas? Si bien se sabe que un 69% de diseñadores han optado por emprender, habría que analizar cuántos de esos emprendimientos perduran en el tiempo y significan una plaza de empleo para el diseñador de modas, mientras que apenas un 18% dice ejercer de forma dependiente, y un 13% no ejerce, mostrando así lo amplia de la brecha que separa ambos actores, a más del hecho de que solo en la ciudad de Cuenca se encuentran registrados en el Servicio de Rentas Internas SRI novecientos once contribuyentes bajo la actividad de fabricación de prendas de vestir, lo cual significa que pueden existir novecientos once oportunidades laborables tanto para los diseñadores de modas así como para las mismas fábricas de generar una producción basada en estrategias innovadoras, que se traduce en una mejora competitiva.

Entonces, como se ha dicho ya en las recomendaciones posteriores a la etapa investigativa del presente trabajo, se califica como imperante el generar lazos de vinculación entre academia y los entes que la rodean e interactúan con ella, por lo cual concebir estrategias de acercamiento entre academia-industria incrementarían de manera significativa las capacidades y competitividad de los mismos, valiéndose de la innovación en dichas estrategias. (Álvarez, Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California, 2006, págs. 1112)

La importancia de la propuesta de generar un Plan Estratégico para la vinculación de la carrera Diseño en Textiles y Moda y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca radica en la necesidad evidenciada de capacitar, informar, y posicionar sobre el rol del diseño y su aporte a fábricas y talleres confeccionistas, así como en la latente necesidad de los diseñadores graduados por mejorar sus competencias para poder ejercer de una mejor manera el diseño de modas como tal, y consecuentemente enlazar de manera integral a estos dos actores, a través de la academia, para potenciar así la capacidad creativa en una industria esencialmente productivista de indumentaria, con miras a formar una industria de moda mucho más madura. Tal propuesta beneficiará no solo al sector productivo dedicado a la confección de indumentaria, sino que también a los diseñadores tanto graduados como aquellos que se encuentran en formación, puesto que del correcto enlace se abrirán puertas para el ejercicio de la profesión.

Tal como la Dis. Silvia Zeas lo ha mencionado:

Desde la academia se debe proyectar un diseño que conozca las realidades sociales para que pueda satisfacer las mismas...en la actualidad el diseño no logra vincularse al medio productivo, industrial, mercantil, artesanal y social de forma determinante. La industria considera al diseño como un recurso de emulación, de representación, de estética y de comercialización, pero no de creación y desarrollo, innovación e investigación; se lo consume como un valor agregado, dando como resultado un profesional subvalorado, subutilizado, poco remunerado y una profesión elitista , superficial y poco necesaria, para romper este paradigma deben establecer líneas de integración y vinculación entre los profesionales del diseño y los distintos agentes sociales, construyendo y desarrollando una cultura de cooperación entre el diseño y las necesidades sociales, en los campos de la comunicación visual, la producción y la academia... para ello, es necesario consolidar proyectos y programas de vinculación interdisciplinaria entre el diseño y la sociedad que sustente y valide el accionar del diseño como respuesta a las necesidades del contexto. (Zeas, 2016, pág. 22)

Por ello el proyecto de vinculación se lo propondrá desde la academia, con la finalidad de tener un alcance no solo en los diseñadores ya graduados que ejercen, sino en la enseñanza de aquellos diseñadores en formación, para así lograr que las futuras generaciones consigan una mejor inserción en el medio laboral, así como que los diseñadores actuales más los miembros de la industria de la confección participen de los programas propuestos desde la universidad convirtiéndose en beneficiarios directos.

6.4 Objetivos:

6.4.1 General:

Desarrollar un Plan Estratégico que permita la vinculación de la carrera de Diseño en Textiles y Modas ofertada por la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca.

6.4.2 Específicos:

- Identificar los factores que intervienen en la interacción entre diseñador de modas e industria confeccionista.
- Realizar un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de los factores.
- Proponer estrategias de innovación para vincular a los beneficiarios del proyecto.

6.5 Análisis de factibilidad:

6.5.1 Política:

Tomado de la constitución de la república del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2007-2008):

Título VII Régimen del Buen Vivir

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales. El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman.

De acuerdo con la ley establecida por la República del Ecuador para el régimen del Buen Vivir tal como se ha citado en los artículos 385 y 386, se aborda el desarrollo de la innovación en pro de un impulso a la producción nacional, así como que el sistema para tal desarrollo deberá ser comprendido por instituciones del estado tales como universidades, ya sean de carácter público o privado, atendiendo a la razón del desarrollo de la innovación.

En este sentido el proyecto empieza a enmarcarse en un marco de factibilidad puesto que su pilar será el desarrollo de estrategias de innovación que permitan potencializar el desarrollo del sector productivo de la confección de indumentaria, apoyándose de la gestión que se pueda realizar desde la academia, en este caso la Universidad del Azuay.

Del Plan del Buen Vivir:

Como se había ya analizado en capítulos anteriores el plan del buen vivir ha sido la base para fomentar el accionar del actual Plan Nacional de Desarrollo, puesto que en este se encuentran especificadas las bases que edifican el gobierno actual, por ello la importancia de destacar las leyes dictadas por este mandato estatal, mismo que busco generar entornos sanos prevaleciendo el bienestar del capital humano, proyectando siempre la transferencia de conocimientos, así como el desarrollo de tecnologías, todo esto en pro del desarrollo de los sectores priorizados, entre los cuales se encuentra la industria de la confección.

De entre sus objetivos para el plan de acción se destacaron los siguientes enunciados por su pertinencia con el presente trabajo investigativo:

Del objetivo cuarto (SENPLADES S. N., 2013, pág. 79):

Objetivo 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía:

- **4.3** Promover espacios no formales y de educación permanente para el intercambio de conocimientos y saberes para la sociedad aprendiente.
- **4.6** Promover la interacción recíproca entre la educación, el sector productivo y la investigación científica y tecnológica, para la transformación de la matriz productiva y la satisfacción de necesidades.
- **4.7** Promover la gestión adecuada de uso y difusión de los conocimientos generados en el país.
- **4.9** Impulsar la formación en áreas de conocimiento no tradicionales que aportan a la construcción del Buen Vivir. (SENPLADES S. N., 2013, pág. 61)

De los objetivos octavo y noveno (SENPLADES S. N., 2013, pág. 76):

Objetivo 8.- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible:

- **8.10** Articular la relación entre el Estado y el sector privado

Objetivo 9.- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas:

- **9.1** Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.
- **9.5** Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral.

Objetivo 10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva:

- **10.1** Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.
- **10.3** Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.
- **10.5** Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva.
- **10.9** Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructuras más equitativas de generación y distribución de la riqueza. (SENPLADES S. N., 2013, pág. 80)

Pues bien, el desglose de estas políticas planteadas desde el Gobierno Nacional corroboran la factibilidad del proyecto que se plantea, puesto que el mismo busca fortalecer las capacidades tanto de diseñadores como de fabricantes, generar espacios permanentes de intercambio de conocimientos, lo que significa promover una constante interacción que sea de carácter recíproco entre la academia e industria, *educación-sector productivo* como se lo describe en el objetivo 4, todo esto con la clara intención de fortalecer el sistema de formación actual de los diseñadores, así como las capacitaciones que se pudiesen impartir a los distintos actores del medio, para así generar ese valor agregado que le hace falta a la industria confeccionista, fortaleciendo de esta manera la economía de MiPymes, así como la transformación de la matriz productiva del país.

Del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO:

Obedeciendo a su principio de acción, desde este Ministerio se busca la vinculación permanente de los distintos actores de la industria ecuatoriana, desde artesanos a medianos industriales, lo cual permite generar un adecuado y constante intercambio tanto de tecnologías como de conocimientos lo cual se espera se traduzca en el afianzamiento de los distintos sectores de la industria.

Así pues, se derivan los siguientes objetivos y políticas, pertinentes con la presente investigación (Ministerio de Industrias y Productividad M., s.f):

- Incrementar la calidad de la producción industrial y sus servicios conexos.
- Incrementar las oportunidades de asociatividad para fortalecer su capacidad de gestión y negociación.
- Incrementar las oportunidades para generar diversificación, valor agregado, y nueva oferta exportable.
- Diseñar políticas públicas bajo un enfoque integral y holístico, que permita la articulación del sector público y privado en el fomento de la producción.

En este sentido, la factibilidad del proyecto de vinculación a proponer se ve respaldada por los lineamientos de esta entidad pública, puesto que el mismo contempla dentro de sus alcances el conseguir mejorar la calidad de los productos que se confeccionan desde el sector gracias al aporte e intervención idóneo del diseñador y el diseño como valor agregado, así como promover la asociatividad entre los distintos actores del mercado con el fin de fortalecer distintas competencias que permitan a su vez generar especialización de las diferentes áreas y la diversificación de productos, lo cual eventualmente fomentara la producción de la industria confeccionista de la ciudad.

De la Universidad del Azuay:

Esta institución de educación superior habla dentro de su misión sobre su compromiso por formar profesionales con un carácter crítico, ético dirigido al servicio de la sociedad y el desarrollo integral de la misma, para ello trabaja hacia la vinculación desde diferentes líneas de acción, aquellas pertinentes con la investigación se mencionan a continuación (Universidad del Azuay, s.f.):

- **Educación continua:** Línea de acción referida a los procesos de capacitación no formal que respondan a las necesidades de diversos sectores de la sociedad, incluye: capacitación enmarcada en proyectos específicos de apoyo; formación de expertos, como alternativa de mejoramiento y profesionalización; actualización profesional. Busca afianzar las alternativas de superación de la población en general y actualizar conocimientos en profesionales, fortaleciendo el enfoque integral de vinculación educativa.
- **Servicios y asesoramiento:** Línea de acción tendiente a impulsar la ejecución de programas de vinculación con la colectividad, relacionados con los dominios académicos institucionales, que se encuentren dirigidos al uso, aplicación y explotación del conocimiento y otras capacidades existentes en la Universidad, fuera del entorno académico.

Para lo cual se plantea los siguientes objetivos y políticas, descritos respectivamente:

Objetivos:

- Afianzar las alternativas de superación y actualización de los profesionales y de población en general, fortaleciendo un enfoque integral de vinculación educativa
- Promover el desarrollo de actividades tendientes a lograr la formación integral de los estudiantes, mediante la ejecución de prácticas pre profesionales y pasantías
- Impulsar la ejecución de planes de vinculación con la sociedad, direccionados al desarrollo local
- Interactuar con la sociedad a través de la difusión de los resultados que se alcancen en los procesos académicos, de investigación o de innovación tecnológica

Políticas:

- Articular las fortalezas académicas para atender de manera permanente y sostenida las necesidades del entorno social especialmente de los sectores más vulnerables con el fin de impulsar el desarrollo socio-económico de la región y el país.
- Integrar las funciones universitarias, docencia, investigación y vinculación a través de proyectos de Extensión Universitaria.
- Dar un mayor impulso la autogestión en el financiamiento de los diferentes programas y proyectos de Extensión Universitaria, complementaria a los fondos que se asignen del presupuesto de la Institución a la Función de Vinculación.
- Proyectar la función de vinculación a través de la difusión y socialización interna y externa de las principales acciones institucionales en el tema de vinculación a través de los medios internos y externos de medios de comunicación.
- La Unidad de Vinculación persigue la consolidación del desarrollo institucional a través de convenios de Cooperación Interinstitucional con organizaciones, instituciones.
- Fomentar de manera primordial la participación de profesores a través de asignación de horas y la participación de estudiantes en el marco de las estructuras académicas para la ejecución de proyectos de vinculación.
- Propender a que la participación de los estudiantes aporte a la profesionalización del mismo y al conocimiento sobre la realidad social y cultural de la región y del país.

Entonces, desde la Universidad del Azuay, como Institución y acorde a sus lineamientos en cuanto a vinculación se refiere, la pertinencia del proyecto propuesto se asienta sobre un escenario ciertamente factible, en vista de que la Universidad, y por ende las distintas facultades y escuelas, buscan afianzar el conocimiento a partir de capacitaciones, la actualización y mejora de competencias, el desarrollo de actividades en pro de una formación integral para los estudiantes así como el impulsar planes de acción

que permitan mejorar la vinculación con la sociedad, lineamientos que encajan con el sentido del Plan Estratégico a proponer, con el cual se pretende diversificar y potencializar los conocimientos que se les entrega a los diseñadores en formación, así como la actualización de conocimientos dirigidos hacia la especialización para los diseñadores que ejercen ya como profesionales de la moda posterior a su graduación.

Tal como se lo ha mencionado anteriormente, el articular competencias académicas en pro de la satisfacción de necesidades identificadas en el entorno social es una de las políticas de la Universidad del Azuay, y en este aspecto, luego de haber realizado el proceso investigativo aplicado a fábricas y talleres del sector confeccionista de la ciudad de Cuenca, se han identificado necesidades y carencias propias de la industria, a las cuales la academia puede atender proponiendo estrategias desde las funciones universitarias de docencia e investigación, así pues, desde la ejecución de las estrategias de innovación trazadas en el Plan Estratégico se promoverá la participación de profesores y de estudiantes desde una posición académicas para la ejecución de proyectos de vinculación, contribuyendo así a la mejora de las competencias profesionalizantes del alumno, como al conocimiento y capacitación del sector industrial.

6.5.2 Tecnológica:

El carácter del proyecto se lo desprende de un sentido más académico-teórico, puesto que principalmente generará sus líneas de acción desde la formación, capacitación, y potencialización de conocimientos. Sin embargo, es importante conocer con qué recursos de orden tecnológico se dispone para la ejecución de las líneas de acción a proponer.

La Facultad de Diseño, Escuela de Diseño en Textiles y Moda cuenta con TEXLAB, laboratorio académico y de investigación desde el cual busca un constante desarrollo de procesos y proyectos que permitan potencializar la relación enseñanza-aprendizaje. El laboratorio trabaja desde dos frentes, el académico y el del sector productivo, puesto que constantemente proyecta, propone y ejecuta programas de

vinculación desde las prácticas pre profesionales, así como de apoyo y acompañamiento a fábricas y talleres.

TEXLAB identifica como objetivo el establecer una vinculación estrecha con el sector productivo, para lo cual ofrece servicios de apoyo en la cadena productiva de la fabricación de indumentaria y de moda, pretendiendo así aportar en el fortalecimiento del crecimiento de la industria. Para ello desde el laboratorio se ofertan servicios a MiPymes confeccionistas, sin crear algún tipo de competencia desleal, puesto que lo hace desde la promoción del diseño y la innovación, así como la prestación de servicios de carácter tecnológico. (Azúay, Texlab, 2018)

Dentro de la tecnología y maquinaria con la que cuenta el laboratorio se encuentra un laboratorio de computación, un área de confecciones equipada con maquinaria básica y especializada para la confección de prendas livianas en tejido plano y/o de punto, un área de calzado equipado para el proceso completo de la fabricación del mismo, software de patronaje digital y su correspondiente equipo para cubrir con todos los procesos necesarios para una producción industrial, tales como digitalización, escalado e impresión de patrones.

Esta tecnología, maquinaria y espacio físico, así como el acompañamiento y asesoría del personal capacitado de TEXLAB se encuentra a disposición de los alumnos de la carrera de Diseño en Textiles y Modas, puesto que como se mencionó ya, uno de los objetivos es generar espacios de aprendizaje, y en vista de que otro de sus objetivos es potencializar la vinculación y el aporte al sector productivo de la confección, la factibilidad del proyecto de generar un plan estratégico para la vinculación de ambos actores, se ve apoyada por la existencia de este espacio físico, así como de la maquinaria y tecnología existente en el laboratorio, mismo que está a disposición de la carrera.

Dentro de las estrategias a proponer, se ha identificado como frente a intervenir la necesidad por afianzar ciertos conocimientos de los diseñadores, tales como la confección de prototipos y manejo de técnicas textiles, para lo cual se podría necesitar maquinaria de confección tanto básica como especializada, siendo en este punto la infraestructura de TEXLAB un aporte significativo.

Sin embargo existe tecnología con la que el laboratorio no cuenta, y que es poseída por distintas fábricas y talleres, misma que puede variar sobre todo por la índole del producto que las mismas produzcan, en este aspecto, en la fase investigativa se indago sobre el niveles de participación y apertura de las empresas entrevistadas para realizar acciones de transferencia de conocimientos tales como recorridos académicos, conversatorios, prácticas, etc. que permitan que el alumno tenga un acercamiento y que pueda conocer de cerca el funcionamiento y las diversas opciones que la tecnología del sector productivo le otorga al diseño, pues bien, en este aspecto se pretende tener una cobertura amplia de la tecnología existente tanto en la academia como en la industria en pro de ampliar los conocimientos y competencias de los diseñadores en formación, así como de aquellos talleres de confección que quizá por su tamaño no conocen, manejan o disponen de cierta tecnología.

6.5.3 Organizacional:

La organización del proyecto deberá de derivar desde las instancias superiores a subalternas dentro de la academia, siendo, así pues:

- Primer gestor directo: Universidad del Azuay, desde el departamento de vinculación en conjunto con la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, desde donde el proyecto deberá ser analizado y aprobado para su ejecución.
- Segundo gestor directo: Escuela de Diseño en Textiles y Moda-Junta académica, quienes dispondrán los docentes y/o personal idóneo para la participación y ejecución de las líneas de acción propuestas dentro del Plan Estratégico.
- Tercer gestor directo: Instituciones públicas tales como Cámara de la Pequeña Industria del Azuay CAPIA, Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO de la ciudad de Cuenca, así como gremios, asociaciones y clústers que tengan la apertura a participar, desde los cuales se pueda gestionar la participación de la industria confeccionista en el plan de acción, así como mantener una constante evaluación de las necesidades del sector.

Así mismo, una vez determinado el orden de trabajo y los colaboradores, se procede a direccionar el trabajo hacia los beneficiarios del mismo, como gestores indirectos, descritos a continuación:

- Estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, de los distintos niveles de formación, mismos que serán referidos y focalizados según el nivel de conocimientos en el cual se encuentran para la determinación de las actividades en las cuales pueden ir participando.
- Diseñadores en textiles y modas graduados de la Universidad del Azuay que mantengan el interés de mejorar sus competencias, especializar sus conocimientos, para lo cual se dependerá del levantamiento de la apertura y participación.
- Industriales dedicados a la fabricación de indumentaria, sin distinción del tamaño de la empresa, es decir de micro a gran contribuyente, puesto que cada tipo de fábrica será parte sustancial para la ejecución de las distintas estrategias planteadas.

El trabajo será planteado, dirigido y comunicado en primer plano desde la academia para así tener el respaldo de una institución de prestigio, así como el alcance comunicativo de la misma; de igual forma el proyecto deberá ser difundido desde entidades públicas de especialidad asociativa o de trabajo en pro del sector de la confección puesto que las mismas pueden poner el proyecto en conocimiento en distintas mesas sectoriales para su difusión.

El orden de ejecución será descendiente, pero se amplificará a nivel que avance su ejecución, puesto que se pretende vincular a la mayor cantidad de actores del medio, para así propender a lograr alcances más amplios y realistas. Inicialmente se contactará a aquellos diseñadores y empresarios que en la fase investigativa mostraron apertura a la participación en este tipo de programas, mientras que desde la academia se espera contar con la participación integral del personal que labora en la misma, así como del alumnado en formación.

6.5.4 Económico-financiera:

Como se había ya analizado en capítulos anteriores del presente trabajo investigativo, el sector de la confección ocupa el tercer puesto en el ranking de las industrias manufactureras a potencializar en el cambio de la matriz productiva, puesto que este sector se ubica como el segundo en generar empleo en el país con más de 174.000 plazas de empleo, además de generar encadenamientos con más de 33 sectores productivos. Tal como se menciona en el reportaje “Sector textil confección” de la revista Ekos, esta es una de las industrias manufactureras más importantes del país no solo por las plazas de trabajo que promueve, sino que aporta significativamente al dinamismo económico del país ya que actualmente, de acuerdo a los últimos balances, el sector textil ecuatoriano representa el 6% del PIB de la industria. (Ekos, 2017)

Así mismo, entrando un poco más en tema de cifras, se puede corroborar la importancia del sector para la economía del país observando los valores en materia de exportación que el mismo aporta, según como son descritos en el último boletín de estadísticas de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE que reporta las cifras de esta actividad con corte a mayo del 2018, descrito en la siguiente tabla:

EXPORTACIONES 2018 (a mayo) POR TIPO DE PRODUCTO		
TIPO DE PRODUCTO	TON	FOB M\$
Materia prima	222,448	191,357
Hilado	743,698	2.823,203
Tejido plano	2.396,133	13.829,194
Tejido de punto	63,548	261,632
Prenda de punto	304,594	5.411,748
Prenda, exc. de punto	136,519	2.020,763
Ropa Hogar	95,080	600,789
Alfombras, tapices	1,162	54,456
Prod. Especial	405,909	1.097,691
Prenderia, trapos	142,543	41,708
Otros usos	6.226,876	14.634,874
Total general	10.738,509	40.967,414

Tabla N29: Exportaciones por tipo de producto a mayo 2018. Sector textil y confección. Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE (2018)

En el año 2016, desde la AITE se planteó como objetivo el generar un crecimiento en las exportaciones textiles, marcando USD 350 millones como la cifra que se espera alcanzar hasta el año 2022 en este rubro, para lo cual desde la asociación buscan fomentar el crecimiento en las ventas internacionales a través de una mejora substancial en la calidad de los productos que se ofertan, a más de buscar estrategias de índole política y económica con entidades como el Ministerio de Comercio Exterior y el Servicio Nacional de Aduana Senae.

Sin embargo, tal como consta en la Ficha Sectorial con corte a febrero del 2018 elaborada por la Corporación Financiera Nacional, si se hace un balance de cómo se ha visto la situación económica del sector textiles desde el año 2013, se muestra que la participación en el PIB de la misma ha tenido una tendencia a la baja, como se indica a continuación:

Año	Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero (Millones USD, 2007)	PIB Total (Millones USD, Participación 2007)	
2013	604	67.546	0,89%
2014	607	70.243	0,86%
2015	598	70.354	0,85%
2016	581	69.321	0,84%

Tabla N30: PIB del sector. Actividad Fabricación de productos textiles.

Fuente: Corporación Financiera Nacional-Subgerencia de análisis e Información (2018)

Así como en el caso de las exportaciones, mismas que según este reporte, desde el año 2014 han estado en decremento, tanto en el valor (FOB) como en volumen (TON).

Año	TON (Millones)	FOB Millones USD	Valor Tonelada Promedio USD
2013	24,07	83,48	3,47
2014	23,22	80,03	3,45
2015	20,52	64,15	3,13
2016	21,78	66,57	3,06
2017	17,80	60,13	3,38
TOTAL	107,39	354,37	3,30

Tabla N31: Exportaciones nacionales del sector 2013-2017.

Fuente: Corporación Financiera Nacional-Subgerencia de análisis e Información (2018)

Entonces, se puede denotar que a pesar de que el sector textil y de confecciones es uno de los que más empleo genera en el país, así mismo sus niveles de crecimiento como de participación internacional son deficientes, problemática que preocupa a autoridades e industriales del sector, mismas que han empezado a buscar rutas de solución para mejorar la capacidad competitiva en el mercado, tales como alianzas de comercio exterior, mejorar en tasas arancelarias, etc.

En este sentido la participación del diseño como estrategia se ha hecho presente, muestra de ello ha sido la intervención de Carlos Stowhas, director de Designer Book, plataforma que impulsa el diseño de modas en el país desde el año 2009, quien tras reconocer la falta de un valor agregado en la producción textil y confeccionista local, ha propuesto la posibilidad de desarrollar marcas nacionales con contenido y apoyadas desde el diseño de modas, para así dotar de este valor agregado a la producción nacional, recalcando que el diseño permitirá el realce de la competitividad de los productos de índole de confección de indumentaria, puesto que la innovación retroalimentaría al sector permitiéndole desarrollar nuevas estrategias de asociativismo y colaboración conjunta entre distintos sectores, tales como el artesanal e industrial, así como el fortalecimiento de la aplicación de tecnologías. (Diario el Universo, 2017)

Queda pues así demostrada la factibilidad y sobre todo la importancia de emprender un Plan Estratégico que permita vincular de mejor manera el diseño de modas con el sector de la confección, puesto que la industria requiere generar estrategias para renovar su competitividad en la región, consecuentemente mejorar su economía, y el

diseño es ya reconocido en instancias incluso gubernamentales como el punto de partida para la innovación que la industria requiere.

6.5.5 Socio-Cultural:

La concepción del diseño en el Ecuador se la podría comparar con una dualidad de pensamientos, ya que se identifican criterios contrapuestos constantemente, incluso entre aquellos que son actores de la industria y se cree deberían estar bien relacionados con la definición y el rol del diseño.

A nivel país, desde instituciones públicas como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, se han emprendido varios proyectos para el apoyo y desarrollo del diseño, tales como la creación de la Cámara de Diseño del Ecuador, creada en septiembre del año 2015 bajo la premisa de ser una entidad vocera de las necesidades, intereses, opiniones e iniciativas recolectadas desde los diseñadores a partir de su experiencia y criterio, esto con el fin de fomentar la participación del diseño dentro de políticas públicas que posicionen al mismo como una herramienta sobresaliente para el cambio de la matriz productiva que se busca desde el Plan del Buen Vivir. Desde esta organización se ha venido trabajando en la formación continua de los diseñadores a través de la oferta de charlas, conferencias y capacitaciones recurrentes, así como el levantamiento de información de la situación actual de los diseñadores ecuatorianos para lo cual ha emprendido un estudio nacional sobre la demanda de capacitación y actualización de diseño. (El Telegrafo., 2015)

Otro de los proyectos emprendidos desde el Ministerio de Cultura y Patrimonio es el Encuentro Internacional de Diseño denominado CROMÍA, mismo que se lo realiza anualmente desde el año 2013 en distintas ciudades del Ecuador, con el objeto de promover ámbitos culturales, creativos, emprendimientos, etc. por medio del contacto a profesionales de estas áreas, siendo esta una plataforma para visibilizar el diseño en todas sus esferas, entre ellas el diseño de modas. Lo hace a través de talleres y conferencias dictadas por profesionales creativos nacionales y extranjeros que destaquen por su recorrido profesional y que signifiquen un referente para el trabajo vinculante entre

instituciones públicas y privadas emparentadas al diseño del país. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017)

Pues bien, si se analiza esta serie de proyectos emprendidos desde instancias gubernamentales en pro de la inserción y desarrollo del diseño, y diseño de modas específicamente en el Ecuador, y así mismo por ende sus diferentes provincias y ciudades, se podría rescatar que existe el deseo de fomentar una cultura más abierta a las oportunidades que se pueden plantear desde el diseño, y a abrir más canales participativos para un constante desarrollo y crecimiento formativo de los diseñadores del país. Sin embargo, si se asienta el tema de manera más específica sobre el contexto de la relación concepción diseño-industria confeccionista en el entorno de la ciudad de Cuenca, sitio del presente estudio, la realidad es otra.

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas efectuadas en la fase investigativa, aplicadas a los diseñadores de modas que ejercen ya en un ámbito profesional, se indago sobre si consideraban que el sector valoriza el rol del diseñador de modas obteniendo que 73% de ellos consideran que NO, mientras que un 27% dice considerar que SI. Sobre estas respuestas se pidió que justificasen las mismas, obteniendo que de aquellos que creen que el medio NO valoriza el diseño lo atribuyen a la falta de conocimiento del valor del diseño por parte de los dueños de fábricas o talleres, a la competencia desleal tanto por parte de no profesionales en el área que ofertan los mismos servicios a un menor precio, así como a la copia y replica, y finalmente al hecho de que la paga ofertada es baja para la cantidad de trabajo que se espera que el diseñador desempeñe. En este sentido es fácil de identificar que el nivel de desconfianza del diseñador de modas hacia el sector industrial de la confección es alto, lo cual limita las posibilidades de un crecimiento industrial basado en el diseño, que, como se ha deliberado ya numerosas veces, es substancial para un correcto desarrollo de la industria.

Entonces la factibilidad de generar estrategias en pro de la correcta vinculación entre academia-diseño-industria es real, y más que eso resulta ser muy pertinente para establecer líneas de acción hacia una industria de la confección de carácter multidisciplinaria e integral.

6.5.6 Legal:

Discernir las oportunidades legislativas para la ejecución de un Plan Estratégico para la Vinculación como se ha venido planteando es fundamental, por ello a continuación se mencionan algunas de las leyes que por su naturaleza amparan la posibilidad de la ejecución del proyecto a plantear.

La Ley Orgánica de Educación Superior LOES es la máxima legislación que regula todo el sistema de educación superior del país, en la misma se determina deberes y obligaciones, así como derechos y sanciones en función del correcto desempeño de la educación superior en el Ecuador. A continuación, aquellas leyes en las cuales se ve acogido el desarrollo de un plan estratégico para la vinculación de la academia con la industria. (Presidencia de la República, 2010, págs. 5-8):

LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

TÍTULO I

ÁMBITO, OBJETO, FINES Y PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CAPÍTULO 2

FINES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior. - La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas.
- h) Contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria.

Art. 11.- Responsabilidad del Estado Central. - El Estado Central deberá proveer los medios y recursos únicamente para las instituciones públicas que conforman el Sistema de Educación Superior, así como también, el brindar las garantías para que las todas las instituciones del aludido Sistema cumplan con:

e) Promover y propiciar políticas públicas que promuevan una oferta académica y profesional acorde a los requerimientos del desarrollo nacional.

CAPÍTULO 3

PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 13.- Funciones del Sistema de Educación Superior. - Son funciones del Sistema de Educación Superior:

i) Incrementar y diversificar las oportunidades de actualización y perfeccionamiento profesional para los actores del sistema;

Art. 15.- Organismos públicos que rigen el Sistema de Educación Superior. - Los organismos públicos que rigen el Sistema de Educación Superior son: a) El

Consejo de Educación Superior (CES): y,

b) El Consejo de Evaluación. Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

El Consejo de Educación Superior del Ecuador CES, habla de la vinculación entre la sociedad y la educación continua, haciendo referencia a todos los programas de educación, investigación, desarrollo que respondan a las necesidades del desarrollo tanto local como regional y nacional, mismos que impulsan el desarrollo y la vinculación desde los entes Educativos Superiores. En cuanto a la vinculación académica se pueden mencionar los siguientes artículos (CES, 2013) :

CAPÍTULO 11

EDUCACIÓN CONTINUA, VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y FORMACIÓN DOCENTE

Artículo 82.- Vinculación con la sociedad y educación continua. - La vinculación con la sociedad hace referencia a los programas de educación continua, investigación y desarrollo, y gestión académica, en tanto respondan, a través de proyectos específicos, a las necesidades del desarrollo local, regional y nacional. Las instituciones de educación superior deberán institucionales específicas para planificar y coordinar la generar proyectos de interés público.

CAPÍTULO 111

PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y PASANTÍAS

Artículo 88.- Prácticas pre profesionales. - Son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que un estudiante debe adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión. Estas prácticas deberán ser de investigación-acción y se realizarán en el entorno institucional, empresarial o comunitario, público o privado, adecuado para el fortalecimiento del aprendizaje. Las prácticas pre profesionales o pasantías son parte fundamental del currículo conforme se regula en el presente Reglamento. Cada carrera asignará, al menos, 400 horas para prácticas pre profesionales, que podrán ser distribuidas a lo largo de la carrera, dependiendo del nivel formativo, tipo de carrera y normativa existente. El contenido, desarrollo y cumplimiento de las prácticas pre profesionales serán registrados en el portafolio académico. En la modalidad de aprendizaje dual las prácticas en la empresa o institución de acogida corresponden a las prácticas pre profesionales.

De igual manera dentro los estatutos de la Universidad del Azuay-Facultad de Diseño, existe el reglamento para la ejecución de las prácticas pre profesionales pasantías que datan lo siguiente (Universidad del Azuay, 2012):

CAPÍTULO I

NATURALEZA DE LAS PRÁCTICAS O PASANTÍAS PRE PROFESIONALES.

Artículo. 1 Las actividades de vinculación con la colectividad y las prácticas o pasantías pre profesionales, en los campos de su especialidad son un componente educativo constituido por actividades inherentes al fortalecimiento y puesta en práctica de los conocimientos programáticos; van de acuerdo al avance progresivo de la formación profesional y de las competencias desarrolladas por el estudiante y lo relacionan con el contexto de su carrera. Las prácticas o pasantías pre profesionales constituyen el conjunto de actividades en las que el alumno obtendrá experiencia práctica, a través de una vinculación a instituciones públicas o privadas, orientadas al servicio a la comunidad y al logro del perfil profesional de las carreras que oferta la Universidad del Azuay. Las prácticas o pasantías pre profesionales también podrán realizarse en la Universidad, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 6, literal a), de este reglamento.

Art. 11 El pasante podrá realizar las prácticas o pasantías pre profesionales en los centros de la Universidad o en una o varias entidades u organismos receptores. Los horarios de las prácticas o pasantías pre profesionales se fijarán de común acuerdo entre las partes, entidades u organismos receptores, pasante y la Junta Académica de la Escuela correspondiente, sin perjuicio de las labores académicas de la Universidad.

Art. 21 La Universidad del Azuay procurará la creación en todas sus Facultades de unidades destinadas a prestar servicios a la comunidad, que beneficien fundamentalmente a sectores rurales y marginados de la población, en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas, en la que sus estudiantes realicen prácticas o pasantías pre profesionales.

Entonces, en función de estas leyes y estatutos descritos, se puede aseverar que la factibilidad de la ejecución de un plan estratégico para la vinculación entre la academia, carrera en diseño en textiles y modas, con el sector industrial de la ciudad de Cuenca dedicado a la confección de indumentaria, es posible, puesto que se ampara en las estipulaciones dictadas por organismos superiores para el correcto desarrollo y funcionamiento de la educación superior así como de su constante aporte a la sociedad en pro del desarrollo sectorial del país.

6.6 Fundamentación teórico-científica:

6.6.1 La Innovación:

Empezando por un concepto básico, se puede recurrir a la Real Academia de la Lengua según la cual la palabra vinculación se refiere a encadenar, enlazar, generar un vínculo con algo. (RAE, 2018)

En un sentido más específico se puede definir al término innovación de varias formas:

- Transformación de un producto o servicio para su mejora substancial.
- Proceso que puede ser aplicado a un modelo operativo, así como a un servicio social, es decir no tiene límite de aplicabilidad, siempre y cuando responda a la necesidad de una mejora.
- Crear o modificar algo existente, transformar en valor una oportunidad de mejora, introduciendo un cambio en un sistema de referencia.

- El resultado de la movilización de recursos, habilidades, conocimientos, capacidades y destrezas hacia el diseño de nuevos productos, servicios y/o procesos.
- Es la extensión de una invención, un proceso continuo mas no un resultado final.

En resumen:

INNOVACIÓN = OPORTUNIDAD DE MEJORA

Pues bien, hoy en día la innovación debe ser vista como una necesidad, un elemento esencial para la mejora de cualquier situación independiente de su índole, ya que el constante cambio y evolución del mundo obliga a vivir en una inquebrantable transformación. El motor gestor de buscar la innovación en un producto o servicio es la preponderancia de satisfacer necesidades identificadas en el medio.

La generación, selección e implementación de ideas es la columna vertebral del proceso de transformar ideas en valor para la organización y los consumidores, el cual se inicia con la generación de ideas, pasando por un tamizaje de viabilidad, hasta la implementación de un nuevo, o significativamente mejorado: producto – bien o servicio-, proceso, esquema de mercadeo o estructura organizacional de la empresa. (García Gonzalez, 2012)

La aplicación más frecuente de esta palabra relaciona sectores productivos, entre si, donde los servicios que brindan permiten que se beneficien unos de otros y viceversa, en pro de una mejora económica, productiva o comercial. No obstante, existen otras aristas de la vinculación de gran importancia y que no deberían ser pérdidas de vista, ésta además actúa como herramienta principal para los procesos de interrelación. La concordancia de la vinculación depende de y debe ser bidireccional, entre sujeto y objeto, y viceversa.

6.6.1.1 Clasificación de la Innovación:

Partiendo desde el precepto de que innovar es todo cambio aquel en el cual, tras integrar conocimiento con desarrollo en pro de la solvencia de una necesidad identificada, es preciso indagar también sobre la tipología de la innovación, puesto que, las nuevas ideas que se generen tendrán una procedencia específica acorde al contexto en el cual se las va a aplicar, esto como parte de la provisión de una mejora significativa en servicios o productos.

Entonces, para que la innovación llegue a tener un impacto positivo y genere los resultados esperados, se debe de considerar la naturaleza de los elementos, factores y variables que incidirán en el proceso, para así gestionar las vías de ejecución de la manera más adecuada (Meliá, 2005). En este sentido, se ha clasificado a la innovación en las tipologías mencionadas a continuación:

Por tipología:

- **De Bienes o Servicios:** Cuando la innovación debe ser introducida en características específicas, tales como forma, color, función, etc.
- **De Procesos:** Cuando los cambios a generar se dan en todos aquellos procesos, como su nombre lo indica, o sistemas de función, distribución, calidad, logística, etc.
- **De Comercialización:** Cuando la innovación intervendrá en cualquiera de las 4P (Producto, Precio, Plaza, Promoción), para mejorar los mecanismos actuales de mercadotecnia y que contribuya a la mejora y/o posicionamiento del bien o servicio.
- **De métodos organizacionales:** coligadas a la ejecución de nuevos métodos en las procesos y técnicas de la empresa, en su distribución o en la forma en que se gestionan

las relaciones externas de la misma. (González Candía, García Coliñanco, Lucero Caro, & Romero Hernández, 2014)

Según la novedad de los resultados:

- **Gradual:** El resultado de la innovación se da progresivamente, puesto que la modificación, mejora o simplificación requiere de tiempo para su consolidación.
- **Radical:** La introducción de nuevos productos o servicios causan cambios drásticos en la industria u organización en la cual se los introduce.
- **Puntera:** Los resultados toman por sorpresa a los usuarios, son sucesos escasos que provienen de la perspicacia, es decir, cubren necesidades que ni siquiera se habían identificado. Suelen ser de índole científica y/o tecnológica. (García Gonzalez, 2012)

Según la estrategia de la innovación:

- **Estrategia ofensiva:** Busca entrar con alta competitividad y liderazgo al medio en el cual se efectúe la innovación, generalmente se da en la introducción de nuevos productos en un mercado.
- **Estrategia defensiva:** En este caso el nivel de riesgo comparada con la estrategia anterior es menor, lo que se hace es buscar la introducción de productos o servicios nuevos, pero sin ser los pioneros.
- **Estrategia imitativa:** Como su nombre lo indica, se trata de imitar procesos realizados ya por alguien más, sin correr el riesgo de la incursión y si de disfrutar las ventajas que se pudiesen obtener.
- **Estrategia dependiente:** Esta estrategia tiene un carácter de subordinación, realiza acciones de índole imitativa puesto que se atiene a las disposiciones de otros.

- **Estrategia tradicional:** En este caso la motivación para hacer cambios o buscar la innovación no tiene que ver con el estudio o descubrimiento de una necesidad a satisfacer.
- **Estrategia de oportunidad o nicho:** Esta se basa en identificar una necesidad, pero dentro de un nicho, misma que será cambiante a corto plazo por lo cual de ser detectada se debe plantear la innovación de manera oportuna. (Conca Flor & Molina Manchón, 2000)

6.6.1.2 Hacia una cultura de la innovación:

La función del Gobierno:

Partiendo del hecho de que la innovación es un elemento clave al momento de hablar de desarrollo y crecimiento en pro de la competitividad, este precepto es aplicable en diversas aristas de la sociedad. La economía, el intercambio cultural, la globalización, son conceptos que se llevan de la mano con la innovación continua sobre todo visto desde una mirada gubernamental, puesto que sortear estos escenarios de manera eficiente requieren estrategias efectivas, estrategias innovadoras. “La función de la Administración consiste en allanar el camino para que la innovación pueda tener lugar” (Bankinter, 2010, pág. 6) mostrando así la importancia de una correcta gestión desde instancias gubernamentales, ya sean estas de carácter local, nacional o regional, siempre y cuando las directrices que se vayan proponiendo estén basadas en un estudio de las necesidades desprovistas del sector.

El papel que los gobiernos cumplen en favor del desarrollo de las sociedades, es esencialmente el impulso de políticas, agendas nacionales, escenarios de progreso, que significan ventanas abiertas al emprendimiento, desarrollo y crecimiento de los distintos sectores económicos, es por ello que el papel del gobierno al momento de hablar de la innovación nacional es fundamental. De las leyes y políticas definidas desde los

gobiernos muchas empresas, o sectores de la sociedad encontrarán el apoyo o las vías hacia un crecimiento sostenible de sus proyectos.

Así pues, en el contexto del sector de la confección, el impulso que se pueda dar desde instancias gubernamentales resultarán de ayuda para el progresivo crecimiento que se busca, tras fomentar el emprendimiento y la especialización del sector, el gobierno igualmente deberá ser el responsable de evaluar los resultados que se fueran consiguiendo para corregir y mejorar.

La innovación en las Pymes:

Como se dijo ya, la innovación es parte crucial al momento de hablar de desarrollo y crecimiento, y en el caso de las Pymes, este crecimiento deberá de ser económico para que a la par se puedan dar otro tipo de progresiones. En este sentido, se presupone que los empresarios deberán tener una cultura de la innovación para por cuenta propia idear estrategias y buscar diferentes alternativas para sortear los obstáculos propios del sector, y conseguir una estabilidad, posicionamiento y finalmente evolución continua de su empresa. Sin embargo, muchos de los empresarios poseen una percepción limitada sobre lo que el emprendimiento de la innovación requiere, sobre la capacidad de identificar oportunidades, de cómo llevar a cabo una idea, y sobre todo de cómo medir la veracidad y éxito de los resultados obtenidos, para la continuidad de cualquier proyecto emprendido.

Pues bien, en el medio las Pymes deben competir con grandes empresas quienes ya han desarrollado estrategias que les han resultado exitosas para el posicionamiento de uno u otro producto/servicio, por ello el encontrar recursos que les permitan hacer frente a estas situaciones propias de la industria y de la globalización, permitirán que estas empresas pequeñas abandonen su situación de dependencia para convertirse en precursores de innovación.

Las empresas son el escenario de la innovación. Los líderes deben implantar una cultura innovadora que fomente la generación de ideas y la innovación. Para ello deben adaptar sus estructuras y procedimientos a la nueva realidad, creando una organización dinámica que se pueda adaptar a la sociedad actual. (Bankinter, 2010, pág. 29)

Si bien la tecnología es un elemento que puede contribuir en el desarrollo y en la innovación dentro de una empresa, esta tiende a tener limitantes como el costo de adquisición, capacitación de personal, tiempo de uso hasta percibir ganancias, etc. por lo cual quizás muchos de los pequeños talleres esperan mucho antes de optar por contraer una deuda que les facilite la adquisición de tecnología, por ello, la innovación debe ser implantada como una asignatura multidisciplinaria, que puede ser aplicada en cualquier etapa de la producción, y que la misma depende más de un correcto diagnóstico previo, del cual resulta una necesidad a ser resuelta, misma que puede o no ser de orden tecnológico, pero que siempre significará una mejora.

Entonces, la capacitación continua representa un recurso básico en una fase innovadora, debe ser efectuada con constancia, así como compartida con el capital humano de la empresa para asegurar de esta forma que el crecimiento intelectual sea parejo y se pueda consolidar de mejor forma. La retroalimentación se convierte en un recurso fundamental en el proceso, sobre todo en la etapa de la identificación de necesidades, puesto que las mismas serán encontradas desde el análisis de las diferentes experiencias. Tristemente muchas de las veces para los empresarios la capacitación y formación continua refleja un gasto innecesario cuando creen tener la información a la mano de manera gratuita, sobre todo con el uso de la web, pero en este sentido es aún más importante el capacitar correctamente al empresario sobre cuál es el rol de cada miembro del equipo.

El incremento del capital intelectual siempre significará una variedad de alternativas, de ideas frescas, para la consolidación del crecimiento económico, así como social ya que uno se ve beneficiado del otro. Tal como se menciona en el artículo “Estrategias de innovación y capital social en la pequeña y mediana empresa”

La capacitación constituye una de las alternativas básicas para construir capital intelectual y, consecuentemente, la innovación, con la cual se facilita la asociatividad y se consolida el capital social. Este factor es manejado por las empresas desde diversos frentes o alternativas como planes formales, talleres, retroalimentación, entre otros. (Mejía Giraldo, Mendieta Cardona, & Bravo Castillo, 2015, págs. 290-291)

La innovación de la empresa es sinónimo de sostenibilidad, de generación de fuentes de rentabilidad y precisamente por eso se debería de poner más énfasis en crear una cultura de innovación certera dentro del medio laboral, en todos los estratos de los colaboradores, para lo cual se debe empezar por cambiar muchas de las concepciones erróneas donde se considera que solo el directivo es merecedor de una continua capacitación. Las integraciones de las redes internas siempre serán dignas de fomentar, puesto que esto permite no solo formar una cultura adecuada sino también alcanzar cierto flujo de ideas que finalmente originan estrategias.

La innovación en la Academia:

“El sistema educativo es donde se fijan las bases de la innovación. Los colegios y universidades son los laboratorios en los que los emprendedores deben aprender los principios de la innovación en un entorno seguro.” (Bankinter, 2010, pág. 29)

Al inquirir sobre la innovación, tal como lo menciona en el *Manual de Innovación* del Centro Europeo de Empresas e Innovación, no solo se trata de la creatividad que una persona pueda o no tener, a pesar de ser esta un atributo básico, sino que también dependerá mucho de la iniciativa que impulse a la búsqueda de nuevos escenarios, de ese empuje por buscar una mejora constante y de la paciencia que la misma deberá tener ya que cualquier proceso de innovación deberá cumplir con un ciclo de corto, mediano e incluso largo plazo para poder evidenciar cualquier cambio o variación que pudiese suscitarse.

Así mismo la asociatividad, la misma relación interpersonal es donde nace el flujo de ideas, las conversaciones, los intercambios de saberes y de donde seguramente surgirán a menudo ideas innovadoras, por ello la academia como tal, al ser un espacio de formación intelectual, así como personal, conforma el entorno perfecto para el cultivo de estos caracteres en los futuros profesionales, quienes de haber formado una cultura de innovación serán seguramente buenos emprendedores. (Centro Europeo de Empresas e Innovación, 2017)

Quizá es erróneo decir que con la creatividad se nace, porque de una correcta formación hasta el “menos creativo” encontrará fuentes de inspiración y podrá proponer soluciones innovadoras para cualquier circunstancia. Si bien esta cultura se la puede fomentar desde los inicios de la formación académica, en edades más tempranas, es en la universidad donde el aprendizaje es mucho más específico y ya encaminado en función de las preferencias de cada estudiante en formación, por ello en esta fase de la educación es donde mejor se puede cultivar las sapiencias del futuro capital humano de los sectores productivos de una sociedad.

Como bien Bankinter lo menciona, tanto contexto como oportunidad permiten que casi cualquier persona sea capaz de tener una idea creativa, sin embargo para que esta idea se cristalice y se ponga en marcha se necesita mucho más, y es aquí donde tanto la iniciativa como la capacidad de llevar a la práctica las ideas realmente definen, o marcan la diferencia entre una persona innovadora o no, por ello desde las academias se debe de tratar de fomentar ese espíritu emprendedor y decidido, puesto que sin motivación las ideas seguirán siendo solo ideas. (Bankinter, 2010)

Entonces, desde la academia se deberá de proponer escenarios conflictivos a los estudiantes, dándoles así herramientas con las cuales enfrentar una situación y echar a andar las propuestas que surjan, puesto que no se trata únicamente de otorgar conocimiento y capacidades, sino también de crear un pensamiento crítico, propendiendo siempre a la búsqueda de la creatividad, a la originalidad, a eliminar ciertos estigmas frecuentes del pensamiento que solo se vuelven limitantes, entendiendo el error como una

necesidad para el éxito, y esperando ver la aplicabilidad de los conocimientos otorgados ya en un escenario mucho más real y contextualizado. Y es en las universidades donde esta serie de escenarios pueden ser creados, atrayendo el interés, generando atención, promoviendo la participación incluso de fuentes públicas y privadas para el desarrollo de proyectos investigativos, de donde se obtenga nueva información, constituyendo incluso una estrategia para una mejor vinculación con la sociedad.

Las universidades atraen el talento y la inversión, además de proporcionar un puente entre la investigación pública y la privada. Por tanto, la educación superior debe constituir el centro de atención en la estrategia de innovación de una región. (Bankinter, 2010, pág. 46)

La estrategia como herramienta de la innovación:

Empezando por dar una definición de estrategia, se puede decir que esta está integrada por los objetivos, políticas y valores de una empresa u organismo, que al conjugarse en una serie de acciones afines forman una estructura coherente que terminarán formando un modelo o plan a seguir. Una estrategia correctamente formulada siempre permitirá ordenar y asignar de manera adecuada los recursos con los que se dispone, basándose en un previo análisis de las capacidades y carencias con las que se cuenta, lo que permitirá una suerte de anticipación a los cambios del entorno. No solo es la estrategia la que importa y conseguirá el éxito, sino también la forma en la que es llevada a cabo. La estrategia permite establecer el camino que se debe seguir, ya que con el objetivo claro los cambios y las acciones a tomar siempre serán más fáciles de percibir. (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012)

La adaptación a los constantes cambios del entorno, al movimiento continuo de factores externos que de una u otra manera inciden en el funcionamiento de una empresa u organización, son muestra de la necesidad de una postura estratégica, puesto que a partir de la misma se podrá consolidar una característica adaptativa que permita la permanencia y avance de tal empresa u organismo conforme los cambios del medio se vayan suscitando. No solo se trata de adaptarse al medio para mantenerse, sino que la estrategia

pretende además consolidar un plan de acción que permita tomar la delantera e incluso afianzarse en un mercado, tomar una posición puntera y ganar competitividad y reconocimiento, factores muy deseados para cualquier empresario, sin alusión al tipo de empresa.

De acuerdo con Mejía, Mendieta y Bravo, se puede identificar varios pasos dentro del llamado “ciclo de la innovación” del cual se desprenden directrices para idear estrategias, mismas que posteriormente serán ejecutadas y evaluadas, pero inicialmente se plantean los siguientes pasos:

- La búsqueda de las oportunidades
- Generación de ideas
- Selección de ideas ligadas a la satisfacción de la necesidad detectada
- La implementación de las estrategias
- Evaluó de la obtención de valor

Al seguir estos pasos mencionados la innovación, creación, ejecución y evaluación serán más fáciles de efectuar, puesto que permiten enmarcar un proyecto dentro de un marco más específico, conformando una estrategia. (Mejía Giraldo, Mendieta Cardona, & Bravo Castillo, 2015)

Entonces, al realizar evaluación y diagnóstico de un proyecto en específico, se empezará a pensar de manera sistemática y proyectual hacia el futuro, evaluando correctamente todas las aristas, ya que se identificarán con mayor claridad los cambios esperados para el desarrollo además de aumentar la predisposición para el desarrollo y el crecimiento. A la par que vaya mejorando la coordinación de las actividades también se irá reduciendo la posibilidad de conflictos, ya que se contará con un marco de recursos para la formulación de nuevas estrategias.

Como parte de la formación de la estrategia existen varios factores que intervienen en el proceso de efectivizar un proyecto, por lo cual para poder plantear un plan estratégico se necesita previamente conocer el ambiente en el que se desarrollará, cuáles son las condiciones ajenas a las que estará expuesto un proyecto o negocio, de esta forma se podrán identificar las amenazas y las oportunidades.

Otro aspecto que se deberá de tener en claro es la misión, la razón de existir del proyecto, sus proyecciones y sus objetivos, esto permitirá mantener el norte bien establecido y saber direccionar las acciones oportunamente. Para finalmente definir y proyectar la aplicación de las estrategias y recursos a efecto de alcanzar las metas aclaradas en la etapa anterior.

6.6.1.3 Gestión de la innovación:

La distribución y manejo de recursos tanto de calidad humana como económica o tecnológica desarrollados o empleados en función de la generación de una mejora contundente en distintas fases, procesos, productos, servicios, distribución, uso, etc. que deriven en una transferencia de conocimiento se lo considera como gestión de la innovación. (Asociación de la Industria Navarra, Guía práctica La gestión de la Innovación en 8 pasos, 2008) Dicho de otra forma, representa la manera de gestionar las acciones necesarias para llevar a cabo un plan estratégico pensado desde la innovación.

Otra de las características propias de la gestión de la innovación es su modelo voluntario, obrado por parte de quienes la emprenden, puesto que no se rige a leyes o normativas impuestas, sino que más bien responde a la voluntad de generar mejoras, de satisfacer necesidades, de actuar de manera trascendente en pro de una empresa u organización. Así pues, esta calidad de voluntariado se ve cimentada en ciertos principios presentes en las cabezas idealistas de la innovación, tales como la comunicación, la motivación, la creatividad, valores de los cuales se proceden ideas, de las ideas estrategias, de las estrategias bien aplicadas derivan beneficios, y entre los beneficios, tal como INNOVA Chile lo menciona, se puede obtener un mejoramiento de portafolio,

identificación de oportunidades nuevas para la innovación, un mejoramiento del valor económico, aumento de la productividad, una mejora en las oportunidades.

Entonces al hablar de la gestión de la innovación es hablar del sistema mediante el cual se llevará a cabo la innovación, pues refiere al conjunto de ideas o estrategias formuladas en función de las necesidades u oportunidades detectadas, mismas que serán llevadas a cabo con la clara intención de conseguir una mejora, tanto a nivel tecnológico, logístico, humano o intelectual, con el afán de reducir cualquier riesgo o amenaza que se hubiese detectado en el proceso previo investigativo. (Candía, García Coliñanco, Caro, & Romero Hernández, 2014)

La sistemática de la gestión de la innovación:

Para efectuar todo el proceso de la gestión de la innovación se debe empezar por la definición de un plan estratégico, en el cual constarán objetivos, metas, fortalezas, etc. para la eficaz idoneidad del plan. Dicho así, todas las ideas aportadas en esta fase deben tomar una característica mucho más técnica, a más de pasar por un cierto filtro donde se pueda ir determinando su conveniencia, efectividad, y susceptibilidad a ser realizadas, de esta manera se podrá ir conformando ya un planteamiento proyectual del plan estratégico. Entonces se ejecutarán aquellas estrategias opcionadas como las más adecuadas y efectuales acorde a los recursos y al medio, mismas que tras su realización deberán de ser evaluadas. Definido de esta manera se plantean tres primeras etapas para la formación de la gestión de la innovación:

- Definición de fortalezas de la empresa u organización, así como sus objetivos.
- Generación de nuevas ideas y clasificación de criterios.
- Ejecución del proyecto.

De acuerdo con la guía práctica “La gestión de la Innovación en 8 pasos”, elaborada por la Asociación de la Industria de Navarra, como su nombre lo indica, estipula

ocho procesos a seguir para llegar a una correcta gestión de la innovación, determinando la importancia de cada paso, así como su aplicabilidad dentro de una empresa, a continuación, un resumen diagramado de manera concisa:

Dimensión estratégica		
La Innovación como Estrategia	1.-El Plan Estratégico Tecnológico	-Diagnóstico Tecnológico -Plan estratégico tecnológico -Transferencia y difusión de la tecnología
	2.-Creatividad e innovación	-Cuestionamiento y preparación -Incubación e iluminación -Verificación -Adaptación y difusión
Identificación de ideas para desarrollar	3.-Vigilancia estratégica e inteligencia competitiva	-Definición de necesidades -Búsqueda y recogida de información -Tratamiento de la información -Difusión y proyección de la información
	4.-Gestión de proyectos	-Definición del proyecto. -Planificación -Ejecución y control -Finalización y cierre
Desarrollo de proyectos	5.-Financiación de la innovación	-Proyecto innovador -Elección instrumentos de financiación -Tramitación
	6.-Aseguramiento de la innovación	-Nueva invención -Búsqueda en el estado de la técnica -Decisión de si procede la protección por patente -Solicitud y trámite
Explotación de los resultados	7.-Explotación de la innovación	-Resultados obtenidos -Selección vía explotación -Diseño de nuevos proyectos
	8.-Gestión del conocimiento	-Creación -Codificación -Transferencia -Aplicación / medición.

Tabla 32: Pasos para la Gestión de la Innovación.

Fuente: Asociación de la Industria de Navarra, Guía práctica: La gestión de la innovación en 8 pasos.

Con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos para nuevos procesos, productos o servicios, la gestión de la innovación se encarga de la organización y direccionamiento de los recursos de los cuales se dispone. Para ello se debe partir de la definición de objetivos y de la identificación de las fortalezas con las cuales se cuenta, para seguir con la generación de nuevas ideas las cuales deben representar realmente una novedad, para lo que se clasifican y filtran antes de saltar a la ejecución del proyecto, donde se aplicarán las técnicas definidas previamente.

Se ha dicho ya que en el desarrollo de la gestión de la innovación se debe tomar muy en cuenta los aspectos: innovación estratégica, identificación de ideas, desarrollo de proyectos y explotación de resultados, entonces indagar un poco más sobre cada una de estas fases resulta oportuno.

Innovación estratégica: Previo a la elaboración de un plan estratégico se requiere hacer un diagnóstico de la situación actual del tema de estudio, posterior a esto se plantearán los objetivos que se pretenden alcanzar, teniendo en cuenta elementos tales como la historia evolutiva del objetivo, cuál es la situación actual de los competidores al respecto, y que tan factible será la educación de los objetivos que se han planteado.

Identificación de ideas: Esta fase requiere de una inversión fuerte de creatividad, así como de mente abierta, puesto que se debe tener la capacidad de identificar qué soluciones se pueden plantear en pro de la resolución de ciertas necesidades, y en este punto es donde se trata de encontrar la innovación. Seguir un esquema de una etapa de cuestionamiento y preparación, incubación de ideas, verificación de factibilidad y finalmente adaptación de la idea al contexto, es la mejor manera de transitar esta fase, según como se indica en la guía práctica: La gestión de la Innovación en 8 pasos.

Desarrollo de proyectos: Para iniciar el proyecto, primero se debe contar con los objetivos específicos planteados de forma pertinente, teniendo en cuenta aquellos de alcance a corto, mediano y largo plazo, así como aspectos de calidad, trascendencia, etc. Una vez que el panorama este claro se deberá proceder a la planificación de las tareas a

desarrollar, el orden, técnicas y recursos a emplear, aspectos que al ser programados bajo un cronograma de trabajo permitirán establecer de manera más clara inicio y fin del proyecto. Así mismo, una vez concluida cada etapa es recomendable realizar una pequeña revisión de los alcances que se van obteniendo, esto con el fin de corregir y reincorporar cualquier elemento fuera de línea.

Explotación de resultados: Todo trabajo emprendido se lo realiza con el fin de obtener algún tipo de beneficio al final, esta es la fase donde los resultados obtenidos tras la aplicación de un plan estratégico dan fe de su eficacia, puesto que posterior a su evaluación, en esta fase se podrá recuperar aquellos recursos invertidos en las primeras etapas. Una de las formas de explotar los resultados obtenidos, planteados en la guía para la innovación, es la de *intraemprender* lo que significa que se deberá de propiciar que los miembros internos de la empresa u organización sean los beneficiarios de los logros alcanzados, y que se pueda poner en marcha nuevos planes de acción para continuar con la mejora, en función de los resultados ya obtenidos de una primera etapa. (Asociación de la Industria Navarra, Guía práctica: La gestión de la Innovación en 8 pasos, 2008)

Finalmente, para tener una idea más clara de la consecutividad de los pasos a seguir para alcanzar la gestión de un proyecto de innovación o plan estratégico, se ha diagramado la siguiente gráfica, en base a toda la información anteriormente descrita.



Figura N44: Fases del proceso a seguir para la gestión de la innovación.

6.7 Desarrollo de la propuesta:

Partiendo de la información obtenida y analizada en capítulos anteriores, y habiendo hecho ya un análisis sobre su factibilidad, como propuesta a la investigación se plantea la elaboración de un Plan Estratégico para la Vinculación de la Carrera de Diseño en Textiles y Modas de la Universidad del Azuay con la Industria Confeccionista de la ciudad de Cuenca, enfocado tal como su nombre lo indica a la vinculación entre academia e industria, con lo cual se pretende beneficiar a los diseñadores de modas tanto en formación como aquellos que ejercen, así como a empresarios dedicados a la confección en el medio, puesto que este plan deberá significar un aporte de calidad regido por el trabajo interdisciplinario y conjunto.

La propuesta, según su estrategia de innovación, tal como se ha descrito anteriormente, será “defensiva” puesto que se aplicarán estrategias de manera gradual y tomadas en función de casos referentes anteriormente analizados. Así mismo tendrá dos enfoques principales, uno visto desde la academia y los procesos de formación de los diseñadores de modas, y otro desde la perspectiva de la industria, tomando como información preliminar los resultados obtenidos y previamente analizados de encuestas, entrevistas y observación directa realizadas en la etapa de investigación. Entonces a partir de esta información ya recolectada se realizará la distribución de las necesidades identificadas, así como de las propuestas que van surgiendo en pro de la resolución de las mismas.

Vinculando lo investigado junto con las ideas que vayan surgiendo, se establecerán las líneas de acción, respeto de las cuales se derivarán objetivos y estrategias a ejecutar, direccionando siempre todos los esfuerzos a la meta en común, integrar de mejor manera a diseñadores con industria, puesto que esa es la meta primordial del presente trabajo investigativo.

Finalmente, se establecerán criterios en función de los cuales se podrá medir el avance del proyecto y sus resultados. El plan de trabajo al estar direccionado sobre la

carrera de diseño en textiles y modas de la Universidad del Azuay, será planteado ante las autoridades competentes con el fin de proponer su ejecución, sustentando su razón de ser en la necesidad descubierta en el medio, y con el anhelo de aportar al enriquecimiento de la carrera en el medio laboral.

6.7.1 Plan estratégico para la vinculación de la carrera de diseño en textiles y modas de la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca.

El cuestionamiento de cómo se ha venido dando la vinculación entre los diseñadores graduados de la especialidad de textiles y modas con la industria confeccionista de la ciudad nació de una inquietud de carácter personal, basando la misma en la experiencia propia, sin embargo al compartir esta duda con otros diseñadores del medio, se pudo evidenciar que su carácter no era particular sino más bien general, es decir, la inquietud sobre cómo se da esta vinculación entre ambos actores, y cómo la academia interfiere en dicha relación, ha venido siendo una expectación latente en los diseñadores graduados de la carrera, lo que le dio cierto peso a la importancia de indagar más a fondo sobre el tema.

Posteriormente, con el afán de profundizar en la pertinencia o no del tema de estudio, se contactó a diseñadores graduados de la carrera de Textiles y Modas, correspondiente a las tres últimas promociones (2015-2016-2017) para llevar a cabo una serie de encuestas, donde se pretendía confirmar o rechazar la hipótesis planteada en un inicio. Al finalizar esta etapa de investigación se obtuvo que para los diseñadores graduados es difícil ingresar al medio laboral, puesto que el sector es muy demandante con respecto al perfil que consideran el diseñador de modas debe tener, pero al mismo tiempo las condiciones y la oferta laboral no se equiparan con las exigencias, por ello la mayoría de los diseñadores junior han optado por emprender un negocio propio, sin embargo consideran que hay varios aspectos de su formación académica en los cuales se debería poner mayor énfasis para así consolidar un mejor perfil profesional al momento de la formación.

Acto seguido se realizó de igual manera una investigación de campo con los empresarios del sector, dedicados a la confección de indumentaria, de donde se pudo rescatar varios aspectos, el primero fue la falta de colaboración, puesto que muchos de los empresarios contactados mostraron un rechazo a participar en entrevistas o permitir una visita por parte del investigador a sus fábricas, lo cual es muestra de la seria desconfianza propia del sector. Así mismo con aquellos empresarios que sí tuvieron la apertura al proceso investigativo, se pudo dilucidar en primera instancia su posición con respecto al diseño, esto con el objetivo de cotejar la información con la obtenida del criterio de los diseñadores encuestados, seguidamente se indago a cerca de las necesidades del sector con respecto al diseño, y finalmente experiencias y criterios de aquellos empresarios que si han tenido relación con el diseño, para poder evaluar desde un escenario externo a la academia cómo se está dando la formación y que tan pertinente o no resulta el perfil del diseñador ya en el medio laboral real.

Entonces, con la información recolectada previamente de la etapa investigativa, se identifican esencialmente dos potenciales beneficiarios:

6.7.1.1 Beneficiarios del plan estratégico:

Beneficiarios:

- Estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Modas de la Escuela de Diseño de la Universidad del Azuay.
- Diseñadores en Textiles y Modas graduados de la Escuela de Diseño de la Universidad del Azuay.
- Industriales fabricantes de prendas de vestir, dentro de la ciudad de Cuenca.

De los cuales, en base a la información anteriormente recolectada, analizada y cotejada, se puede proceder a hacer un análisis comparativo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, abordando de esta forma la distribución del Plan Estratégico.

Perfil del Diseñador en Textiles y Modas

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Diseño y generación de colecciones -Manejo de insumos y bases textiles 	<ul style="list-style-type: none"> -Confección de prototipos -Técnicas y manejo de tecnologías para transformación de prendas
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Patronaje manual -Manejo de softwares de patronaje digital. 	<ul style="list-style-type: none"> -Control de producción -Marketing e imagen del producto

TablaN33: Beneficiarios del plan estratégico: Análisis FODA DEL Perfil del Diseñador en Textiles y Modas / Fortalezas y debilidades.

Perfil del sector industrial de la confección

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento del movimiento del mercado. -Experiencia adquirida a través del tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> -Maquinaria y tecnología especializada -Mano de obra calificada -Espacio físico para la confección.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento del rol del diseño en los procesos de producción. -Falta de investigación de las necesidades del cliente potencial. 	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento o mal manejo de tendencias. -Falta de diseños auténticos en la producción.

Tabla 34: Beneficiarios del plan estratégico: Perfil del sector industrial de la confección Modas / Fortalezas y debilidades.

Gracias a la investigación previamente realizada en la etapa de encuestas y entrevistas del presente trabajo, se identificaron tanto fortalezas y oportunidades como las debilidades y amenazas latentes de la industria confeccionista así como de los diseñadores de modas, al clasificar esta información, misma que valida el proceso de planificar estrategias, es fácil cotejar los resultados y darse cuenta en qué áreas requieren una mejora, así como en cuales la intervención de los mismos puede representar un aporte para el otro. La clasificación de la información de esta manera es oportuna y necesaria para las siguientes etapas del plan estratégico, puesto que de las mismas derivarán las directrices que se planteen. A continuación, un diagrama de flujos para comprender la relación encontrada entre el análisis FODA de diseñador e industria:

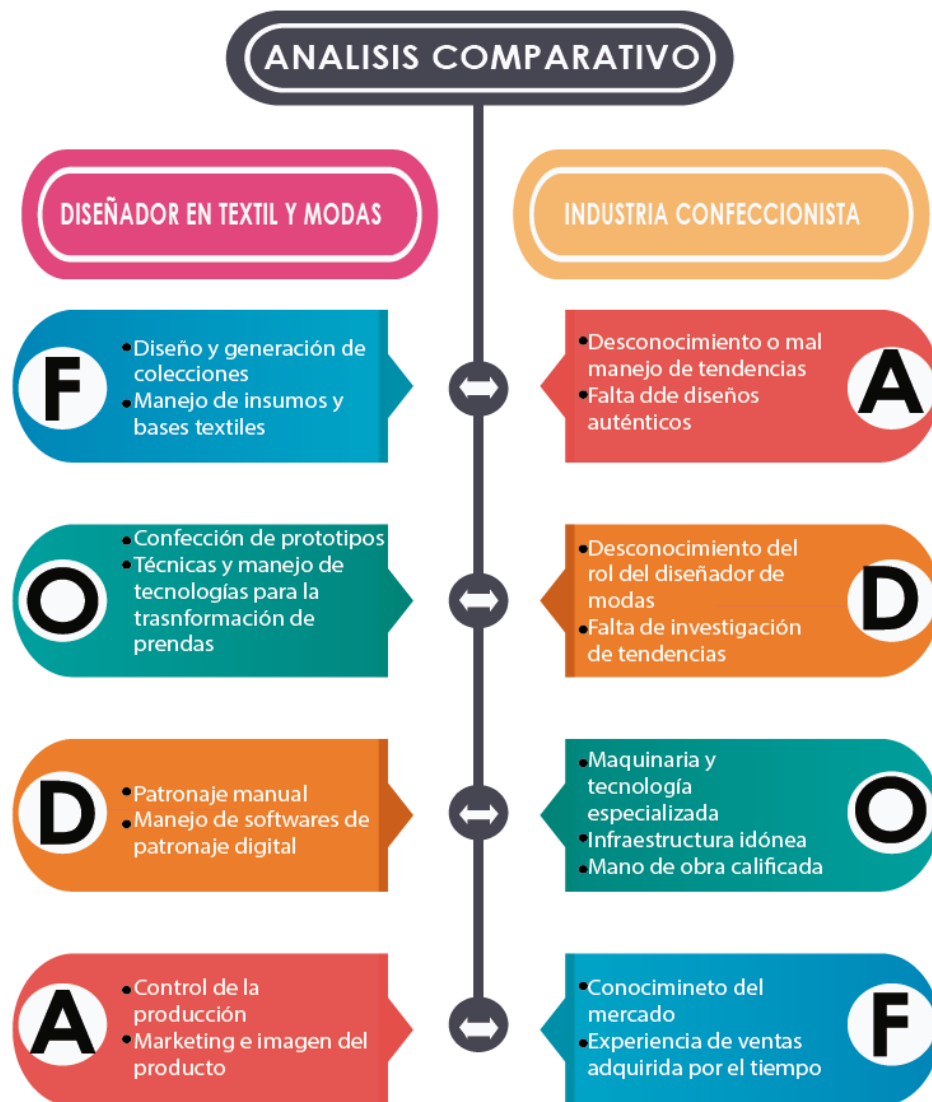


Figura N45: Cuadro comparativo situación real-análisis FODA entre diseñador e industria.

El diseñador goza de un perfil creativo, es conocedor de las tendencias que rigen al mundo, está al día de las novedades del medio, conoce bien las estéticas, y busca plasmar toda esta información en sus creaciones, sin embargo, no llega a ser un especialista del patronaje, desconoce del manejo real de los procesos de confección y producción en niveles fuera del prototipado, desconoce cómo sacar un costo real. Mientras tanto la industria posee un conocimiento amplio de cómo se mueve el sector, conoce proveedores, entiende de procesos de confección, costos y ventas, posee maquinaria muchas veces especializada para el tipo de producto que produce, sin embargo no posee una capacidad creativa que le permita crear un producto único, sino que más bien en muchas de las ocasiones recurre a la copia, ya que así asegura que su producto va con las tendencias globales, pero tampoco asienta la estética de su producto conforme las necesidades del cliente al cual pretende vender.

Es en estos aspectos donde se puede notar con claridad como cada debilidad se compensa con la fortaleza del otro, evidenciando una vez más la importancia de estrechar el vínculo existente entre industria y diseño.

Entonces, en función de la identificación de necesidades que ya se ha hecho y en relación a qué es lo que se desea conseguir, a continuación, se plantea la metodología del trabajo.

6.7.1.2 Frentes a trabajar:

¿Qué es lo que se desea conseguir?

1.- Reconocimiento

- 1.1- Del diseñador en el medio
 - 1.2- De las necesidades del sector industrial de la confección
 - 1.3- De la mirada de la academia hacia la industria
-

2.- Formación e Innovación

- 2.1- Al estudiante de diseño de modas
 - 2.2- Al diseñador de modas junior
 - 2.3- A micro, pequeños y medianos empresarios de la industria de la confección
-

3.- Aprendizaje, asociatividad y confianza

- 1.1- Del diseñador en el medio
 - 1.2- De las necesidades del sector industrial de la confección
 - 1.3- De la mirada de la academia hacia la industria
-

Tabla N35: Plan estratégico: Frentes a trabajar.

1. Reconocimiento:

El punto de partida para mejorar la vinculación entre diseñadores e industria de la confección radica en entender, reconocer y valorar el rol que cada uno cumple en el medio, puesto que de esta forma será posible empezar a visibilizar las oportunidades de trabajo conjunto. En este aspecto se han determinado tres ejes:

- 1.1. *Del diseñador de textiles y moda en el medio:* Visibilizar cual es el rol del diseñador, cuales son realmente sus competencias como profesional, y entrever la capacidad creativa y el aporte trasladado en valor agregado en la cadena productiva.

1.2. *De las necesidades del sector:* Entender hacia donde está caminando la industria de la confección de la ciudad, y el entorno en el cual se desenvuelve es de gran relevancia puesto que esto asienta sobre la realidad todo proyecto o estrategia que se pudiese proponer, ya que no es lo mismo la teoría que la práctica, existen muchos factores externos que intervienen en el proceso de producción, y que deben ser reconocidos y entendidos.

1.3. *De la mirada de la academia:* La proyección con la cual se trabaja desde la academia tiene que ver con el objetivo de posicionamiento de la profesión en el medio laboral, por ello entender y apreciar las aspiraciones de los dirigentes de la carrera es relevante para concebir así un proyecto integral.

2. Formación e innovación:

Una vez identificadas las necesidades existentes en diseñadores, academia e industria, y tras reconocer la importancia del reconocimiento del rol que cada uno ocupa en el medio, se debe proceder a la etapa de formación e innovación donde se pretende mejorar las competencias de cada uno, potencializando las oportunidades de enlazar fortalezas con debilidades para lograr un equilibrio. Así se delimitan los siguientes ejes a abordar:

2.1. *A estudiantes de diseño en textiles y modas:* Diversificar el abanico de conocimientos que los estudiantes de diseño en modas reciben desde la academia, amplificando el rango de participación en proyectos de vinculación con la industria, así como planteando oportunidades para ir delineando ya la especialización en ciertas áreas del ejercicio del diseño de modas.

2.2. *A diseñadores en textiles y modas junior:* Reforzar las áreas del conocimiento donde se hayan detectado ciertas falencias o la necesidad de fortalecer las mismas, planteando programas de capacitación, especialización, así como su

participación en programas de vinculación con la industria, de donde se pueda ir enlazando diseñador e industria.

2.3. *A empresarios y fabricantes del sector de la confección de indumentaria:*

Poner en conocimiento de empresarios y fabricantes qué es lo que se está haciendo desde la academia, buscando así entablar conexiones sólidas, a la par que se va generando espacios de dialogo donde se pueda poner en evidencia el rol del diseño así como el aporte que le significa a los procesos productivos, dejando así abierto un conversatorio donde se expongan, compartan, comparen y diluciden las experiencias, necesidades y expectativas de la industria con respecto al diseño y que así mismo la industria comprenda la importancia de la presencia del diseño así como las opciones de trabajo que se pueden entablar.

3. Aprendizaje, asociatividad y confianza:

3.1. *Del diseñador en el medio:* El diseñador como pieza clave de la industria de la confección y más aun de la industria de la moda debe mantenerse en un constante aprendizaje, lo que le permitirá mantenerse al ritmo de lo cambiante de la industria.

3.2. *De las necesidades del sector industrial de la confección:* A la par con la evolución propia de la industria, fabricantes y empresarios deben mantenerse en un proceso continuo de capacitación, que les permita conservar la competitividad en el medio, por lo cual el aprendizaje constante es de gran importancia.

3.3. *De la mirada de la academia hacia la industria:* La academia juega un papel sumamente importante en el camino hacia la formación de una industria de moda, puesto que desde este lugar se forma a los futuros profesionales, y se entiende que lo hace en función de la realidad del medio, de las necesidades

y perspectivas, por ello una constante y fluida comunicación entre el medio donde ocurre la realidad y las expectativas y sueños de los futuros diseñadores es sustancial, y es compromiso de la academia el saber direccionar de forma adecuada la información recolectada de ambas partes para confluir en un solo perfil.

Formando parte de un entorno cambiante, sujeto a la volatilidad de la globalización, tanto industria de la moda como industria de confección de indumentaria, requieren tener un carácter de adaptabilidad para subsistir en el tiempo y poder acoplarse al ritmo del entorno propio de esta gran industria. Por ello, el constante aprendizaje y actualización de conocimientos es radical, ya que permite mantener una posición enérgica y competitiva, y en este aspecto tanto la formación de los diseñadores, así como de los empresarios y fabricantes no deberá determinar nunca. Entonces, en este punto también es apropiado recalcar que los procesos de aprendizaje no son un evento aislado entre diseño y tecnología, sino que más bien deben confluir todas las áreas que intervienen en el sector confeccionista, para que esa formación continua sea integral y multidisciplinaria.

Crear un espacio amigable donde tanto industria como academia y diseñadores sientan confianza de trabajar unos con otros, apoyándose en proyectos al saber que todos trabajan con el mismo objetivo de fortalecer y potencializar la industria, sería ese escenario ideal, sobre todo cuando después de ejecutar la fase investigativa se notó la desconfianza y falta de participación existente en el medio. Lo que se busca crear por medio de la ejecución del presente proyecto será crear nexos sólidos, donde la asociatividad entre diseñadores e industriales sea el *modus operandi*, para así ir generando con el tiempo mayores oportunidades de crecimiento.

6.7.1.3 Planteamiento de objetivos del Plan Estratégico:

Objetivo general:

Construir espacios laborales para los profesionales junior del diseño de modas dentro de la industria de la confección de la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Aportar en la formación de los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Modas, en base al contexto de la industria de la confección local.
- Promover proyectos y ejercicios académicos de los diseñadores de modas en formación hacia el medio industrial local.
- Propiciar espacios de diálogo entre academia e industria.
- Diversificar las oportunidades de inserción en el medio de los diseñadores de modas junior.

6.7.1.4 Responsables de la ejecución:

- La Universidad del Azuay, representada por la Escuela de Diseño en Textiles y Modas, sus docentes y alumnos, quienes participarán de forma permanente en la ejecución de las estrategias planteadas.
- Fabricantes y talleristas del sector industrial de la confección de indumentaria.
- Representantes de cámaras, gremios y clúster de la industria textil y confeccionista de la ciudad de Cuenca.

6.7.1.5 Estrategias para la vinculación:

Una vez previstas fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora, y habiendo identificado los frentes a trabajar, así como los objetivos a alcanzar, se procederá a catalogar las áreas en las cuales se podrá innovar, según su clasificación y tipología de ejecución.

Área	Tipología de la innovación	Novedad de la innovación
Educación	Procesos	Gradual
Capacitación	Organizacional	Gradual
Redes y difusión	Gestión	Gradual
Tecnología	Recursos	Gradual

Tabla N36: Plan estratégico: Áreas y tipologías para la innovación.

Habiendo identificado las áreas específicas y el tipo de innovación que se llevará a cabo en cada una de ellas, a continuación, el desarrollo de las estrategias planteadas.

Estrategias desde la educación:

Dentro de la academia la educación se consolida por medio de la ejecución y culminación de proyectos y asignaturas, por lo cual se propone la innovación en los procesos llevados a cabo durante la formación académica. La intervención de las estrategias se las propone a partir del cuarto nivel de formación, puesto que en esta etapa los estudiantes tienen ya bases establecidas de las cuales se pueden partir con las siguientes estrategias:

- Integrar dentro de la malla curricular de la materia “Tecnología y Producción” visitas programadas a fábricas de producción tanto textil como confeccionista, diversificando la tipología de producto que se confecciona (*indumentaria deportiva, casual, formal, jean, etc.*) de la ciudad de Cuenca, con la finalidad de:
 - Otorgar al estudiante la oportunidad de conocer de cerca tecnología especializada con la que no cuenta la universidad, entender y ver de primera mano su funcionamiento.
 - Ampliar el criterio del estudiante con respecto al abanico de posibilidades de especialización que el diseño en textiles y modas tiene al momento de ejercer la carrera.
 - Establecer escenarios de cooperación entre academia e industria, basados en el apoyo bilateral.

- Establecer dentro de las cátedras de diseño, proyectos dirigidos a clientes reales, partiendo de un listado de empresas que deseen colaborar y para las cuales se diseñará una línea o colección de indumentaria, basándose en el target y estilo propio de cada empresa, al final el trabajo desarrollado por los estudiantes implicará ser expuesto y entregado al cliente, con el objetivo de:
 - Acercar al alumno a un entorno de trabajo real, donde debe lidiar con factores y limitantes propios del medio, para que este empiece a concebir de mejor manera la realidad del entorno laboral.
 - Mostrar a empresarios y fabricantes el valor agregado que puede significar un proceso de diseño bien ejecutado al momento de emprender la fabricación de un nuevo producto.
 - Generar espacios de acercamiento, dialogo y apoyo entre academia, diseñadores y fabricantes, puesto que al ser un proyecto de índole académica el riesgo para el empresario es nulo, la inversión será mínima, y las posibilidades de ganar altas.
 - Motivar al alumno a trabajar en el entorno industrial, ya que a la par de generar relaciones interpersonales con empresas, para el alumno ver que

su diseño se consolida y llega a puntos de venta le significara una gran motivación.

- Dentro de las horas obligatorias a cumplir como practicas pre profesionales, enlazar las horas de trabajo de tecnología con las de diseño, puesto que ambas actividades están relacionadas y se ejecutan de la mano, consiguiendo de esta manera que el trabajo efectuado por el alumno en este proceso de pasantías sea integral, y signifique un verdadero acercamiento a la realidad del medio. Para la etapa de pasantías se propone:
 - Desde la Escuela de Diseño en Textiles y Modas crear un banco de datos de aquellas empresas y fábricas que han, y desean participar del programa de prácticas pre profesionales, subdividiendo el listado por tipo de producto que se confeccione, para así poner a disposición del alumno un lugar óptimo para la realización de dichas prácticas, así como la posibilidad de aprender dentro de un área especializada de su preferencia.
 - Establecer como responsabilidad del alumno pasante proponer un proyecto específico estructurado desde el diseño y cómo este podría integrarse y/o potencializar la cadena productiva del taller o fábrica en la cual llevara a cabo sus prácticas pre profesionales, consiguiendo de esta manera que el empresario tenga un escenario más claro de cómo influye y la importancia del diseño dentro del área productiva.
- Desde la Escuela de Diseño en Textiles y Modas efectuar en cada ciclo ferias de emprendimiento y difusión, donde los invitados sean empresarios y fabricantes del medio, para de esta manera conseguir:
 - Exponer la creatividad de los diseñadores en formación ante posibles compradores, puesto que los empresarios podrían verse interesados en la adquisición de algún diseño elaborado en las aulas.
 - Crear espacios amigables para compartir entre diseñadores y empresarios, donde se pueden entablar relaciones interpersonales, así como ofertas de

trabajo, a más de exponer de primera mano el trabajo emprendido desde las aulas.

- Comunicar la visión de la carrera de Diseño en Textiles y Modas al medio laboral, así como conocer la postura del sector industrial, puesto que esto significaría un espacio abierto a la comunicación y diálogo.

Estrategias desde la capacitación:

En esta área, las estrategias deben ser planteadas desde diferentes puntos de acción, puesto que para una capacitación integral se requiere crear un ambiente multidisciplinario, por ello se han establecido tres puntos de trabajo, desde los cuales se proponen las siguientes vías de acción.

○ **De la academia al sector industrial:**

- Preparar, promocionar y dictar conferencias de capacitación a industriales del sector de la confección, referidas a temas vinculantes con el diseño tales como tendencias de moda, criterios sobre beneficios del diseño dentro de la industria, del rol del diseñador, etc. contando con la participación de diseñadores de moda especializados en el tema, con la finalidad de exponer permanentemente ante los industriales la pertinencia de la vinculación entre diseño e industria, así como de exponer el valor real del diseño fomentando un cambio de concepción en la industria. Para esta actividad la academia deberá de apoyarse de instituciones públicas dedicadas al fortalecimiento de la industria tales como CAPIA y MIPRO, quienes por sus estatutos tiene la obligatoriedad de apoyar en la gestión de este tipo de proyectos, esto con la finalidad de ampliar la convocatoria y niveles de participación, instituciones con las cuales previamente existen nexos de trabajo conjunto.
- Establecer programas de capacitación llevados a cabo por estudiantes cursantes de quinto, sexto y séptimo nivel que cuentan ya con las herramientas y conocimientos suficientes en temas de creatividad, diseño,

manejo de tendencias, generación de colecciones, áreas en las cuales tal como se vio en la fase investigativa es el fuerte de la formación de los diseñadores y es una debilidad del sector industrial, contactando desde la Escuela de Diseño en Textiles y Modas con asociaciones, clúster y gremios para el establecimiento de programas de capacitación a pequeñas y micro empresas del sector, llevadas a cabo por estudiantes, quienes dentro del pensum de estudios deben cumplir con horas de labor comunitaria, donde el objetivo es generar un aporte a la sociedad.

○ **Del sector industrial a la academia:**

- Trabajar de manera coordinada e integral con gremios de corte y confección de la ciudad de Cuenca, para de esta manera, dentro de la oferta de materias optativas que los estudiantes deben cumplir como parte del pensum de estudios de la carrera, dictar cursos de especialización en las distintas áreas de patronaje (lencería, alta costura, sastrería, ropa deportiva, ropa infantil, etc.) esto con el objetivo de ampliar los conocimientos del estudiante así como promover la especialización desde la etapa académica, para lo cual los cursos de patronaje dictados por miembros de gremios significará para el estudiante la adquisición de nuevas técnicas así como el afianzamiento de los conocimientos ya adquiridos, a lo que sumado la especialización en tales áreas de la materia, que por motivos de tiempo y logística es difícil de conseguir en los diferentes niveles de la cátedra dictada conforme consta en el pensum.
- Programar en conjunto con empresarios y diseñadores charlas y conversatorios donde se exponga a alumnos y diseñadores junior diferentes casos de éxito de empresas, talleres, emprendimientos, fábricas del medio, etc. que representen un modelo a seguir, un referente de crecimiento y desarrollo, esto con el fin de aumentar la confianza del diseñador ya sea junior o en formación sobre cómo introducirse en el medio, ayudando a mantener abiertos los canales de comunicación entre industria y academia,

logrando así salvaguardar un acercamiento y observación constante de la realidad del medio laboral.

○ **Entre Academia, industria y diseñadores:**

- Generar constantemente espacios de diálogo, a modo de conversatorios, dirigidas por un especialista que actúe como mediador donde se pongan en mesa de discusión temas trascendentales para el desarrollo de la industria de la confección, buscando de esta manera obtener la diversidad de criterios existentes formados acorde a la situación específica de cada actor, esto con el claro objetivo de dilucidar cada vez de manera más clara las necesidades, fortalezas y debilidades del sector de la confección, para así a su vez detectar las oportunidades que se van abriendo camino y utilizar esta información en pro de una formación más específica para los estudiantes de diseño en modas, así como ampliar el criterio de empresarios y diseñadores que actúan como cabecillas del sector de la confección.

Estrategias de redes y difusión:

¿Si no se comunica lo que se hace cómo se puede esperar que el medio se informe y lo valore? El participar y difundir los procesos y logros obtenidos permiten generar trascendencia, por ello plantear estrategias que formulen una adecuada transferencia de conocimientos, así como de exposición de logros es fundamental para ampliar el rango de alcance que el diseño tiene dentro de la industria de la confección. En este sentido la innovación se la estructuras desde los siguientes frentes.

- Crear una gaceta informativa desde la academia hacia la industria, en la cual se divulguen los proyectos emprendidos por los estudiantes, sus resultados, los alcances y su pertinencia, con el objetivo de promulgar el trabajo interno que se

realiza en las aulas, así como el potencial de los estudiantes en conjunto con la factibilidad y conveniencia del diseño en la confección, mostrando así su necesidad dentro de la cadena productiva.

- Mantener un constante seguimiento a graduados para un levantamiento de datos, así como la constante actualización de los mismos, generando así una base de datos desde la academia, de la cual se pueda sacar provecho al generar enlaces externos productivos, así como la posibilidad abierta de una evaluación constante en pro de la mejora continua de la carrera.
- Crear un banco de datos de fábricas, talleres y empresas dedicadas a la confección de indumentaria, con la cual se pueda tener acceso a aquellos fabricantes interesados en participar de proyectos de vinculación, tales como pasantías y prácticas pre profesionales, charlas, conferencias, conversatorios, visitas guiadas, etc. mostrando de esta manera a la industria el compromiso y la preocupación existente desde la academia hacia el constante aporte y mejora continua en las relaciones y desarrollo del sector industrial, mejorando así los niveles de confianza existentes en el medio.

Estrategias de tecnología:

La mejora y renovación constante de la tecnología es de relevancia puesto que la velocidad de evolución de la industria de la confección va a pasos agigantados, y en este aspecto entre más amplio sea el rango de conocimiento sobre el manejo y aplicación de las diversas tecnologías, mayores serán las aptitudes y oportunidades para quien conozca del tema, por ello, tomando en cuenta que la novedad de las estrategias que se plantean a continuación es gradual, puesto que requerirá de tiempo para su incorporación, es válido mencionar las estrategias concebidas en función a la etapa investigativa previamente realizada y a las necesidades del sector detectadas., planteando las siguientes tácticas:

- Adquirir diversos softwares de patronaje digital, basándose en la popularidad de uso de los mismos en el medio productivo del sector de la confección, esto con el objetivo de otorgar al estudiante un abanico de conocimientos con respecto a la tecnología que conocen, ya que como se vio en la etapa investigativa, la industria de la confección requiere de profesionales especializados en la generación de patrones y por ende que conozcan y puedan manejar de manera eficaz los programas de patronaje digital que las empresas van adquiriendo. La multiplicidad de conocimientos con los que cuente el alumno le permitirá amplificar su perfil como profesional e incluso incrementar la oferta económica a cambio de sus servicios.
- Adquirir desde la academia diferentes tecnologías de transformación de textiles tales como sublimación, serigrafía, impresión textil, tinturado, etc. y establecer un laboratorio de servicios de estampación, mismo que puede estar a disposición de los estudiantes para uso y manejo de estas tecnologías, aumentando así sus capacidades y conocimientos, a más de significar un recurso de diseño para la aplicación de la creatividad propia de los estudiantes. Este laboratorio de estampación podría también significar un recurso de gran valúo para diseñadores junior, ex alumnos de la facultad, quienes al momento de emprender sus proyectos no cuentan con el capital como para invertir en maquinaria y tecnología, y para los cuales tener un centro de tecnología donde pudiesen generar su producción sería de gran ayuda.

El otorgar a los alumnos espacios para el desarrollo y aplicación de diferentes tecnologías para la transformación de los textiles y prendas de vestir, constituye una serie de herramientas no solo para la creatividad sino que también para la diversificación de oportunidades, y en este sentido la academia al propender siempre una formación integral de sus alumnos, el otorgarles más oportunidades también estaría poyando al fortalecimiento de la industria, a la que los diseñadores aportaran significativamente en un futuro gracias a su excelente preparación.



Figura N46: Infograma resumen Plan Estratégico para la Vinculación Diseñador de Modas-Industria.

6.7.1.6 Revisión y análisis:

Área	Factores	Medición de la participación		
		Baja	Media	Alta
Difusión y alcance	Participación de las empresas en los proyectos			
	Banco de datos de profesionales en el área / registro del desarrollo y crecimiento			
Posicionamiento	Nuevas plazas de empleo y/o oportunidades de trabajo para el diseñador de modas			
	Nuevos emprendimientos en el área			
Capacitación	Diversificación del diseño por áreas/análisis encuestas a diseñadores.			
	Diversificación del diseño por áreas/análisis encuestas a fabricantes.			

Tabla N37: Plan estratégico: Áreas y factores para la medición de la participación.

Una vez que el proyecto sea emprendido, es importante evaluar constantemente los resultados que se van obteniendo, esto con el objetivo de corregir e implementar cualquier mejora que durante el proceso se viera en la necesidad. Del proceso de evaluación a más de medir el alcance de los resultados, se pueden identificar nuevas oportunidades de mejora para de esta manera continuar con el planteamiento de diversas estrategias que faciliten el ambiente de evolución y mejora constante que se pretende tener para una correcta y fluida formación de los diseñadores en textiles y modas, así como del criterio y cultura de los empresarios del sector de la confección.

6.8 Metodología: modelo operativo

MODELO OPERATIVO							
FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	TIEMPO	RECURSOS	RESPONSABLE	
PLANIFICACIÓN	PRIMERA ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> -Analizar la factibilidad y pertinencia del proyecto propuesto. -Innovar en las estrategias para la vinculación de la carrera de diseño de modas con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca 	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis de los resultados del proceso investigativo previo. -Revisión de casos homólogos. -Análisis de la pertinencia y factibilidad del proyecto. -Planteamiento de los objetivos esperados. -Organización de la información relacionada y factores externos que apoyan la ejecución del proyecto. 	1 mes	<ul style="list-style-type: none"> Internet. Libros y documentación referente. Computadora. 	Investigador	
SOCIALIZACIÓN	SEGUNDA ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> -Socializar el proyecto con los principales actores, obtener criterios. -Conversatorios abiertos para intercambio de criterios y fortalecimiento del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> -Reunión con miembros de junta de la carrera de Diseño en Textiles y Modas de la UDA. -Reunión con representantes de instituciones públicas que trabajan por el desarrollo del sector industrial de la confección. -Socialización del proyecto con los empresarios previamente contactados, que refirieron su aceptación a la participación. 	3 semanas	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Informes impresos. Transporte. 	Investigador	
EJECUCIÓN	TERCERA ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> -Generar estrategias para la correcta vinculación entre academia e industria. -Potencializar la relación actual. -Delimitar los frentes de trabajo a intervenir. 	<ul style="list-style-type: none"> -Revisión de materia y estado del arte con respecto a la formulación del Plan Estratégico. -Análisis de las fortalezas y debilidades para dilucidar las oportunidades de innovación. -Delimitación de los frentes a trabajar, conforme a lo que se desea conseguir. -Elaboración y desglose de las estrategias para la vinculación. 	2 meses	<ul style="list-style-type: none"> Internet. Libros y documentación referente. Computadora. 	Investigador	
EVALUACIÓN	CUARTA ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> -Definir áreas y factores para la previsión de la evaluación del alcance del proyecto. -Presentar proyecto a las autoridades competentes para su análisis y posterior implementación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer áreas y los factores mediante los cuales se pueden evaluar el alcance del proyecto, así como sus resultados. -Presentar y entregar proyecto final a las autoridades competentes de la Universidad del Azuay para proponer la ejecución del presente plan. 	1 semana	<ul style="list-style-type: none"> Internet. Computadora. Informes impresos. 	Investigador	

Tabla N38: Modelo operativo.

6.9 Administración:

El carácter del presente proyecto para la vinculación planteado, al ser multisectorial y buscar la integración de diferentes actores de la industria de la confección, debe ser gestionado y ejecutado desde distintas áreas, dependiendo la fase de trabajo en la cual se desee poner énfasis, por ello inicialmente el proyecto debe ser administrado por el investigador, pero en fases posteriores la administración recaerá sobre la Universidad del Azuay.

6.9.1 Descripción de las funciones:

Investigador:

Será quien investigue, evalúe y proponga las estrategias del presente proyecto de vinculación, desde el análisis, redacción, organización y presentación de la propuesta.

La Universidad del Azuay – Escuela de Diseño en Textiles y Modas:

Como entidad educativa, y acorde a sus principios, la universidad tiene como objetivo el formar seres humanos éticos, comprometidos con la sociedad para un desarrollo integral de la misma, abordando la vinculación como el camino para potencializar el mejoramiento continuo de la comunidad, al contribuir con la mejora de la calidad de vida, afianzar oportunidades de superación y actualización de los profesionales, promueve el avance de planes de vinculación enfocados al crecimiento local. Entonces el planeamiento, ejecución y evaluación de los proyectos de enfoque social, así como profesionalizantes, son responsabilidad de la academia. Así pues, planificar, comunicar y ejecutar los proyectos que se encasillen dentro de las líneas de acción de su programa para la vinculación, deberán ser ejecutados desde las instancias internas de la universidad.

Entidades del sector industrial de la confección – CAPIA / MIPRO / gremios y asociaciones:

Estas entidades rigen su funcionamiento al apoyo y constante aporte del sector industrial de la pequeña y mediana industria, en la cual entra también el sector de la confección de indumentaria, siendo entonces cualquier actividad destinada al desarrollo y crecimiento de la industria, de interés para estas instituciones. De acuerdo a sus políticas internas, como se analizó ya en capítulos anteriores, el gestionar y ejecutar planes de acción que beneficien al sector industrial que amparan es de total competencia para las mismas, por ello el presente plan de vinculación, tras haber realizado un análisis previo, es factible y pertinente con respecto a la misión de estas instituciones, por lo cual el presentar el presente proyecto en mesas sectoriales permitirá poner en conocimiento el trabajo realizado y ejecutar las distintas acciones correspondientes al sector industrial.

6.10 Previsión de la evaluación:

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	A futuro se podrá evaluar como ha mejorado la inserción del diseñador junior en el medio laboral, así como la incorporación del diseño dentro de la cadena productiva de las fábricas y talleres dedicados a la confección de indumentaria.
¿Por qué evaluar?	Porque será un indicador de la eficacia del proceso de vinculación, así como permitirá identificar procesos que necesitan ser reformados, para de esta manera continuar con el trabajo propositivo hacia la mejora de la integración entre diseño e industria.
¿Para qué evaluar?	Para identificar de manera clara y consisa que estrategias están dando resultado y cuales requieren de una revisión, así como la aparición de nuevas necesidades que representan una oportunidad de mejora.
¿Qué elementos evaluar?	El nivel de participación de fabricantes y empresarios. Aumento o disminución de emprendimientos en el área. Aumento o disminución en la oferta laboral para diseñadores de modas. Existencia de un diseñador o departamento de diseño en fábricas y talleres.
¿Quién evalúa?	Representantes de la carrera de Diseño en Textiles y Modas. Autora: Dis. Belén Cordero Cobos.
¿Cuándo evaluar?	Se propone hacerlo de manera semestral, o anual como máximo.
¿Cómo evaluar?	Mediante encuestas, levantamiento de datos, revisión de los porcentajes de confirmación - participación en eventos.
¿Con qué evaluar?	Con los datos con los que se empieza el proyecto, mismos que ya han sido levantados en la fase investigativa del presente trabajo.

Tabla N 39: Previsión de la evaluación.

Finalmente, cabe mencionar que, durante el tiempo de realización del presente estudio y trabajo investigativo, la carrera llevaba el nombre de Diseño en Textiles y Modas, sin embargo, para el inicio del período lectivo septiembre 2018 – febrero 2019 la carrera ha cambiado su nombre a Diseño Textil e Indumentaria.

BIBLIOGRAFÍA

- En D. M. Pedrós, & A. Milla Gutiérrez, *La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del Cuadro de Mando Integral* (pág. 13). Madrid: Díaz de Santos.
- Acuerdo Chile - Ecuador, A. 6. (01 de 2010). *ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA N°65 CHILE – ECUADOR*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones: http://www.comercioexterior.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf
- Acuña, P. (2011). Vinculación Universidad-Sector Privado. *Revista de Educación Superior N87 ANIUES*, 1-15.
- AITE, A. d. (2016). *Industria Textil y Confección, el reto de subsistir*. Quito: AITE.
- Alcántar Enríquez, V. M., Arcos Vega, J. L., & Mungaray Lagarda, A. (2006). Vinculación y posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California en su entorno social y productivo. En V. M. Alcántar Enríquez, J. L. Arcos Vega, & A. Mungaray Lagarda, *Vinculación y posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California en su entorno social y productivo* (pág. 61). Baja California: Editorial Universitaria.
- Alcántara, H. T. (2012). Estrategia de un nuevo producto: Estudio de una MYPE. *ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES*, 3-17.
- Álvarez, M. e. (2006). Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California. En M. e. Álvarez, *Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California* (págs. 11-12). Baja California: Departamento de Editorial Universitaria.
- Álvarez, M. e. (2006). Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California. En M. e. Álvarez, *Sistema Universitario de Innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California*. Baja California: Departamento de Editorial Universitaria.
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Investigación explicativa. En F. Arias, *El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica* (págs. 25-26). Caracas: Editorial Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, R. d. (2007-2008). *Constitución de la República*. Recuperado el 21 de 08 de 2018, de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2015/06/Constituci%C3%B3n-de-la-Rep%C3%BAblica.pdf>

- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (02 de 2018). *Seguimos perdiendo competitividad para exportar*. Obtenido de AITE Noticias: http://www.aite.com.ec/boletines/2018/AITE_InformeFeb_Completo.pdf
- Asociación de Industriales Textiles el Ecuador, A. (s.f). *Industria Textil - Contrabando*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Asociación de Industriales Textiles el Ecuador AITE: <http://aite.com.ec/industria.html>
- Asociación de la Industria Navarra. (2008). En A. d. Navarra, *Guía práctica La gestión de la Innovación en 8 pasos* (pág. 7). Pamplona: ANAIN - AGENCIA NAVARRA DE INNOVACIÓN.
- Asociación de la Industria Navarra. (2008). *Guía práctica: La gestión de la Innovación en 8 pasos*. Pamplona: ANAIN - AGENCIA NAVARRA DE INNOVACIÓN.
- Awake, R. (19 de junio de 2016). *Revista Awake*. Recuperado el 24 de 03 de 2018, de Designer Book Cuenca: <http://www.revistaawake.com/lifestyle/designer-book-cuenca/>
- Ayala, S. (s.f). *El principal producto de contrabando, la ropa*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Diario El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/principalproducto-de-contrabando-ropa.html>.
- Azuay, U. d. (2012). *Universidad del Azuay*. Recuperado el 2018 de 03 de 2018, de Universidad del Azuay: <https://www.uazuay.edu.ec/launiversidad>
- Azuay, U. d. (2018). *Texlab*. Recuperado el 01 de 08 de 2018, de Universidad del Azuay: <https://texlab.uazuay.edu.ec/>
- Baima, M. A. (2018). El proceso de diseño desde la génesis de los materiales. En F. d. Palermo, *Cuaderno 70 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (pág. 54). Buenos Aires: Artes Gráficas Buschi S.A.
- Bankinter, F. d. (2010). Las piezas que configuran el puzle de la innovación nacional. En F. d. Bankinter, *El arte de innovar y emprender. Cuando las ideas se convierten en riqueza* (pág. 100).
- Bei, G. G. (1997). *Vinculación Universidad-Sector Productivo: Una reflexión sobre la Planeación y operación de programas de Vinculación*. Mexico D.F.: Universidad Autónoma de Baja California.
- Bosi, G. (2003). La Creatividad. En U. d.-F. Comunicación, *Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación* (pág. 214). Buenos Aires: Imprenta Kurz.
- CÁMARA DE INDUSTRIA PRODUCTIVIDAD Y EMPLEO CIPEM. (s.f). *¿Quiénes somos? - Objetivos*. Recuperado el 17 de 04 de 2018, de CÁMARA DE INDUSTRIA PRODUCTIVIDAD Y EMPLEO CIPEM: <http://www.industriascuenca.org.ec/quienes-somos/#objetivos>
- CÁMARA DE INDUSTRIAS PRODUCCIÓN Y EMPLEO, C. (s.f). *¿Quiénes somos? - Misión y Visión*.

Recuperado el 17 de 04 de 2018, de CÁMARA DE INDUSTRIAS PRODUCCIÓN Y EMPLEO CIPEM: <http://www.industriascuenca.org.ec/quienes-somos/#mision-vision>

- Campos, M. Á., & Corona, L. (1994). *Universidad y vinculación: nuevos retos y viejos problemas*. Mexico: UNAM.
- Candía, J. G., García Coliñanco, L., Caro, C., & Romero Hernández, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & Gestión. Universidad del Norte*, 107-133.
- CAPIA, C. d. (s.f.). *Sobre nosotros - Misión y Visión*. Recuperado el 17 de 04 de 2018, de Cámara de la Pequeña Industria del Azuay CAPIA: <http://capia.com.ec/our-mission-andculture/>
- Catherine Jewell. (2012). El Índice mundial de innovación 2012. *OMPI Revista - WIPO*, 1-8.
- Cazau, P. (03 de 2006). *Universidad de Extremadura-Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación*. Recuperado el 26 de 11 de 2018, de INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES: <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>
- CEEI, C. E. (2007). La cultura de la innovación. En C. E. CEEI, *Manual de Innovación: Guía práctica de gestión de la I+D+i para Pymes*. España: Lince Artes Gráficas.
- Centro Europeo de Empresas e Innovación, C. C. (2017). El liderazgo para el éxito en la innovación. En C. E. Real, *Manual de Innovación. Guía práctica de gestión I+D+i para pymes*. Ciudad Real: Lince Artes Gráficas.
- Choi, S. (2004). El nuevo perfil profesional del diseñador. Educación y mercado de trabajo. En F. d. Palermo, *XII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Febrero 2004: "Procesos y Productos. Experiencias Pedagógicas en Diseño y Comunicación* (págs. 56-57). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Comunidad Andina de Naciones, C. (s.f.). *Somos comunidad andina*. Recuperado el 07 de 04 de 2018, de Comunidad Andina de Naciones CAN: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=189&tipo=QU>
- Conca Flor, F., & Molina Manchón, H. (2000). Tipología de la estrategia de innovación. En F. J. Conca Flor, & H. Molina Manchón, *Innovación tecnológica y competitividad empresarial* (págs. 52-55). Alicante: UNIVERSIDAD DE ALICANTE. SERVICIO DE PUBLICACIONES.
- Consejo de Educación Superior, C. (22 de 03 de 2016). *Reglamento de carrera y escalafón del profesor e investigador el sistema de educación superior (Codificación 2016)*. Recuperado el 02 de 04 de 2018, de Consejo de Educación Superior CES:

[https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/REGLAMENTO%20DE%20CARRERA%20Y%20ESCALAF%C3%93N%20DEL%20PROFESOR%20E%20INVESTIGADOR%20DEL%20SISTEMA%20DE%20EDUCACI%C3%93N%20SUPERIOR%20\(CODIFICACI%C3%93N%202016\).pdf](https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/REGLAMENTO%20DE%20CARRERA%20Y%20ESCALAF%C3%93N%20DEL%20PROFESOR%20E%20INVESTIGADOR%20DEL%20SISTEMA%20DE%20EDUCACI%C3%93N%20SUPERIOR%20(CODIFICACI%C3%93N%202016).pdf)

Consejo Sectorial de la Producción. (2013). *Agenda de Transformación Productiva*. Obtenido de Consejo Sectorial de la Producción: <http://www.competencias.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/06/06PPP2013-AGENDA.pdf>

Consejo Sectorial de la Producción. (2013). *Agenda de Transformación Productiva*. Obtenido de Consejo Sectorial de la Producción: <http://www.competencias.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/06/06PPP2013-AGENDA.pdf>

Consejo Sectorial de la Producción. (2013). *Agenda de Transformación Productiva*. Obtenido de Consejo Sectorial de la Producción: <http://www.competencias.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/06/06PPP2013-AGENDA.pdf>

Coordinación General de Planificación del MIPRO. (2013). *Política Industrial del MIPRO*.

Recuperado el 16 de 04 de 2018, de PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL 2014-2017: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Literal-kPlan-Estrat%C3%A9gico-Institucional.pdf>

Cursos y carreras. (s.f). *Carreras Universitarias de diseño de indumentaria / moda en Ecuador*.

Recuperado el 05 de 06 de 2018, de Cursos y carreras: <https://www.cursosycarreras.com.ec/carreras-universitarias-diseno-de-indumentariaTC-2-254>

Cuvi, N. (2011). Auge y decadencia de la Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón La Industrial, 1935-1999. *Procesos, Revista Ecuatoriana de Historia*, 64-95.

del Olmo, J. L., & Fondevila Gascón, J. F. (2014). Definición y alcance de la moda. En J. L. del Olmo, & J. F. Fondevila Gascón, *Marketing digital en la Moda* (pág. 118). Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.

Diario el Universo. (28 de 06 de 2017). *Innovar es la ruta para textiles y moda*. Recuperado el 23 de 08 de 2018, de Diario el Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/28/nota/6252208/innovar-es-rutatextiles-moda>

Díaz Barriga, A., & Mendoza Rojas, J. (2005). *Educación Superior y Programa Nacional de Educación 2001-2006. Aportes para una discusión*. Mexico: ANUIES.

Ecuador, V. d. (11 de 11 de 2016). *ECUADOR FIRMA ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Vicepresidencia de la

- República del Ecuador: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-launion-europea/>
- Ekos, R. (04 de 08 de 2017). *Secor textil confección*. Recuperado el 22 de 08 de 2018, de Revista Ekos:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=9403>
- El Comercio. (27 de 06 de 2017). *La industria de la moda de Ecuador enfrenta brechas de innovación y de acceso a materia prima*. Recuperado el 03 de 01 de 2018, de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/chic/industria-moda-ecuador-innovaciontextiles.html>
- El Mercurio. (25 de 10 de 2018). *CAPIA está preocupada por reactivación de la economía*.
Recuperado el 25 de 11 de 2018, de El Mercurio:
<https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/10/25/capia-esta-preocupada-por-reactivacionde-la-economia/>
- El Mercurio, D. (10 de diciembre de 2015). *Cuenca Moda 2015 presenta en pasarela diseños exclusivos de emprendedores del Azuay*. Recuperado el 24 de 03 de 2018, de <https://www.elmercurio.com.ec/506700-cuenca-moda-2015-presenta-en-pasareladisenos-exclusivos-de-emprendedores-del-azuay/>
- El Telegrafo. (27 de 11 de 2016). *Senae detecta una nueva modalidad de contrabando*.
Recuperado el 25 de 11 de 2018, de El Telegrafo,
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/senae-detecta-una-nuevamodalidad-de-contrabando>
- El Telégrafo, D. (01 de 11 de 2015). *Economía - El sector textil pierde \$ 9 millones por contrabando*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Diario El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-sector-textil-pierde-9millones-por-contrabando>
- El Telegrafo, D. (21 de 09 de 2015). *Ecuador cuenta con una Cámara de Diseño*.
Recuperado el 23 de 08 de 2018, de Diario El Telegrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/7/ecuador-cuenta-con-una-camarade-diseno>
- El Tiempo, D. (7 de abril de 2017). *El Tiempo*. Recuperado el 25 de 03 de 2018, de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/11/410670/todo-listo-para-elcirco-moda-2017>
- Entremujeres. (25 de 01 de 2018). *Ranking universal. Las 10 mejores escuelas de moda del mundo*. Recuperado el 11 de 02 de 2018, de Clarin.com:
https://www.clarin.com/entremujeres/moda/10-mejores-escuelas-modamundo_0_ryRJ1TDrM.html
- Escuela de Diseño textil y moda, F. d. (s.f). *Facultad Diseño*. Recuperado el 02 de 04 de 2018, de <http://www.disuda.net/about/escuela-de-diseno-textil-y-moda/>
- Facultad de Diseño. (08 de 04 de 2013). *Universidad del Azuay*. Recuperado el 02 de 04 de

- 2018, de
http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Instructivo_%20de%20pr%C3%A1cticas%20o%20pasant%C3%ADas%20preprofesionales%20%20de%20la%20facultad%20de%20dise%C3%B1o.pdf
- Faerm, S. (2014). Industry and Academia. En C. d. Palermo, *Cuaderno 48* (págs. 107-112). Buenos Aires: Imprenta Kurz.
- Gaitto, J. (2018). La función social del diseño o el diseño al servicio social. En C. d. Comunicación, *Cuaderno 69 - Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (págs. 21-29). Buenos Aires: Artes Gráficas Buschi S.A.
- García Gonzalez, F. (2012). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN - CONTRIBUCIÓN AL ANÁLISIS PEST (POLÍTICA, ECONOMÍA, SOCIEDAD, TECNOLOGÍA)*. ASOCIACION COLOMBIANA DE FACULTADES DE INGENIERÍA.
- Gil Miranda, S. (2007). Entre la ética y la estética en la sociedad de consumo. La responsabilidad profesional en Diseño y Comunicación. En C. d. Comunicación, *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación #23* (págs. 9-20). Buenos Aires: Imprenta Kurz.
- Giorgi, D. (2012). Reindustrializar con Diseño. En R. Ramirez, R. Ariza, M. Casabona, F. Flores, P. Herrero, F. Oneto, . . . A. Vigna, *Guía de buenas prácticas de diseño: herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos*. (pág. 7). San Martín: Inst. Nacional de Tecnología Industrial INTI.
- Gómez, M. M. (2006). *En los estudios cualitativos*. Córdoba: Editorial Brujas.
- González Candía, J., García Coliñanco, L., Lucero Caro, C., & Romero Hernández, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & Gestión*, 107-133.
- GONZÁLEZ, F. G. (2012). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN - CONTRIBUCIÓN AL ANÁLISIS PEST (POLÍTICA, ECONOMÍA, SOCIEDAD, TECNOLOGÍA)*. ASOCIACION COLOMBIANA DE FACULTADES DE INGENIERÍA.
- Guerrero Barrios, J., & Faro Resendiz, M. T. (septiembre de 2012). *Alternativas en Psicología*. *Revista Semestral*. Obtenido de Breve análisis del concepto de Educación Superior: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/alpsi/v16n27/n27a03.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Selección de la Muestra. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ta Edición, págs. 177-179). Mexico D.F.: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2004). *Tutoría de la Investigación científica*. Ambato: Maxtudio.

- IEPS, I. N. (s.f.). *La Institución - Valores/Misión/Visión*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/valores-mision-vision/>
- IEPS, I. N. (s.f.). *Ejes Estratégicos*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/ejesestrategicos/>
- IEPS, I. N. (s.f.). *La Institución - Objetivos*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/objetivos/>
- INEC, I. N. (16 de 10 de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, I. (s.f.). *Economía Solidaria - Circuitos Productivos*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/circuitos-productivos/>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, I. (s.f.). *Economía Solidaria - Circuitos Productivos*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/circuitos-productivos/>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, I. (s.f.). *Fomento Productivo*. Recuperado el 13 de 04 de 2018, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/fomento-productivo/>
- INTI Textiles, C. d. (s.f.). *INTI Centro de investigación y desarrollo textil*. Recuperado el 15 de 08 de 2018, de Información general-misión y objetivos: <http://www.inti.gob.ar/textiles/index.php?seccion=objetivos>
- INTI Textiles, C. d. (s.f.). *Observatorio de tendencias / Capacitación Odt*. Recuperado el 15 de 08 de 2018, de INTI Textiles-Centro de Investigación y Desarrollo Textil: <http://www.inti.gob.ar/textiles/index.php?seccion=capacitacionOdt>
- INTI, C. d. (2017). *INTI Diseño Industrial*. Buenos Aires: INTI-DISEÑO INDUSTRIAL.
- Líderes, R. (16 de 03 de 2017). *Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo*. Recuperado el 03 de 01 de 2018, de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-textil-ecuador-genera.html>
- Mañach, A. (19 de junio de 2013). *Escola Superior de Disseny*. Recuperado el 02 de julio de 2017, de <http://www.esdi.url.edu/content/pdf/article-toni-manach.pdf>
- Manchón, H. M., & Conca Flor, F. (2000). La estrategia de la innovación. En H. M. Manchón, & F. J. Conca Flor, *Innovación Tecnológica y Competitividad*

- Empresarial* (pág. 208). Alicante-España: UNIVERSIDAD DE ALICANTE. SERVICIO DE PUBLICACIONES.
- Marino, P. (2014). *Diseño de indumentaria de autor en Argentina 2014: diagnóstico productivo e impacto*. San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial - INTI.
- Marino, P. (2017). Las empresas de Diseño de indumentaria de Autor. En I. N. INTI, *Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016* (pág. 38). San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial INTI.
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Introducción al Plan Estratégico*. Madrid: Ediciones Díaz Santos.
- Mejía Giraldo, A., Mendieta Cardona, C. P., & Bravo Castillo, M. (septiembre de 2015). Estrategias de innovación y capital social en la pequeña y mediana empresa. *Ingeniería Industria. ARTÍCULO ORIGINAL GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS*, págs. 286-296.
- Meliá, J. M. (2005). *La innovación, concepto e importancia económica*. Navarra: Fundación COTEC.
- Mendez Rodríguez, A., & Astufillo Moya, M. (2008). El protocolo de investigación. En A. Mendez Rodríguez, & M. Astufillo Moya, *La investigación en la era de la información. Guía para realizar la bibliografía y fichas de trabajo*. (págs. 17-19). México: Editorial Trillas.
- MERCOSUR, M. C. (s.f). *Objetivos del MERCOSUR*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Mercado Común del Sur MERCOSUR: <http://www.mercosur.int/innovaportal/v/6304/11/innova.front/objetivos-delmercosur>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2017). *Encuentro Nacional de Diseño CROMIA*. Recuperado el 23 de 08 de 2018, de Encuentro Nacional de Diseño CROMIA: <http://cromiaecuador.com/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f). *IEPS SOCIALIZA PROGRAMA HILANDO EL DESARROLLO*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social: <https://www.inclusion.gob.ec/ieps-socializa-programa-hilando-el-desarrollo/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f). *Ejes Estratégicos*. Recuperado el 06 de 05 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad: <https://www.industrias.gob.ec/funciones-atribuciones-2/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f). *Principios y valores institucionales*. Recuperado el 15 de 06 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad: <https://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>

- Ministerio de Industrias y Productividad, M. (s.f). *El Ministerio - Objetivos Institucionales*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO:
<http://www.industrias.gob.ec/objetivos/>
- Ministerio de Industrias y Productividad, M. (s.f). *El Ministerio - Objetivos Institucionales*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO: <http://www.industrias.gob.ec/objetivos/>
- Ministerio del Buen Vivir*. (19 de septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- MIPRO, M. d. (noviembre de 2013). *Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO*. Recuperado el 24 de 03 de 2018, de Noticias: <http://www.industrias.gob.ec/np-46cuenca-exhibio-lo-mejor-de-la-industria-de-la-moda-azuaya/>
- MIPRO, M. d. (s.f.). *El Ministerio - Quiénes somos*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO:
<http://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Mosquera, B. (julio de 2014). Diseñadores Autónomos. En B. Mosquera, *La Moda en Cuenca: Conceptos y Producción de los Diseñadores Locales* (pág. 186). Cuenca: Universidad del Azuay. Recuperado el 25 de marzo de 2018, de Universidad del Azuay: <file:///C:/Users/Vaio/Downloads/10447.pdf>
- Muñoz, C. M. (2011). DIFICULTADES EN LA RELACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA. En C. M. Muñoz, *Modelo de Gestión para la Vinculación Universidad PyMes en la República Argentina* (pág. 45). Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional.
- Presidencia de la República, f. e. (12 de 10 de 2010). *LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.
 Recuperado el 23 de 08 de 2018, de Consejo de Educación Superior CES:
http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=1
 1: ley-organica-de-educacion-superior&Itemid=137
- Pro Ecuador. (s.f.). *Asesoría al Exportador - PRO ECUADOR*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de Exporta fácil. Producción ecuatoriana para el mundo:
http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Teñid=122
- Proaño, D. J. (2004). Población y Muestra. En L. Herrera E., A. Medina F., & N. L. Galo, *Tutoría de la Investigación Científica* (págs. 104-105). Ambato: Gráficas Corona Quito.
- Proyecto de Diseño Latinoamericano Latin American Design Project LATAM_D. (06 de 03 de 2018). *Ranking 2018: Las mejores Universidades de Arte & Diseño en Latinoamérica*.

Recuperado el 22 de 04 de 2018, de Proyecto de Diseño Latinoamericano Latin American Design Project LATAM_D: <https://latamd.com/2018/03/06/ranking-2018-lasmejores-universidades-de-arte-diseno-en-latinoamerica/>

- Quezada, S. (2016). *Escenarios Digitales para la Comunicación de Proyectos de Diseño de Indumentaria*. Obtenido de Universidad del Azuay. Repositorio Institucional: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5959>
- RAE, R. A. (2018). *Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=v%C3%ADnculo>
- Ramirez, R. (2012). Guía de Buenas Prácticas de Diseño - Gestión de Diseño. En E. C.-D. Diseño, *Guía de Buenas Prácticas de Diseño - Herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos* (pág. 128). San Martín: Inst. Nacional de Tecnología Industrial - INTI.
- Ramirez, R. (2012). *Guía de buenas prácticas de diseño: herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos*. San Martín: Inst. Nacional de Tecnología Industrial INTI.
- Remolins, M. L. (2014). *El rol del diseñador entre el Sistema de la Moda y el Diseño de Autor (¿Originalidad que deriva en individualidad?)*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
- Rojas Navia, C. F. (2014). Generalidades en la programación de insumos y bases textiles. En C. F. Navia, *Industria de la Moda: Producción y materiales* (pág. 229). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Rojas Navia, C. F. (2014). *Industria de la Moda: Producción y materiales*. En C. F. Navia, *Industria de la Moda: Producción y materiales*. Bogotá: Imagen Editorial.
- Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona: Editorial Guatavo Gili. SL. .
- Sammartino, L. (2004). La función del diseñador de indumentaria dentro del proceso productivo de una empresa. En U. d. Comunicación, *XII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Procesos y Productos Experiencias Pedagógicas en Diseño y Comunicación*. (pág. 2013). Buenos Aires: Imprenta Kurz.
- Sampieri, R. H. (2014). Los Métodos Mixtos. En R. H. Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). Los métodos mixtos. Análisis de datos. En R. H. Sampieri, C. Fernández Collado, & M. d. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 600). Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Saulquin, S. (2011). *Historia de la Moda Argentina*. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta S.A.I.C.
- Secretaría de Educación Superior, C. T. (09 de 2011). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de http://www.ces.gob.ec/doc/historico_LOTAIP/LOTAIP2015/Anexos/reglamento%20general%20loes.pdf
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Recuperado el 04 de 04 de 2018, de http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan de Desarrollo Nacional 20172021*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 20172021*. Recuperado el 23 de 10 de 2018, de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

- SENAE, A. d. (s.f). *Asociación Latinoamericana de Integración ALADI*. Recuperado el 08 de 04 de 2018, de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/asociacion-latinoamericana-de-integracion-aladi/>
- SENPLADES, S. N. (2012). *Matriz productiva*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de Planificación: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- SENPLADES, S. N. (2012). *Transformación ed la Matriz Productiva - Revolución productiva a través del conocimiento y talento humano*. Recuperado el 07 de 04 de 2018, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- SENPLADES, S. N. (2013). Hacia una nueva métrica. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional*. Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Objetivo 10 - Impulsar la transformación de la Matriz Productiva. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional* . Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía - Principios. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional*. Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Objetivo 8 - Consolidar el sistema económico, social y solidario, de forma sostenible. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional* . Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Objetivo 9 - Garantizar el trabajo digno en todas sus formas. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional*. Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Objetivos Nacionales para El Buen Vivir. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional*. Quito: SENPLADES.
- SENPLADES, S. N. (2013). Principios y Orientaciones. En S. N. SENPLADES, *Buen Vivir Plan Nacional* (Segunda Edición ed.). Quito: SENPLADES.
- SERCOP, S. N. (s.f). *La Institución - Valores / Misión / Visión*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de Servicio Nacional de Contratación Pública SERCOP: <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/valores/>
- Servicio de Rentas Internas, S. (s.f.). *Lista de códigos CIUU de actividad*. Recuperado el 26 de 11 de 2018, de Servicio de Rentas InternaS - Códigos CIUU: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=58081&name=LineaBaseCIUU.pdf&prefijo=file>
- Servicio Nacional de Contratación Pública. (29 de 12 de 2017). *LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA*. Recuperado el 25 de 11 de 2018, de Servicio Nacional de Contratación Pública:

https://www.google.com.ec/search?source=hp&ei=aTL7W_PmEYat5wLa94zgAw&q=Servicio+Nacional+de+Contrataci%C3%B3n+P%C3%ABlica+&btnK=Buscar+con+Google&oq=Servicio+Nacional+de+Contrataci%C3%B3n+P%C3%ABlica+&gs_l=ps yab.3...514.514..1422...0.0..0.0.0.....0..

Servicio Nacional de Contratación Pública. (s.f.). *Beneficios del proveedor*. Recuperado el 20 de 11 de 2018, de Servicio Nacional de Contratación Pública: <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/beneficios-del-proveedor/>

SRI, S. d. (10 de Mayo de 2017). *Servicio de Rentas Internas SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Steele, V. (2018). *Fashion Theory: Hacia una teoría cultural de la moda*. Buenos Aires: BERG PUBLISHERS LIMITED.

Tosi Brandi, E. (2013). El arte en el proceso creativo de la moda: algunas consideraciones a partir de un caso de estudio. En F. d. Palermo., *Moda y Arte*. (pág. 173). Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Trelles, M. d. (2012). Conclusiones. En M. d. Trelles, *Intervención del Diseño de Indumentaria en la Industria de la Confección en el Ecuador* (pág. 113). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Universidad del Azuay. (05 de 06 de 2012). *REGLAMENTO DEL SISTEMA DE AUTOEVALUACIÓN Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY*. Recuperado el 11 de 7 de 2018, de Universidad del Azuay, :
http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Reglamento_%20del%20sistema%20de%20autoevaluaci%C3%B3n%20y%20aseguramiento%20de%20la%20calidad.pdf

Universidad del Azuay. (08 de 04 de 2013). *INSTRUCTIVO DE PRÁCTICAS O PASANTÍAS PREPROFESIONALES DE LA FACULTAD DE DISEÑO*. Recuperado el 12 de 08 de 2018, de Universidad del Azuay:
http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Instructivo_%20de%20pr%C3%A1cticas%20o%20pasant%C3%ADas%20preprofesionales%20de%20la%20facultad%20de%20dise%C3%B1o.pdf

Universidad del Azuay. (08 de abril de 2013). *INSTRUCTIVO DE PRÁCTICAS O PASANTÍAS PREPROFESIONALES DE LA FACULTAD DE DISEÑO*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de Universidad del Azuay:
https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Instructivo_%20de%20pr%C3%A1cticas%20o%20pasant%C3%ADas%20preprofesionales%20de%20la%20facultad%20de%20dise%C3%B1o.pdf

- Universidad del Azuay. (23 de 03 de 2016). *Estatuto de la Universidad del Azuay*. Recuperado el 02 de 04 de 2018, de Categorías docentes: http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Estatuto_%20UDA.pdf
- Universidad del Azuay. (23 de 03 de 2016). *Estatuto de la Universidad del Azuay*. Recuperado el 02 de 04 de 2018, de http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/Estatuto_%20UDA.pdf
- Universidad del Azuay. (2016). *Vinculacion con la sociedad*. Recuperado el 01 de 04 de 2018, de Objetivos y Políticas de vinculacion: <https://vinculacion.uazuay.edu.ec/quienessomos#inicio>
- Universidad del Azuay. (2017). *Diseño Textil y Modas*. Recuperado el 22 de 05 de 2018, de Universidad del Azuay,: <https://www.uazuay.edu.ec/carreras/disenio-textil-y-moda>
- Universidad del Azuay. (21 de 03 de 2017). *Reglamento interno de carrera y escalafón docente de la Universidad del Azuay*. Recuperado el 03 de 04 de 2018, de <https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/REGLAMENTO%20INTERNO%20DE%20CARRERA%20Y%20ESCALAF%20C3%93N%20DOCENTE%20DE%20LA%20UNIVERSIDAD%20DEL%20AZUAY%20%20.pdf>
- Universidad del Azuay. (2018). *Historia Universidad del Azuay-50 años*. Recuperado el 24 de 11 de 2018, de Universidad del Azuay: <http://50.uazuay.edu.ec/historia/>
- Universidad del Azuay. (2018). *Modelo Educativo*. Recuperado el 22 de 04 de 2018, de Universidad del Azuay: <https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/uazuaymodelo-educativo-2018.pdf>
- Universidad del Azuay. (2018). *Oferta académica 2018 - Diseño Textil e Indumentaria*. Recuperado el 22 de 08 de 2018, de Universidad del Azuay: <https://www.uazuay.edu.ec/estudios-de-grado/carreras/disenio-textil-e-indumentaria>
- Universidad del Azuay. (2018). *PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2018 - 2022*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de Universidad del Azuay: <http://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/uazuay-plan-estrategico2018.pdf>
- Universidad del Azuay, U. (s.f de 2018). *Modelo Educativo*. Recuperado el 01 de 04 de 2018, de Universidad del Azuay: <https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/uazuaymodelo-educativo-2018.pdf>
- Universidad del Azuay, U. (s.f.). *Vinculación con la Sociedad-Quienes somos*. Recuperado el 21 de 08 de 2018, de Vinculación con la Sociedad: <https://vinculacion.uazuay.edu.ec/quienes-somos#inicio>

- Uribe Merino, J. F. (2007). *Anorexia, los factores socioculturales de riesgo*. Antioquia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Veneziani, M. (2007). *La Imagen de la moda*. Argentina: Nobuko.
- Zeas, S. (2016). Diseño de Indumentaria-Academia. En S. Zeas, *Entretejidos de Moda: Relaciones a través e la metáfora de sistema de conexiones que buscan alternativas para el diseño de indumentaria*. (pág. 170). Cuenca: Facultad de Diseño. Universidad del Azuay. Recuperado el 21 de 08 de 2018, de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5780/1/12100.pdf>
- Zeas, S. (2016). Diseño de Industria-Academia. En S. Zeas, *Entretejidos de Moda: Relaciones a través de la metáfora de sistema de conexiones que buscan alternativas para el diseño de indumentaria* (pág. 22). Cuenca: Facultad de Diseño. Universidad del Azuay.
- Zito, M. (2014). La ética del diseño sustentable. En C. d. Comunicación, *Cuaderno 48 - Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (págs. 95-105). Buenos Aires: Imprenta Kurz.

ANEXOS

Anexo 1: Listado alumnos graduados de la carrera de Diseño en Textiles y Modas correspondiente a las promociones 2015, 2016, 2017.

	Carrera	Identificacion	Estudiante	Email	Fecha Grado
1	DISEO TEXTIL Y MODA	1400615710	CABRERA ORELLANA GABRIELA LIZBETH	gabichita_kbrera@hotmail.com	10/07/2017
2	DISEO TEXTIL Y MODA	104973771	ARIAS CERN GALA INDIRA	gala-arias@hotmail.com	10/07/2017
3	DISEO TEXTIL Y MODA	105771240	SANCHO CARCHIPULLA DIGNA ESPERANZA	digna.esperanzasancho@gmail.com	10/07/2017
4	DISEO TEXTIL Y MODA	106419930	SEGARRA ORDOEZ BERNARDA CRISTINA	bernis_cristina@hotmail.com	10/07/2017
5	DISEO TEXTIL Y MODA	105774178	GALARZA QUEZADA MARA SOLEDAD	soledad_95galarza@hotmail.com	10/07/2017
6	DISEO TEXTIL Y MODA	919371187	CABRERA TAPIA MARA JOS	majo8805@gmail.com	10/07/2017
7	DISEO TEXTIL Y MODA	105518989	CAMACHO PAUTA MARA ALICIA	cam1994.ac@gmail.com	10/07/2017
8	DISEO TEXTIL Y MODA	302768817	MOROCHO BUSTAMANTE ANA BELN	stephy_mb90@hotmail.es	10/07/2017
9	DISEO TEXTIL Y MODA	302980461	CUENCA ARGUDO MARA BELN	belen.cuenca.1996@gmail.com	13/07/2017
10	DISEO TEXTIL Y MODA	105721641	LASSO LEN YESSENIA BELN	yessmia34@hotmail.com	13/07/2017
11	DISEO TEXTIL Y MODA	104729538	CADENA LPEZ GABRIEL SEBASTIN	cadenasebastian93@gmail.com	13/07/2017
12	DISEO TEXTIL Y MODA	302237433	ALTAMIRANO TENE MARA PAZ	mariapaz1095@gmail.com	13/07/2017
13	DISEO TEXTIL Y MODA	105904478	MOSCOSO OCHOA MARA PAZ	mapazmoscoso@gmail.com	13/07/2017
14	DISEO TEXTIL Y MODA	107391351	PAUTA COELLO DIANA CAMILA	camilapautacoello@gmail.com	13/07/2017
15	DISEO TEXTIL Y MODA	103856381	GUZMN HIDALGO ANABELL KARINA	anak_79@hotmail.com	13/07/2017
16	DISEO TEXTIL Y MODA	1400696074	GAIBOR FERNNDEZ SONIA ELIZABETH	elizabeth.gaibor.1311@gmail.com	14/07/2017
17	DISEO TEXTIL Y MODA	302016753	PELEZ OATE SAMANTHA ESTEFANA	sammypelaez@gmail.com	14/07/2017
18	DISEO TEXTIL Y MODA	105013304	MOGROVEJO TENECELAA ALEXANDRA XIMEN	ajime20_10@hotmail.es	14/07/2017
19	DISEO TEXTIL Y MODA	302237292	CALLE ASANZA ANDREA KATHERINNE	Kattycalle92@gmail.com	14/07/2017
20	DISEO TEXTIL Y MODA	105725055	QUEZADA GARCA ALEJANDRA PATRICIA	alejandraquezada2209@gmail.com	11/07/2017
21	DISEO TEXTIL Y MODA	106520869	VELE CAYMAYO MARITHZA ANGLICA	angelicavele@gmail.com	11/07/2017
22	DISEO TEXTIL Y MODA	105729792	TOLEDO GARZN JUAN ANDRS	juanesitog@gmail.com	11/07/2017
23	DISEO TEXTIL Y MODA	104703244	CALLE LOZANO ANDREA BELN	angie_calle89@hotmail.com	11/07/2017
24	DISEO TEXTIL Y MODA	105366793	ALVAREZ MOGROVEJO ANA CRISTINA	crisalvarez418@hotmail.com	11/07/2017
25	DISEO TEXTIL Y MODA	105115091	CARRION CHIMBO JESSICA XIMENA	guiezi333carri-@hotmail.com	11/07/2017
26	DISEO TEXTIL Y MODA	104743927	REINOSO CARTAGENA DANIELA JOHANNA	dani_5rei@hotmail.com	14/07/2017
27	DISEO TEXTIL Y MODA	107588287	HERRERA LUZURIAGA MARA PAULA	paula.herrera.95@hotmail.com	12/07/2017
28	DISEO TEXTIL Y MODA	107117145	BRITO HURTADO KARINA ALEXANDRA	karibrito21@gmail.com	12/07/2017
29	DISEO TEXTIL Y MODA	105881999	ALEMN PILLCO MARIANA GABRIELA	maryaleman94@gmail.com	12/07/2017
30	DISEO TEXTIL Y MODA	706514692	ORDEZ MOROCHO LIZBETH CRISTINA	liz_cristy@hotmail.com	12/07/2017

31	DISEO TEXTIL Y MODA	105382618	PAZMIO MARTNEZ MARA VERNICA	veritopazmino@hotmail.com	12/07/2017
32	DISEO TEXTIL Y MODA	107368201	GALARZA CASTRO DAYRA MAGALY	d-ayrmag16@hotmail.com	12/07/2017
33	DISEO TEXTIL Y MODA	105710339	TAPIA TAPIA PAULA CRISTINA	paut221@hotmail.com	07/07/2016
34	DISEO TEXTIL Y MODA	104645775	ARIAS LOAYZA ANDREA RENATA	renatarias@hotmail.com	07/07/2016
35	DISEO TEXTIL Y MODA	1900394352	ORDEZ JIMNEZ EYLEEN ASTRID	eyleenastrid_12@hotmail.com	07/07/2016
36	DISEO TEXTIL Y MODA	106041593	BRIONES ORELLANA TAMARA SALOM	tamybriones@hotmail.com	07/07/2016
37	DISEO TEXTIL Y MODA	104969340	ANDRADE GUILLERMO GABRIELA TATIANA	gapy515151@hotmail.es	07/07/2016
38	DISEO TEXTIL Y MODA	1400544803	TAPIA BARZALLO PATRICIA VALERIA	tvale999@hotmail.com	07/07/2016
39	DISEO TEXTIL Y MODA	105715833	GULLN QUINTERO ANA PATRICIA	anapatricia_1994@outlook.com	08/07/2016
40	DISEO TEXTIL Y MODA	105747802	JARAMA HERRERA CHRISTIAN ALEJANDRO	cristianjarama51@outlook.es	08/07/2016
41	DISEO TEXTIL Y MODA	105610463	BRAVO GORDILLO RITA VERNICA	veritobravog_91@hotmail.com	08/07/2016
42	DISEO TEXTIL Y MODA	105265375	PESNTEZ CALLE PAOLA ANDREA	paopesantez@hotmail.com	11/07/2016
43	DISEO TEXTIL Y MODA	1105209280	RAMREZ PIEDRA SONIA JULEYSI	yuleisy_rp@hotmail.es	11/07/2016
44	DISEO TEXTIL Y MODA	106513054	TENEZACA PAREDES JHESENIA KATHERINE	jhessytp@hotmail.com	11/07/2016
45	DISEO TEXTIL Y MODA	105196836	GALINDO PAZN JOHANNA TAMARA	galindotamaradesign@gmail.com	11/07/2016
46	DISEO TEXTIL Y MODA	1150040770	BERMEO POMA JOSSELYN ANAH	bellanis10_@outlook.es	11/07/2016
47	DISEO TEXTIL Y MODA	107452047	ALVARADO ORTEGA VERNICA ALEXANDRA	veronica_alv1@hotmail.com	11/07/2016
48	DISEO TEXTIL Y MODA	105567424	GALINDO DURN TANIA LISSETH	lizgalindo@outlook.com	11/07/2016
49	DISEO TEXTIL Y MODA	104263785	VINTIMILLA ROVALINO MARA BELN	nena_vinti@hotmail.com	11/07/2016
50	DISEO TEXTIL Y MODA	103952446	ESTRADA CARPIO LILIAN ESTHER	lilyestrada@hotmail.es	12/07/2016
51	DISEO TEXTIL Y MODA	1105876302	CARRIN TROYA CLAUDIA DANIELA	danielacarrion23@gmail.com	12/07/2016
52	DISEO TEXTIL Y MODA	106561038	TELLO SARMIENTO KAROLINA ALEXANDRA	karito_alexa_t@hotmail.com	12/07/2016
53	DISEO TEXTIL Y MODA	105418925	ARVALO MALDONADO ERIKA ROCO	ermal_6f@hotmail.com	12/07/2016
54	DISEO TEXTIL Y MODA	105335350	ASTUDILLO VALLEJO SAMANTHA MISHEL	samastudillo@outlook.com	12/07/2016
55	DISEO TEXTIL Y MODA	104646468	VILLALTA MOLINA FERNANDA ESTEFANIA	tefvillalta@hotmail.com	12/07/2016
56	DISEO TEXTIL Y MODA	105670384	BURBANO LPEZ TATIANA ALEJANDRA	mnburbano_93@hotmail.com	12/07/2016
57	DISEO TEXTIL Y MODA	302009295	SUQUITANA CALLE ENEIDA DE LA NUBE	eneidasuquitana@hotmail.com	12/07/2016
58	DISEO TEXTIL Y MODA	105755920	FAJARDO LOJA MARA ROSA	mery.fr@hotmail.com	12/07/2016
59	DISEO TEXTIL Y MODA	105210207	ZENTENO VASQUEZ GEOVANNA ALEJANDR	jangizen23.6@hotmail.com	12/07/2016
60	DISEO TEXTIL Y MODA	105410898	MALDONADO RUILOVA MARIELA VANESSA	mariemaldonado9@hotmail.com	13/07/2016
61	DISEO TEXTIL Y MODA	104265772	AVENDAO MEJA TATIANA	tatiana.aven4@gmail.com	13/07/2016
62	DISEO TEXTIL Y MODA	1104564347	JARAMILLO ARVALO CLAUDIA GABRIELA	claudettejaramillocherry@gmail.com	13/07/2016
63	DISEO TEXTIL Y MODA	302361993	HIDALGO ORMAZA ANDREA KATHERINE	andrea.hidalgo940@hotmail.com	13/07/2016
64	DISEO TEXTIL Y MODA	105361711	CAZORLA VINTIMILLA ANA CRISTINA	thelmedo@gmail.com	13/07/2016
65	DISEO TEXTIL Y MODA	106842024	CHOCHO AMAYA KATHERINE DEL ROCO	kata_2720@hotmail.com	15/12/2016
66	DISEO TEXTIL Y MODA	104204649	CHUMBI RIVERA KARLA VIVIANA	karla_bibi23@hotmail.es	15/12/2016
67	DISEO TEXTIL Y MODA	1716735103	LLANGARI PINCHAO LIGIA ELENA	elenallangari@hotmail.com	15/12/2016
68	DISEO TEXTIL Y MODA	105875660	ORDOEZ MOSCOSO MARIA JOSE	joshe_om094@hotmail.com	16/07/2015
69	DISEO TEXTIL Y MODA	104320551	FARFAN CARDENAS VALERIA MELISSA	valemelissa221193@hotmail.com	16/07/2015
70	DISEO TEXTIL Y MODA	1103742647	VAZQUEZ MARQUEZ NATASHA STEFANNY	natasha.vazquez@live.com	16/07/2015
71	DISEO TEXTIL Y MODA	106431026	VAZQUEZ SEGARRA ESTEFANIA PATRICIA	tff_vazquez@hotmail.es	16/07/2015
72	DISEO TEXTIL Y MODA	706677051	SANCHEZ PERALTA JOSELYN PAULETTE	joshilin13_05@hotmail.com	16/07/2015

73	DISEO TEXTIL Y MODA	301841268	VELIZ MATUTE CARLOS RENE	krlosv16@hotmail.com	17/07/2015
74	DISEO TEXTIL Y MODA	105248744	SAQUICELA CORDERO MARIA ELISA	lisamaria_19@hotmail.com	17/07/2015
75	DISEO TEXTIL Y MODA	105188254	CONTRERAS PESANTEZ MARIA VERONICA	b-rocp@hotmail.com	17/07/2015
76	DISEO TEXTIL Y MODA	103660098	TORRES ALVES KAREN MICHELLE	ktorresalves@hotmail.com	17/07/2015
77	DISEO TEXTIL Y MODA	104645262	GOMEZ TOBAR LISETH CAROLINA	karolinagomez@gmail.com	20/07/2015
78	DISEO TEXTIL Y MODA	103471983	CABRERA ORTIZ ADRIANA ESTEFANIA	adri.aeco@hotmail.com	20/07/2015
79	DISEO TEXTIL Y MODA	104042437	APOLO GUERRA DANIELA	dany_a93@hotmail.com	21/07/2015
80	DISEO TEXTIL Y MODA	105383368	PACHECO GALINDO ANDREA KATHERINE	andreapacheco_36@yahoo.com	21/07/2015
81	DISEO TEXTIL Y MODA	105244404	SAMANIEGO REGALADO MARIA FERNANDA	fer_samaniego12@hotmail.com	22/07/2015
82	DISEO TEXTIL Y MODA	105268908	PROAO BRITO MARIA CRISTINA	titina_893@hotmail.com	22/07/2015
83	DISEO TEXTIL Y MODA	105249957	QUEZADA SILVA DIANA CAROLINA	dcquezadas@hotmail.com	22/07/2015
84	DISEO TEXTIL Y MODA	104352463	OCHOA GONZALEZ PABLO FIDEL	pillilito8a@hotmail.com	22/07/2015
85	DISEO TEXTIL Y MODA	104647995	IDROVO VINTIMILLA TAMARA ESTEFANIA	tamy_1666@hotmail.com	10/12/2015
86	DISEO TEXTIL Y MODA	104808902	PADRON FLASHER KELSI MARIE	kelsi_pf91@hotmail.com	10/12/2015
87	DISEO TEXTIL Y MODA	104440250	MUY PEREZ MARIANA ESTEFANIA	mar_1192@hotmail.com	10/12/2015
88	DISEO TEXTIL Y MODA	106334295	PINTADO VALLEJO GABRIELA ESTEFANIA	teffa08-94@hotmail.com	10/12/2015
89	DISEO TEXTIL Y MODA	105940597	BERMEO MAISINCHO WILLIAM PAUL	paul07berm@hotmail.com	10/12/2015

Anexo 2: Oficio Servicio de Rentas Internas / Tabla distribución de contribuyentes según su tamaño.



Oficio No101012018OPLN000828
Cuenca, 20 de marzo de 2018
Asunto: Solicitud de Información

Dis.
María Belén Cordero Cobos
Av. 24 de mayo 7-77
Ciudad

De mi consideración:

Atendiendo a su oficio sin número, ingresado en la oficina de la Secretaría Zonal 6 del Servicio de Rentas Internas con número de trámite # 101012018009702, me permito detallar a continuación la información solicitada:

Cuadro # 1

TAMAÑO	CODIGO CIU	# CONTRIBUYENTES
Grande	C141002	3
Mediana	C141002	1
Micro	C141002	844
Pequeña	C141002	63

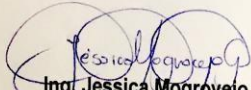
Fuente: Oracle Discoverer
Elaborado por: Departamento de Planificación y Control de Gestión

Le recuerdo que la información que se remite, deberá ser utilizada únicamente para los fines descritos en el oficio por Usted enviado.

f.) El Dr. Armando Lana Torres, DIRECTOR ZONAL 6 DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.

Proveyó y firmó el Oficio que antecede, el Dr. Armando Lana Torres, DIRECTOR ZONAL 6 DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, en Cuenca, a 20 de marzo de 2018.

Lo certifico.-


Ing. Jessica Mogrovejo
SECRETARIA ZONAL 6 (S)
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Anexo 3: Oficio Servicio de Rentas Internas / Listado contribuyentes según Código CIU 14 1002.

NUMERO_RUC	RAZON_SOCIAL	NOMBRE_COMERCLASE_CONDESCRIPCIONES				CODIGO_CIACTIVIDAD_ECONOMICA	
1000999300	SERRANO HURTADO RODRIGO EFRAIN	CASA DEPORTIVA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10012412200	CALDERON GUILLEN RUTH MAGDALENA	ALMACEN EL CHICO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10012412200	CALDERON GUILLEN RUTH MAGDALENA	ALMACEN EL CHICO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10025375600	CAMPOS CALLE FLORA MARIANA DE JESUS	INDUSA INDUSTRIAS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10025375600	CAMPOS CALLE FLORA MARIANA DE JESUS	INDUSA INDUSTRIAS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10123885500	SOLANO JARA ZAIDA LUZMILA	TEJIDO ZAIDITA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10108956300	OCHOA RODAS FELIPE ARGENIO	FACO INDUSTRIAS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10108956300	OCHOA RODAS FELIPE ARGENIO	FACO INDUSTRIAS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10121177900	GALINDO JIMENEZ LIVIA AZUCENA	FIVE STARS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10146781900	MATUTE RAMON MANUEL ALFREDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10158546100	CARPIO CARPIO RUTH ESPERANZA	RC SPORT.	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10159404200	SARANGO GONZALES DOLORES LUCIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10159404200	SARANGO GONZALES DOLORES LUCIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10159404200	SARANGO GONZALES DOLORES LUCIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10137460100	SERRANO ORTIZ JOSE CLEMENTE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10147216500	NARVAEZ OCHOA GLORIA MARINA	SIVISTE BOUTIQUE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10147216500	NARVAEZ OCHOA GLORIA MARINA	SIVISTE BOUTIQUE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10211154900	GARZON RODAS MERY AIDE	TROFESPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10199312900	MATUTE PESANTEZ ANGEL GABRIEL	ATLETIC SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10189389900	GUARTATANGA PALACIOS ROSA ELOISA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10190248400	PALACIOS MENDEZ LILIA GEORGINA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10200890100	CABRERA ESPINOZA JOSE ROLANDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10196886500	PILLCO LOZA CARLOS OLMEDO	CABANNA JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10203603500	MONTALEZA AREVALO MARIA TERESA	CANDO SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10220017700	PEÑAHERRERA AREVALO GUIDO NIVARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10225354900	IDROVO ZHAPA GLORIA ISABEL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10237322200	CALLE MEJIA LUIS EUGENIO	SENALETICA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10237322200	CALLE MEJIA LUIS EUGENIO	SENALETICA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10237322200	CALLE MEJIA LUIS EUGENIO	SENALETICA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10226352200	BACUILIMA MACANCELA JORGE OSWALDO	ARMIS SPORT LINE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10217163400	CRIOLLO SANCHEZ JULIO RODRIGO	CREACIONES JULIO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10231049700	SANCHEZ ZABALA ELISABETH SOFIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10231049700	SANCHEZ ZABALA ELISABETH SOFIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10237532600	GUAMBAÑA CHAVEZ CARMEN LUVINA	CONFECCIONES C	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10245637300	GALVEZ VELASCO ELVER FERNANDO	ZOGA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10256533000	LUCERO CORAIZACA CARLOS ALBERTO	CJ. CONFECCIONES	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10233954600	BRITO PROAÑO SILVIA CATALINA	BRITEX	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10251310800	MENDIETA BARRERA JAIME NELSON	ROCKA JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10234258100	LOPEZ BARRIGA FABIAN PATRICIO	SV CONFECCIONES	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10235490900	PUMA NARVAEZ MARTHA FABIOLA	E.S.K. SPORTS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10246618200	FERNANDEZ DE CORDOVA AGUILERA PEDRO DA	LIKE YOU	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10271906900	ZHAGUI CRIOLLO MARIA LASTENIA	MARY SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10260373500	TORRES CHERRES MONICA MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10293398300	VALVERDE BERMEO MIRIAM ROCIO	CV JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10293398300	VALVERDE BERMEO MIRIAM ROCIO	CV JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

10286970800	GUARTATANGA PALACIOS TANIA DEL CARMEN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10286997100	LEON AZAÑA JULIA ISABEL	INDUSTRIAS KAMA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10307240100	LOPEZ ORELLANA ISABEL NARCISA	CREACIONES CHAR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10307240100	LOPEZ ORELLANA ISABEL NARCISA	CREACIONES CHAR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10291413200	TACURI VASQUEZ GLADYS YOLANDA	BELLA NOVIA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10295041700	CHABLA MUÑOZ RUTH CECILIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10335882600	URGILES ORTIZ DIANA SUSANA	CHOVS SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10356421700	SANCHEZ BARROS TAYRON FRANCISCO	DISTRIBUIDORA SA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10349051200	ORDÓÑEZ MORA MONICA ALEXANDRA	SEGATEX SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10400638200	BACULIMA MORA ROSA ELVIRA	BORDADOS ANITA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10405861500	GARATE AMOROSO DANIELA ALEXANDRA	ESBI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10347622200	TENESACA CRIOLLO LUIS MARCELO	STEEVEN DESINGS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10402265200	DONOSO LOYOLA ALEXANDRA PATRICIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10402265200	DONOSO LOYOLA ALEXANDRA PATRICIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10430019900	LONDA MIRANDA DELIA MARISOL	CREACIONES ERIK	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10353296600	JARAMA RAMON DORA MARIBEL	FABRICA DE CAMIS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10449271500	PAUCAR AGUDO MAURO PAUL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
19000329900	PASAMANERIA S.A.	PASA	ESPECIAL	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
19000329900	PASAMANERIA S.A.	PASA	ESPECIAL	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
19000329900	PASAMANERIA S.A.	PASA	ESPECIAL	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10520103200	FREY JIMENEZ JOSE MIGUEL	INTERTEXO SA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10520103200	FREY JIMENEZ JOSE MIGUEL	INTERTEXO SA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10520103200	FREY JIMENEZ JOSE MIGUEL	INTERTEXO SA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10412971300	MEJIA MEJIA EVA PIEDAD	FADIMEJ	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10412971300	MEJIA MEJIA EVA PIEDAD	FADIMEJ	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
10424995800	DURAN LOPEZ MARIA ELISA	ARTEZOO	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

302021605001	CRESPO QUINTEROS MARTHA GABRIELA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
502153661001	VELA TAPIA ANA LUCIA	BORDADOS CON	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301579587001	SIMBAÑA SIGUENCIA JOSE MIGUEL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301579587001	SIMBAÑA SIGUENCIA JOSE MIGUEL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301579587001	SIMBAÑA SIGUENCIA JOSE MIGUEL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
701894966001	FARFAN CAMACHO ITALO ALADINO	CREACIONES YOSO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1102059688001	LOJAN ÑIGUEZ NANCY BEATRIZ	CREACIONES AND	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1102738455001	JARAMILLO MAZA CARMITA MAGALI	DALEZKA SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1102738455001	JARAMILLO MAZA CARMITA MAGALI	DALEZKA SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1706309976001	LEON LEON GLORIA XIMENA	G L DISEÑOS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1710788926001	RIVADENEIRA VALENCIA GLADYS GRACIELA	NICO SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1800974477001	VARGAS MENA HECTOR GUSTAVO	CONFECCIONES VI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1801543230001	VILLACIS PEREZ CARLOS ELIAS	CREACIONES CHAR	ESPECIAL	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1801929405001	LLERENA RAMOS NARLON GEOFRE		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1801864339001	TABOADA PICO MENTOR GUILLERMO	CAMISAS ORIGINA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103817839001	SINCHE SARMIENTO MONICA GLADYS	JHARAT JEANS & C	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
101307791001	BUENO MARIA ESPERANZA	FRADA SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
101307791001	BUENO MARIA ESPERANZA	FRADA SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
906950126001	URGILES CESAR ARIOSTO	DITEX	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104103031001	CAJAS LEON CARLOS ALFONSO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103224754001	MENDOZA CELLERI JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

103224754001	MENDOZA CELLER JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103224754001	MENDOZA CELLER JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103224754001	MENDOZA CELLER JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104093968001	RUIZ JARA CATALINA DE LOS DOLORES	CREACIONES RISTO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104093968001	RUIZ JARA CATALINA DE LOS DOLORES	CREACIONES RISTO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101692069001	SALDAÑA LEON MARIA INES		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1716619679001	SALINAS CUEVA DIANA BRIGITTE	SOE-M	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
100748888001	CRIOLO LOJANO MARIA DOLORES	CONFECCIONES O	MRISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102225737001	GALVEZ VELASCO FREDDY GUSTAVO	DZOO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102688264001	VELEZ VINTIMILLA XAVIER ALEJANDRO	TEXTILES MANU	Y OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102532942001	PAUTA DELGADO TANIA ELISABETH	PAD SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102218898001	SANCHEZ BUSTAMANTE MARCO ANTONIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103692356001	TENESACA RAMON RAMIRO LEONARDO	RALT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103692356001	TENESACA RAMON RAMIRO LEONARDO	RALT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101778017001	FAREZ FAREZ PIEDAD CLAUDINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101425510001	PACHAR PLAZA JULIO CESAR	ARELDI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101425510001	PACHAR PLAZA JULIO CESAR	ARELDI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101425510001	PACHAR PLAZA JULIO CESAR	ARELDI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101425510001	PACHAR PLAZA JULIO CESAR	ARELDI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104074547001	TEJEDOR TOLEDO PATRICIO FERNANDO	XODIO CLOTHING	JOTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104074547001	TEJEDOR TOLEDO PATRICIO FERNANDO	XODIO CLOTHING	JOTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102379351001	CALLE FLORES SUSANA MARIANITA DE JESUS	AGUJA Y LINEA DIS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102379351001	CALLE FLORES SUSANA MARIANITA DE JESUS	AGUJA Y LINEA DIS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103480232001	TELLO CEDILLO EDWIN FERNANDO	GOU BABY & KIDS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102999240001	AUCAPIÑA PACURUCU JORGE RODRIGO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
701782468001	FEIJOO ULLOA ZOILA MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101014041001	SARMIENTO SISALIMA GLADIS MARLENE	DISENOS D' LUIS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101014041001	SARMIENTO SISALIMA GLADIS MARLENE	DISENOS D' LUIS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101615896001	ANDRADE MARIN ALFONSO MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103689964001	ASITIMBAY QUIZHPI OSCAR DANILO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103950119001	TORRES LOPEZ CARMEN ALICIA	CREACIONES TORR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101880391001	PARRA BELTRAN HERNAN MIGUEL	CONFECCIONES H.	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101880391001	PARRA BELTRAN HERNAN MIGUEL	CONFECCIONES H.	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101880391001	PARRA BELTRAN HERNAN MIGUEL	CONFECCIONES H.	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101443307001	AUQUILLA QUITO LUIS MARIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101443307001	AUQUILLA QUITO LUIS MARIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
100233386001	CARDENAS BUSTOS LUPE MICAELA	BOUTIQUE GALO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101650158001	SINCHI SALDAÑA SONIA TERESA	CONFECCIONES M	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103629028001	COCHANCELA GUZMAN FLAVIO PATRICIO	TALLER DE JEAN P	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1100648581001	PINTADO AREVALO MARCO ANTONIO	ECUATORIANA DE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1100648581001	PINTADO AREVALO MARCO ANTONIO	ECUATORIANA DE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101575397001	MALDONADO ALVAREZ ROSA YOLANDA	KUBO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104643945001	RIVEROS CRUZ RICAR MAURICIO	ACTION PEOPLE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101375772001	URGILES RAMOS MARIA LEONOR	ML PRODUCTS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

101218154001	GUARTATANGA CAÑAR MARIA BRIGIDA	STYLE JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103674958001	VALVERDE BERMEO LAURA ELIZABETH	CV CONFECCIONE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102354735001	CARCHIPULLA BERMEO LETICIA GENOVEVA	LETCARLIZ	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104650270001	NIEVES QUILLI HUGO EDUARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104650270001	NIEVES QUILLI HUGO EDUARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104578877001	VALVERDE MERCHAN EVA FANNY		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
301385837001	BUSTOS VICUÑA ARACELI DEL ROCIO	MIA LENCERIA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
301385837001	BUSTOS VICUÑA ARACELI DEL ROCIO	MIA LENCERIA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105055636001	PINTADO BACUILIMA FREDDY LENIN	CADUCEO CASAM	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105055636001	PINTADO BACUILIMA FREDDY LENIN	CADUCEO CASAM	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103814216001	VALVERDE BERMEO JENNY SUSANA	C.V. CONFECCION	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103814216001	VALVERDE BERMEO JENNY SUSANA	C.V. CONFECCION	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
501694541001	TOAQUIZA VIERA PLINIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104638309001	GUACHICHULLCA BARBECHO GLADYS LUZMILA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105161020001	PUMA ORELLANA DAYSI JESSICA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103576526001	MENDEZ JIMBO GUADALUPE DEL ROCIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103576526001	MENDEZ JIMBO GUADALUPE DEL ROCIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102266400001	DIAZ MEJIA FABIAN EDUARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102266400001	DIAZ MEJIA FABIAN EDUARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104997168001	CONTRERAS MINCHALA ANDRES LUIS	GLOBAL TEX	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104065917001	GORDILLO ORTIZ CELESTINA ELIZABETH	ELITEX SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104196480001	MEJIA MEJIA MARIA YOLANDA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

104698014001	FAREZ VIZHÑAY ALICIA VERONICA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104591201001	LITUMA GARCIA MARCIA PIEDAD	CASA DEPORTIVA	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102460276001	DOMINGUEZ YUNGA INES MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102179603001	BARROS LOJA MIGUEL TARQUINO	SASTRERIA MOD	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101684447001	NARVAEZ MENDIETA MARIA ESTHELA	CONFECCIONES	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104472089001	PACHECO QUIROZ SANDRA GABRIELA	SAMANTHA JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104424932001	ORTIZ VIVAR BLANCA PIEDAD		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1003411210001	CACERES MALDONADO JOSE ANTONIO	ARTESANIAS YAMD	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101738532001	LIMA ESPINOZA LUIS ALBERTO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
916095631001	VASCONEZ AGUILERA MARIA ELIZABETH	LA XPERTA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104684931001	BONILLA PACHECO MERCEDES MAGDALENA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102169307001	BERMEO FAREZ MAGDALENA DE JESUS	CONFECCIONES	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
300342102001	REINOSO CARDENAS FERNANDO ARTURO	DOMADOR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
300342102001	REINOSO CARDENAS FERNANDO ARTURO	DOMADOR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
300342102001	REINOSO CARDENAS FERNANDO ARTURO	DOMADOR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

602941262001	CHASILUISA ABARCA MARCIA GENOVEVA	MAS QUEAOTROS COSTUR		AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102621133001	TORRES ASTUDILLO GEBRICA MARISOL	MODASPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104831847001	GUEVARA VERGARIN MANUEL MESIAS		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
701676298001	PESANTEZ MOROCHO RODRIGO DE JESUS	SASTRERIA MOD	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104090998001	VALDIVIEZO QUITO JULIA ALEJANDRINA	BORDADOS DISF	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190361357001	DICOVS, DISEÑOS, CONFECCIONES Y VENTAS CIA	DICOVS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104116173001	JARA LAZO ROBERTO CARLOS		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103639647001	CAJAS LEON JAIME LEONIDAS	JEAN BLUE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103639647001	CAJAS LEON JAIME LEONIDAS	JEAN BLUE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102520806001	ALPALA LANDY ROSA XIMENA	TEJIDOS ANDREITA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103573960001	YUNGA ROCANO GLORIA MARLENE	CONFECCIONES G	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104821780001	LEON CALLE BERTHA ESPERANZA	VANEMODA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102306404001	MUÑOZ JARA MARISOL DEL CARMEN	UNIFORM HOME C	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102306404001	MUÑOZ JARA MARISOL DEL CARMEN	UNIFORM HOME C	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103561189001	CHAGLLA SALAZAR PATRICIA ELIZABETH	FATEXA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105326391001	BENAVIDES ROMERO MONICA ELIZABETH		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104473616001	MORA CARCHI MARIA ISABEL	HOWARD KIDS & G	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101349645001	PACHAR PLAZA MARIA LUISA EMPERATRIS		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102785508001	MOROCHO MATUTE CARMEN ROSARIO	CORTE CONFEC	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105244081001	ORTEGA QUEZADA JOAO VICENTE	JOAO SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104772835001	BUELE BUENO SANDRA MARIBEL	PEKEÑITOS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102853645001	QUIZHPI MURILLO ELEONORA CUMANDA	GABKAR ROPAMRISE DE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103874137001	MATUTE ANGUISACA JOSUE ISRAEL	GOSÉN	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190370062001	INDUSTRIA DE LA MODA INMODA CIA. LTDA.	INMODA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104700927001	CRIOLLO ZHAGUI SEGUNDO LUIS	MANTIS	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102012457001	TOLEDO CALLE NUBE GUADALUPE	CASA DEPORTIVA T	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1203763741001	CUZCO ARGUELLO JONNY JOSE	CONFECCIONES M	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104226329001	ALTAMIRANO GOMEZ DIEGO JOSE	JOSHELO DESIGNE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104226329001	ALTAMIRANO GOMEZ DIEGO JOSE	JOSHELO DESIGNE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
106023138001	ALBARRACIN NAVAS DIANA NATALY	DAD BABY	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1714347224001	BERREZUETA SARAGURO JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1714347224001	BERREZUETA SARAGURO JULIO OSWALDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105615983001	SOLORZANO CEVALLOS PAUL VICENTE	DJEANS COLLECTO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101096840001	LLVICURA MENDEZ BLANCA REBECA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104264437001	PESANTEZ MOROCHO CARLOS ANDRES	MORLACOS JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104127840001	MATUTE ZUMBA AIDA ROCIO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102797966001	CALVACHE RODAS CARLOS LUIS	C Y C TEXTILES Y D	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102797966001	CALVACHE RODAS CARLOS LUIS	C Y C TEXTILES Y D	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104687439001	SEGARRA MARQUINA BELLA OLIVA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102141611001	BECERRA GUILLEN DORA MIREYA	MAE ROPA INFANT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102518370001	ANDRADE JARAMILLO CARMEN CECILIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104807037001	BRITO PROAÑO EDGAR ESTEBAN	CONFECCIONES B	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
106643372001	NAULA ZUMBA MARTHA DELIA	CONFECCIONES SA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
801435314001	SOLIS YAGUAL BETTY YOLANDA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

302509799001	IDROVO CALDERON JOHANNA ALEXANDRA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104429576001	OCHOA ARIZAGA JESSIE CAROLINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104429576001	OCHOA ARIZAGA JESSIE CAROLINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1800141234001	TOAPANTA ICHINA JUAN MATIAS	TEJIDOS SANDRITA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1714307699001	PESANTEZ MARQUEZ DORIS MELIDA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103957478001	ENDERICA CORONEL ANDREA PAULINA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104733514001	NAULA ZUMBA LUZ ANA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105625255001	RODRIGUEZ CHOCHO LOURDES EULALIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104042437001	APOLO GUERRA DANIELA	DACRI DISEÑO DE	MOTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1103121305001	YANANGOMEZ YAGUACHI JOSE MANUEL	GOMEZ SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1103121305001	YANANGOMEZ YAGUACHI JOSE MANUEL	GOMEZ SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105445399001	CHIMBO LOJANO JOHANNA ALEXANDRA	CREACIONES JOHA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106033798001	PUIN CAMPOVERDE JOSE LEONARDO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103229985001	UZHCA PEREZ MARIA LUZMILA	WORDTEX	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105266209001	FARFAN ORDOÑEZ LUIS MIGUEL	ADICTION	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105759609001	ORELLANA ORELLANA JUAN JOSE		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
300800935001	JARAMILLO CASTILLO MARIA GENOVEVA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
300800935001	JARAMILLO CASTILLO MARIA GENOVEVA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
102308459001	CARRASCO VIZHNAY BLANCA LEONOR		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103309563001	NAULA ZUMBA MARUJA BEATRIZ	SAJTEX BETTYS SP	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105386148001	YUPA ALVAREZ ROSA AZUCENA	EL SASTRERITO JEA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105207674001	BRAVO NEIRA MARIANA DEL ROCIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104856125001	TEPAN CHUMBAY MIRIAM SUSANA	AZUAY LAVANDERI	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103439972001	ZHININ SAQUIPAY SANDRA BEATRIZ		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105168975001	BACUILIMA SARAGURO MARTHA ISABEL		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301249389001	CALLE GARCIA ELSA BEATRIZ		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104054689001	MAZA BARBECHO CARMEN GUADALUPE	CYR SPORTSWEAR	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103750105001	TACURI GUZMAN EDGAR IVAN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
101836864001	ORDOÑEZ VALDIVIESO SILVIA LILIANNE		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

104450762001	JIMENEZ QUEZADA FELIPE EFRAIN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104656426001	FLORES FLORES AIDA VIOLETA	CONFECCIONES AL	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104678206001	AYAVACA LOJA JUAN PABLO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

102530516001	CHIMBO LOJANO MARIA CARMEN		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
703641209001	TACURI ZAMBRANO SARA PATRICIA	TALLER VIRGEN DE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105659163001	CORDOVA SOLIS MARIA CRISTINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301810735001	ULLAURI PARRA BYRON RODOLFO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103043220001	QUIROGA GUAMAN SONIA RAQUEL	KAVA SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104098827001	CARCHIPULLA LOJA HILDA LUCIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104914031001	GAÑAN CHUMBAY JANNETH MERCEDES		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1400544803001	TAPIA BARZALLO PATRICIA VALERIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104195029001	NAULA ZUMBA MARGARITA GERARDINA	CREACIONES MAG	YRISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104221668001	CHICAIZA BRITO JUAN PABLO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1802497683001	CHIPANTIZA CHIPANTIZA MIRIAN DEL CARMEN	GABYS JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1802497683001	CHIPANTIZA CHIPANTIZA MIRIAN DEL CARMEN	GABYS JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103863312001	GUILLEN SERRANO MARIA ELISA	RETRO INDUSTRIE	SRISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
190411591001	CONFECCIONES FRADASPORT CIA. LTDA.		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
190411591001	CONFECCIONES FRADASPORT CIA. LTDA.		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106765886001	FREY JIMENEZ MOISES SAMUEL	FREYMARK	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106765886001	FREY JIMENEZ MOISES SAMUEL	FREYMARK	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104596952001	PAUTE DOMINGUEZ ANA LUCIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
101606903001	JARAMA JARAMA MARIA LETICIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105317325001	CLAVIJO LAZO DIANA CECILIA	CREACIONES ANIT	AOTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
107381733001	SISALEMA TONATO NORMA VIOLETA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103610465001	PILLACELA PILLACELA JULIA VICTORIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103689709001	VILLAVICENCIO LOPEZ OLGA MARIANELA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104849484001	LOJANO TENESACA MONICA BEATRIZ		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103350930001	AREVALO QUINDE BLANCA ESPERANZA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105752158001	PILLACELA MARIN JESSICA ELIZABETH		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106070048001	MEJIA LEON WILLIAM DAVID		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106065667001	VILLACIS SARMIENTO MONICA JOHANNA	DAFIS JEANS	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104308960001	AYALA JARAMA ANA CECILIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1891762743001	ASOCIACION DE PRODUCCION DE CALZADO Y ROPA CALLEJON INT		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104071832001	MOROCHO CHICAIZA NELLY JANNETH		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105711691001	RIVAS ARIAS JOHANNA ISABEL		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103971180001	ALBARRACIN CUENCA ROSA LASTENIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

100961143001	CRIOLO DOMINGUEZ MARIA ENCARNACION		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105220867001	NARVAEZ LATA CRUZ ANDREA	COMEXCO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106838451001	FERNANDEZ LUCERO RUTH BELEN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
706677051001	SANCHEZ PERALTA JOSELYN PAULETTE	OOUB	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105443873001	SINCHI MARCATOMA MAYRA NARCISA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105077903001	FERNANDEZ CAPON CHRISTIAN MIGUEL	GANNEL	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
102421237001	GUAMANRRIGRA QUEZADA CARMEN ROSA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104453980001	YANZA SARMIENTO SANDRA EUGENIA	J. Y S. CONFECCION	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
102009925001	PADILLA GARCIA MARIA ISABEL	CONFECCIONES M	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106527310001	SANCHEZ BONILLA EDUARDO ADRIAN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103299707001	BACULIMA CARANGUI OLGA BEATRIZ		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105407316001	ENCALADA YUNGA ANA ELIZABETH		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
150461523001	CULQUIPUMA CRIOLO MARCO VINICIO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
301981643001	BERMEO GUERRERO CARLA VANESSA	K.TU	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
107591505001	ZUQUILANDA CUMBE CARMEN ROCIO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103210944001	NARANJO GUDIK RUBEN JONATHAN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104247234001	PINEDA PULGARIN TERESA DE JESUS		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103408514001	AYLLON CALLE ANA MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106050867001	PALACIOS CRUZ ROSA ANGELICA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1713611901001	FAJARDO MOROCHO NORMA GLADYS		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
103210415001	CONTRERAS ZUMBA MARIA SOLEDAD	MODAS EVELYN	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104860887001	ABAD AVILA BLANCA MARISOL	GLOMOURS KIDS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104252754001	CALLE NAVARRO MARTHA ISABEL		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104228119001	GUAILLAS MOROCHO MARIA EUGENIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
190415716001	SAOTEXTIL SARA & OFELIA TEXTILEROS CIA. LTDA.		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104360193001	CORO REZA ROCIO DEL PILAR		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
104955687001	ZHAPAN GUAMANTARIO ELISA MARIA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105549554001	TRELLES CALLE NORMA JAQUELINE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105972392001	GALLEGOS AGUILAR JULIA CRISTINA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
105535272001	ANGUISACA BANEGAS ELISA PAOLA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
1207196260001	CALERO LOZANO MARYURI ELIZABETH		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
102658796001	MOGROVEJO AYABACA BLANCA CLEMENTINA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
107049918001	TENEMPAGUAY TORRES JUAN CARLOS		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)
106209166001	PLAZA GUANOQUIZA BLANCA SUSANA	ELIZ SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(...)

105112940001	FERNANDEZ UGUÑA FRANKLIN GUSTAVO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
301636445001	SALAMEA AVILA MARIA JOSE	LISANGE	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102995008001	SANCHEZ RAMIREZ SANTOS ANGELICA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
106907447001	CARABAJÓ QUINDE NUBE MARICELA	SPORT CISNE	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105030324001	MENDEZ BERNAL JESSICA FERNANDA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102778198001	AVILA CHIMBO JULIA SALVINA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104905286001	VALENCIA VILLALTA TAMARA LUCIA	VALENCIA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103625745001	AYALA TENESACA LUIS ENRIQUE	FACTORY ROYSS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190422941001	THE RED SPORTS		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105229348001	CARCHIPULLA LOJA MIRIAM ANGELITA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1891767524001	SUCESION INDIVISA VILLACIS PEREZ MARIA MAG	MADELEINE HIJO	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102530078001	OLIVO PILA PILAR MARLENE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105566962001	QUITO AYAVACA BYRON PATRICIO	PROVESEIN	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105366793001	ALVAREZ MOGROVEJO ANA CRISTINA	CA CRISTINA ALVA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190420957001	CASA DEPORTIVA CALLE CADEPCA SOCIEDAD ANONIMA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
912083177001	CARABALLO LOJA VILMA ROSA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
924620495001	BERMEO CHILLOGALLI MARTHA CECILIA	CONFECCIONES M	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103214391001	GUERRERO GUERRERO TERESA MARIA	AME	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
919886176001	CUADRADO ZAMBRANO PERLA ESTELA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
151527363001	WEAVER MARGARET SUSAN		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190426912001	RODEPORT CIA. LTDA.		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1207035633001	ROMERO FERNANDEZ DARWYN MARCIAL	CONFECCIONES H	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1708492101001	CALERO GALARZA MARIA ELENA	CONFECCIONES M	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
150712099001	COLLAGUAZO GUAMANRRIGRA HENRY GEOVANNY		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102240835001	LLIVISACA NIEVES SONIA CECILIA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104524343001	SANCHEZ ASTUDILLO MIRIAM TRANSITO	LA FABRICA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105714273001	CRIOLLO CAJAMARCA JUAN CARLOS	IMPERIAN WORLD	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105050561001	GUAMAN JIMBO CARMEN ROCIO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105016075001	TACURI SINCHI SONIA JANETH	SATURTEX	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
604849265001	ASTUDILLO FLORES MATEO ISMAEL	VUELO 93 JEANS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104570007001	MEJIA MEJIA ANA CARMELA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
1802782043001	GOMEZ CALERO ELIZABETH NOEMI	DAVID SPORTS	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102992344001	TAPIA VASQUEZ JULIA BERTILDA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
301746871001	FAJARDO PARRA ESTEBAN ANDRES		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190425150001	W INK	WINK	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102950128001	NIEVES QUILLI MARUJA DEL ROCIO	BOW SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
106606379001	GUALLPA SARMIENTO LAURA HERMELINDA	LAURIS CONFECCI	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102799350001	ROLDAN SACAQUIRIN RUTH ALEXANDRA	GRAN JEAN	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
107275877001	MOROCHO GUAMAN MAIRA GIMENA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
150095313001	DOMINGUEZ JADAN DIEGO PAUL	GLOBAL SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104848361001	CHUNZHO REINO DIANA JOSEFINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

103793758001	NAULAGUARI INGA BLANCA SUSANA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190428044001	ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL APROTASARI	ASARI SONRISA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104736897001	PATIÑO CHITACAPA DIANA ESPERANZA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104183280001	LOJANO PALOMEQUE JOSE LORENZO	MARY SPORT	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105639454001	SISALIMA CHAPA MAYRA ALEXANDRA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105886386001	BACUELIMA TENEMEA FRANKLIN RODRIGO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102356979001	CHUNCHI QUIZHPI MARIA DOLORES		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103872743001	ACOSTA HERRERA ANTONELLA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104169628001	PESANTEZ ALVAREZ JUAN JOSE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190426009001	ABAD LANDACAY WILSON	FABRICACIÓN DAM	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
106776735001	PEREZ SARI GABRIEL ENRIQUE	KARDEX	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
924621071001	BRIONES PEREZ CARLOS FELIPE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104266937001	ACOSTA HERRERA JOAQUIN		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104265772001	AVENDAÑO MEJIA TATIANA	OLAROSA	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104504725001	GARCIA ARTEAGA SERGIO DANIEL		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105037543001	CAMPOS PERALTA MERCY BEATRIZ	TEJIDOS ANDREITA	OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104489455001	GUAMAN PADILLA LUCINDA ROCIO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
151674603001	ABAD LANDACAY WILSON	FABRICACIÓN DAM	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103570701001	ORTIZ HUARTAN MARIA LUISA	AG SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104165899001	CHUQUITARCO MUÑOZ SILVIA JANNETH		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
300775434001	MONTERO ORTIZ CLEVER ALFONSO		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
101967156001	DURAN DELGADO ESTHELA DE JESUS		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
107456493001	QUITO ROLDAN MONICA GABRIELA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
302026943001	GUANOLIQUE TACURI TANIA KARINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
190431290001	ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL MI PROGRESO AZUAYO "ASO		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
102314374001	CHACHO NIEVES CLAUDIO GERMAN		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104341169001	YARIGSICHA QUINDE GLADYS MARLENE		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
103368098001	BARBECHO BENAVIDES MARIA DOLORES		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105634596001	QUITO CHIMBO MAYRA ISABEL		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105265375001	PESANTEZ CALLE PAOLA ANDREA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104056346001	MERCHAN BUENO ANDREA FERNANDA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
107095663001	MERCHAN GUARANGO CLAUDIA MARCELINA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

104459433001	PERALTA VARGAS JANNETH MARICELA		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104165071001	RAMON ESPINOZA MARIA FERNANDA		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105307912001	UYAGUARI QUITO JUAN CARLOS		RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105872816001	ZAMBRANO MOROCHO DANILO RENE		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
105685804001	CASTRO INGA MESIAS ALEJANDRO	EMPRESIAL	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
107617490001	PAÑO NAULA JORGE DARIO	SAMYTEX SPORT	RISE	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)
104449202001	PESANTEZ CONTRERAS KARINA ISABEL		OTROS	AZUAY	CUENCA	C141002	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TELAS...(..)

Anexo 4: Modelo encuesta a Diseñadores de Modas

ENCUESTA GRADUADOS UDA/DISEÑO TEXTIL Y MODA 2015-2016-2017

El siguiente cuestionario pretende recaudar información sobre la vida laboral de los graduados de la carrera de Diseño en Textil y Modas correspondiente a las promociones 2015-2016-2017.

Dirección de correo electrónico:

Su nombre completo
porfavor: _____

1) ¿En qué ámbito actualmente ejerce Ud. la profesión de Diseñador/a en Textiles y Moda?

- Emprendimiento propio
- Trabajo dependiente en fábrica o taller
- No ejerce en el área de diseño de modas o la confección

Si es el caso, indique por qué no se encuentra ejerciendo la profesión: _____

2) ¿Ha trabajado Ud. en el pasado bajo relación de dependencia en alguna fábrica o taller de confección?

- SI
- NO

3) En caso de haber elegido SI en la pregunta 2. indique por qué motivo dejó de trabajar bajo relación de dependencia. SI TODAVÍA SE ENCUENTRA LABORANDO INDÍQUELO POR FAVOR. _____

4) ¿Qué tipo de prenda se confecciona en la fábrica en la que Ud. labora o laboró?

- Casual
- Formal
- Gala
- Deportiva
- Semi casual
- Infantil

5) ¿Qué actividades le son o le fueron otorgadas dentro de dicha fábrica o taller? Se pueden elegir varias respuestas.

MANEJO DE INSUMOS Y BASES TEXTILES	
DISEÑO Y GENERACIÓN DE COLECCIONES	
ELABORACIÓN DE FICHAS TÉCNICAS	
MANEJO DE SOFTWARES DE DISEÑO	
MANEJO DE SOFTWARES DE PATRONAJE	

MODELADO SOBRE MANIQUÍ	
PATRONAJE MANUAL	
CONFECCIÓN DE PROTOTIPOS	
CONTROL DE PRODUCCIÓN	
FOTOGRAFÍA E IMAGEN DEL PRODUCTO	
MARKETING Y PUBLICIDAD	

6) En base a su experiencia trabajando dentro de la industria confeccionista, ¿En qué áreas considera se deberían de reforzar y/o mejorar los conocimientos adquiridos en la Universidad? CALIFIQUE DENTRO DE UN RANGO 1-5, DONDE 1 ES EL NIVEL QUE MENOS REFUERZO REQUIERE Y 5 EL QUE MÁS REFUERZO REQUIERE.

	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
MANEJO DE INSUMOS Y BASES TEXTILES					
DISEÑO Y GENERACIÓN DE COLECCIONES					
ELABORACIÓN DE FICHAS TÉCNICAS					
MANEJO DE SOFTWARES DE DISEÑO					
MANEJO DE SOFTWARES DE PATRONAJE					
MODELADO SOBRE MANIQUÍ					
PATRONAJE MANUAL					
CONFECCIÓN DE PROTOTIPOS					
CONTROL DE PRODUCCIÓN					
FOTOGRAFÍA E IMAGEN DEL PRODUCTO					

MARKETING Y PUBLICIDAD						

7) Durante su vida académica, ¿tuvo algún acercamiento con las industrias confeccionistas de la ciudad?

- SI
- NO

8) ¿Qué tipo de acercamiento fue?

Recorridos académicos	
Pasantías	
Freelance	
Trabajo dependiente	

9) Según su experiencia ¿Considera que la industria valora el trabajo del Diseñador de Textiles y Moda en la cadena productiva?

- SI
- NO

Justifique su respuesta:

10) ¿Participaría en programas de enlace con la Escuela de Diseño y la Industria, para fortalecer y actualizar sus competencias como diseñador y así mejorar su inserción en la industria?

- SI
- NO

Anexo 5: Modelo entrevista a Contribuyentes CIU 14 1002/ Gran, Mediano y Pequeño contribuyente.

ENTREVISTA A EMPRESARIOS Y TALLERISTAS DEDICADOS A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO PRETENDE RECAUDAR INFORMACIÓN SUFICIENTE A CERCA DE LA PARTICIPACIÓN DEL DISEÑO DE MODAS EN LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA CUENCANA, CON EL FIN DE MEJORAR LAS CAPACIDADES DE LOS DISEÑADORES EN PRO DEL SECTOR

INDIQUE EL NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE SU FÁBRICA / TALLER. _____

INDIQUE SU CARGO _____

Pregunta 1

¿Cómo describiría la situación económica de su empresa? ¿A qué considera se debe la misma?

Pregunta 2

¿Qué prioriza en sus productos, calidad o precio? Indique el porqué.

Pregunta 3

¿Qué entiende o cómo definiría Ud. el Diseño Textil y de Modas?

Pregunta 4

¿Cuál cree o considera Ud. es el rol de un Diseñador de Modas dentro de la cadena productiva en una fábrica de confección?

Pregunta 5

¿Considera que el diseño y/o el diseñador de moda al formar parte de la cadena productiva puede significar un elemento clave para mejorar el producto, generando un valor agregado que le permita ser más competitivo en el medio? Justifique

Pregunta 6

Dentro de su fábrica, ¿cuenta Ud. con un departamento de diseño o un diseñador de modas de planta?

Pregunta 7

¿Qué responsabilidades le son otorgadas al diseñador dentro de la cadena productiva?

Pregunta 8

En base a su experiencia, ¿cómo calificaría el desempeño del diseñador de modas en las diferentes áreas? Justifique su respuesta.

Pregunta 9

¿Ha recibido pasantes de diseño de modas en su empresa?

Pregunta 10

¿Ha contratado servicios de diseño freelance? De ser así, ¿por qué lo ha hecho?

Pregunta 11

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Anexo 6: Modelo entrevista a Contribuyentes CIU 14 1002/ Micro contribuyente.

ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE ARTESANOS Y TALLERISTAS DEDICADOS A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO PRETENDE RECAUDAR INFORMACIÓN SUFICIENTE A CERCA DE LA PARTICIPACIÓN DEL DISEÑO DE MODAS EN LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA CUENCANA, CON EL FIN DE MEJORAR LAS CAPACIDADES DE LOS DISEÑADORES EN PRO DEL SECTOR

INDIQUE NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA SOCIACIÓN A LA QUE REPRESENTA _____

INDIQUE SU CARGO _____

Pregunta 1

¿Cómo consideraría Ud. se encuentra el panorama económico actual para las micro empresas, o talleres artesanales?

Pregunta 2

De la producción que generan las micro empresas y talleres afiliados, ¿qué diría Ud. se prioriza, calidad o precios?

Pregunta 3

¿Cuáles son las necesidades más primordiales de los artesanos y/o micro empresarios, o en qué áreas existen fallas que desearían corregir?

Pregunta 4

¿Cómo definiría al diseño de modas, o con que lo relaciona?

Pregunta 5

¿Cuál cree es el rol que un diseñador de modas puede desarrollar dentro de una micro empresa o un taller artesanal?

Pregunta 6

¿Cree que el diseñador puede dar soluciones que signifiquen un aporte, un valor agregado en el proceso de confección en talleres artesanales o micro empresas?, indique él por qué.

Pregunta 7

¿Existe algún tipo de enlace con diseñadores, o con la facultad de diseño para proyectos de trabajo conjunto con artesanos y micro empresarios?

Pregunta 8

¿Estaría Ud. dispuesto a participar de programas que permitan mejorar la vinculación y mutua colaboración entre los estudiantes de la carrera de Diseño en Textiles y Moda, la Escuela de Diseño y los artesanos y micro empresarios de la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca para así generar estrategias que permitan mejorar su capacidad competitiva?

Anexo 7: Modelo entrevista a Miembros de la Junta Académica de la Escuela de Diseño en Textiles y Moda. Universidad del Azuay.

ENTREVISTA A REPRESENTANTES LA JUNTA ACADÉMICA DE LA ESCUELA DE DISEÑO EN TEXTILES Y MODA. UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO PRETENDE RECAUDAR INFORMACIÓN SUFICIENTE A CERCA DE LA PARTICIPACIÓN DEL DISEÑO DE MODAS EN LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA CUENCANA, CON EL FIN DE MEJORAR LAS CAPACIDADES DE LOS DISEÑADORES EN PRO DEL SECTOR

Pregunta 1

¿Cuál es el objetivo principal de la escuela de diseño de modas?

Pregunta 2

¿Hablado de la vinculación, hacia donde se dirige la carrera?

Pregunta 3

¿Qué competencias le son otorgadas a los alumnos como parte de su formación?

Pregunta 4

¿Dentro del pensum de estudios, en que etapas los alumnos tienen una cercanía con el sector industrial de la confección?

Pregunta 5

¿Se han realizado seguimientos a los estudiantes graduados para ver cómo estos se han insertado en el medio laboral?

Pregunta 6

Como docentes de la carrera de diseño en textiles y modas, ¿Consideran que la sociedad de la ciudad de Cuenca entiende que es el diseño y como este funciona?

Pregunta 7

Desde la mirada de la academia, ¿Cómo considera es la apreciación de la industria sobre el rol del diseño y el diseñador de modas en la misma?

Pregunta 8

¿En algún momento se han establecido nexos con la industria, con el fin de entender las necesidades de la misma y en función de esto proponer soluciones desde la academia?

Pregunta 9

¿Cómo se podría mejorar la relación entre academia e industria en pro del desarrollo de una industria de Moda?

