UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas

“Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca.”

Autora: Flores Chango, Elvia Marina

Tutor: Ing. Dis. Guamán Llamuca, Carlos Alberto

Ambato-Ecuador

Marzo, 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: **"Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca"** de la alumna Elvia Marina Flores Chango, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, marzo del 2019

EL TUTOR

Ing. Carlos Alberto Guamán Llamuca
PROFESOR TUTOR

C.C.:1803393501

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador **"Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, marzo del 2019

LA AUTORA

Elvia Marina Flores Chango

C.C.:1802843506

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto Integrador o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Integrador, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, marzo del 2019

LA AUTORA

Elvia Marina Flores Chango

C.C.:1802843506

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **"Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca** de Elvia Marina Flores Chango, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, marzo del 2019

Para constancia firman

NOMBRES Y APELLIDOS

PRESIDENTE
C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

DEDICATORIA

A Dios Padre Creador. Por haberme permitido llegar a este punto de mi vida y por darme la paciencia necesaria para lograr cumplir mi meta.

Elvia Marina Flores Chango

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios por el regalo de la vida, por la oportunidad de ser mejor persona cada día por la fuerza y entereza que me ha proporcionado para derribar todos los obstáculos que se me han presentado.

Mi eterna gratitud a todos y cada uno de mis maestros que estuvieron presentes en mi trayecto estudiantil

A la Universidad Técnica de Ambato por abrir las puertas para fortalecer el conocimiento y lograr el éxito profesional.

Elvia Marina Flores Chango

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA……i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ii
AUTORÍA DEL TRABAJO iii
DERECHOS DE AUTOR iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....v
DEDICATORIA.....vi
AGRADECIMIENTO vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS..... iii
ÍNDICE DE TABLAS.....ix
RESUMEN EJECUTIVO xii
ABSTRACT..... xiii
INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES 2

1.1 Nombre del proyecto 2
1.2 Antecedentes (Estado de arte) 2
1.3 Justificación.....4
1.4 Objetivos 5

1.4.1 Objetivo general 5

1.4.2 Objetivos específicos 5

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL 6

2.1 Vestido de gala 6

2.1.1 La cultura 7

2.2 Cultura salasaca 8

2.2.1 Vestimenta 9

2.2.2 Textiles 10

2.2.3 El bordado 15

2.2.4 El diseño 19

2.3 Marcas referentes 19

2.3.1 Marca aspiracional 21

2.3.2 Visionario 22

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO 24

3.1 Análisis externo 24

3.1.1 Análisis PEST 24

3.1.2 Tendencias de consumo 31

3.1.3 Segmentación del mercado potencial.....32

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia.....33

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial 34

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....35

3.2 Análisis interno……...36

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles 39

3.2.2 Análisis cadena de valor.....39

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO 43

4.1 Estudio de público objetivo.....43

4.1.1 Modelo de encuesta.....43

4.2 Elección de la muestra.....45

4.3 Técnicas de estudio 46

4.3.1 Cuantitativas.....46

4.4 Elaboración e interpretación de los datos.....46

4.5 Conclusiones 56

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION.....57

5.1 Cronograma de producción 57

5.2 Control de calidad 57

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 58

5.4 Requerimientos de mano de obra 58

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente 59

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA 59

6.1 Descripción del producto o servicio 59

6.1.1 Brain storming 59

6.2 Perfil del cliente 59

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente 61

6.2.2 Comportamiento del usuario 62

6.2.3 Moodboard inspiración 64

6.3 Identidad de marca. 65

6.4 Uso de la marca 72

6.5 Análisis de color de la propuesta 76

6.5.1 Paleta de color de la propuesta 77

6.6 Tendencia 79

6.6.1 Macro tendencia 79

6.6.2 Tendencia Creactivity 80

6.7 Concepto de la propuesta 83

6.8 Elementos del diseño 83
6.8.1 Silueta. 83
6.8.2 Proporción y línea 83
6.8.3 Fundamentes del diseño aplicado en la colección. 84
6.8.4 Función 90
6.8.5 Detalles 90
6.8.6 Estilo 90
6.8.7 Estampados bordados acabados y terminados 90
6.9 Materiales e insumos 93
6.10 Sketch o bocetos 94
6.11 Fichas técnicas 99
6.11.1 Ficha de diseño plano 99
6.11.2 Ficha de bordado… 101
6.11.3 Ficha de patronaje 103
6.11.4 Ficha de ruta operacional 105
6.12 Foto book 107
6.13 Costos de producción 115
6.13.1 Costos fijos 117
6.13.2 Costos variables 117
6.13.3 Costo total 119
6.13.4 Costo unitario 119

6.13.5 Utilidad y Costo de venta 119

6.13.6 Conclusiones y recomendaciones. 120

BIBLIOGRAFÍA 123

ANEXOS 125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 Iconografía Salasaca 16

Tabla Nº 2 Simbolismo de la Cultura Salasaca 16

Tabla Nº 3 Segmentación del mercado potencial 31

Tabla Nº4 Precios de la Competencia. 36

Tabla Nº5 Matriz de evaluación de factores internos. 36

Tabla N° 6 Población. 45

Tabla Nº 7 Estado Civil 46

Tabla Nº 8 Nivel de educación 47

Tabla Nº 9 Ingresos Mensuales 48

Tabla Nº 10 Estilo de Vida 48

Tabla Nº 11 Socialmente le gustaría ser 49

Tabla Nº 12 Que valora en un Vestido de Gala 50

Tabla Nº 13 Cuando adquiere un vestido porque lo hace 50

Tabla Nº 14 Que desea transmitir 51

Tabla Nº 15 Ocasión de uso 53

Tabla Nº 16 Vestido de Gala con tejidos Salasaca 53

Tabla Nº 17 Frecuencia de compra 54

Tabla Nº 18 Cuanto pagaría por un vestido de gala 55

Tabla Nº 19 Cronograma de producción 55

Tabla Nº 20 Ficha perfil de usuario 163

Tabla Nº 21 Moodboard inspiración 164

Tabla Nº 22 Paleta de color aplicados en la colección “Qhipikay” 168

Tabla N° 23 Creactivity, 2018 80

Tabla Nº 24 Silueta 163

Tabla N° 25 Fundamentos del diseño 1 84

Tabla N° 26 Fundamentos del diseño 2 85

Tabla N° 27 Fundamentos del diseño 3 86

Tabla N° 28 Fundamentos del diseño 4 87

Tabla N° 29 Fundamentos del diseño 5 88

Tabla N° 30 Fundamentos del diseño 6 89

Tabla N° 31 Descomposición de módulos 92

Tabla N° 32 Materiales e insumos 93

Tabla N° 33 Materiales e insumos, usos y cuidados 97

Tabla Nº 34 Costos fijos 117

Tabla N° 35 Costos variables 117

Tabla N° 36 Costo total 119

Tabla N° 37 Costo unitario 119

Tabla N° 38 Utilidad y costo de venta 119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 Flujo de Proceso 40
Gráfico Nº 2 Estado Civil 476
Gráfico Nº 3 Nivel de Educación.....476
Gráfico Nº 4 Ingresos Mensuales.....487
Gráfico Nº 5 Estilo de Vida.....498
Gráfico Nº 6 Socialmente le gustaría ser 509
Gráfico Nº 7 Que valora en un vestido de Gala 49
Gráfico Nº 8 Cuando adquiere un vestido lo hace por.....50
Gráfico Nº 9 Que desea Transmitir.....51

RESUMEN EJECUTIVO

La implementación de diseños de vestidos de gala con aplicación de tejidos autóctonos de la cultura Salasaca incluye conocimientos ancestrales en el diseño de vestimenta. Estos conocimientos están relacionados con el manejo de fibras textiles y respeto a la cosmovisión andina.

Las mujeres usan anacos y chales negros que al igual que los varones, los cambian por otros de llamativos colores cuando llegan las fiestas. Su cultura se encuentra relacionada con sus tradiciones y sólo admite en su sociedad a quienes aceptan su forma de vida, vistiendo de la misma manera que ellos y ajustándose a su forma de implantar la justicia que es aplicada por sus cabecillas.

Con lo antes expuesto, el presente estudio tiene por objeto el desarrollar trajes de alta gala con la aplicación de tejidos Salasacas los mismos que se han convertido en un patrimonio de la Provincia de Tungurahua. Para lo cual se realizó una recopilación bibliográfica para su posterior análisis, también se determinó los gustos y preferencias del grupo objetivo en lo que a trajes de alta gala se refiere, así como también el presupuesto y la frecuencia de compra de los trajes antes mencionados, finalmente se analizó los datos obtenidos de este estudio cuantitativo debido a que se valora las preferencias de los encuestados en lo que a materiales y detalles se refiere, con el objetivo de tener herramientas para poder estructurar varias propuestas de diseño que estén acorde a los requerimientos del mercado.

La información obtenida y recopilada brindo la posibilidad de desarrollar Diseño de trajes de alta gala con la aplicación de tejidos Salasacas, con lo cual se evidencia que el uso de materiales no convencionales en vestidos de los mencionados se constituye en una herramienta diferenciadora, en este tipo de productos lo que busca es resaltar la belleza de la mujer en distintos tipos de eventos.

PALABRAS CLAVE: VESTIDOS DE GALA / TEJIDOS SALASACAS / SALASACA / VESTIMENTA / COSMOVISIÒN ANDINA.

ABSTRACT

Enter text the implementation of designs in gala dresses with application of native fabrics of the Salasaca culture includes ancestral knowledge in the design of clothing. This knowledge is related to the handling of textile fibers and respect to the Andean cosmovisión.

The women wear anacos and black shawls that, like the men, change them for others of striking colors when the festivities arrive. Their culture is related to their traditions and only admits in their society those who accept their way of life, dressing in the same way as they do and adjusting to their way of implanting the justice that is applied by their leaders.

With the foregoing, the present study aims to develop high-end suits with the application of Salasacas fabrics that have become a heritage of the Province of Tungurahua. For which a Bibliographic compilation was made for its subsequent analysis, the tastes and preferences of the target group were also determined as far as high-class suits are concerned, as well as the budget and frequency of purchase of the aforementioned costumes, Finally, the data obtained from this quantitative study was analyzed due to the fact that the preferences of the respondents are valued in terms of materials and details, with the aim of having tools to be able to structure various design proposals that are in accordance with the requirements of the market.

The information obtained and collected offered the possibility of developing High Costumes design with the application of Salasacas fabrics, with which it is evident that the use of unconventional materials in dresses of the aforementioned is a differentiating tool, in this type of products what you are looking for is to highlight the beauty of women in different types of events.

KEYWORDS: DRESSES OF GALA / TISSUES SALASACAS / SALASACA / CLOTHING / COSMOVISIÒN ANDINA.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador se ejecutó con el objetivo de demostrar que el uso de materiales no tradicionales en los vestidos de alta gala si tiene la aceptación de las personas que los compran:

En el capítulo I, se analizan los antecedentes investigativos de la cultura Salasaca y sus tejidos, así como las aplicaciones de los mismos, mediante el análisis de esta información se proceden al planteamiento de los objetivos

En el capítulo II**,** se recopila la información de algunas investigaciones en las que se resalta el valor cultural de los tejidos de los pueblos originarios sin descuidar la relevancia de la información para el desarrollo del proyecto integrador, todo esto sirve de base para estructurar el marco teórico y poder plantear las variables presentes en el tema del proyecto.

En el capítulo III**,** se desarrolla el contexto del proyecto analizando los entornos políticos, sociales, tecnológicos, ambientales y económicos que beneficien o tengan relación con el proyecto integrador

En el capítulo IV**,** se presenta procesamiento de la información obtenida sobre la realización de las encuestas elaboradas, análisis e interpretación de datos a través de tablas y de gráficos, que proporcionan un resultado importante para continuar con el desarrollo del proyecto.

En el capítulo V**,** se establecen los controles de calidad del producto, el cronograma de producción del mismo y la factibilidad del proyecto en lo referente a recursos propios y externos.

En el capítulo VI**,** finalmente se llega a la propuesta del producto con base a toda la información recabada anteriormente, también se analiza tendencias de moda y se desarrolla el manual de la marca.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca.

1.2. Antecedentes

En referencia a la inclusión de textiles de las culturas autóctonas del país, existen investigaciones realizadas que conjugan el uso de éste tipo de textiles en diferentes diseños y estilos. Esto constituye parte de los antecedentes investigativos del presente trabajo.

En su tesis de pregrado Rodríguez (2015) cuyo tema es: "La importancia de la cosmovisión andina en el desarrollo de textiles de la comunidad indígena de Salasaca" de la Universidad Técnica de Ambato, previo a la obtención del título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas, menciona que en Tungurahua existe una población indígena activa de 956 personas. Alude que el mayor referente de la cosmovisión andina es la Pacha Mama, por lo que se convierte en el eje central de las actividades diarias de los pueblos indígenas.

El pueblo Salasaca para el diseño y desarrollo de sus textiles se basa principalmente en el respeto a la naturaleza, la convivencia con los animales y su entorno. Es decir, la esencia ancestral de la vida cotidiana del pueblo Salasaca, con el fin de revalorizar las costumbres y tradiciones que se están perdiendo por la migración y la trasgresión cultural como consecuencia de la misma.

En la investigación de pregrado realizado por Cruz (2017) acerca de "Prendas *Demi-Couture* con aplicación de telares andinos utilizando mano de obra artesanal" de la Universidad Técnica de Ambato previo a la obtención del título de Ingeniera en

Procesos y Diseño de Modas, menciona que la aplicación de tejidos con diseños andinos en diferentes prendas de vestir permite adentrarse en las comunidades y a su vez incentiva a la sociedad en general a rescatar la identidad del pueblo al usar prendas elegantes elaboradas con aplicación de estos tejidos.

La aplicación de este tipo de tejidos permitió comprender que la industria de la moda puede convertirse en un medio poderoso para difundir el valor ancestral y cultural que existe en los tejidos elaborados por los artesanos indígenas y que adicionalmente este tipo de tejidos no se utilizan simplemente en la elaboración de artesanía, también pueden elaborarse prendas *demi-couture* que cumplen con los estándares de calidad, confort y diseño que se necesita para cubrir este mercado.

Por otro lado está el proyecto de pregrado Lluglla (2016) cuyo tema es: "El telar de Salasaca un recorrido histórico para la indumentaria" de la Universidad Técnica de Ambato previo a la obtención del título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas menciona que la aplicación de telares andinos en diferentes prendas de vestir permite adentrarse en las comunidades y a su vez incentiva a la sociedad en general a rescatar la identidad del pueblo al usar prendas elegantes elaboradas con aplicación de tejidos andinos.

Lluglla se propuso como meta sintetizar la historia del telar Salasaca y el arte del tejido como un aporte al sector de la indumentaria. En este estudio se nota la desvalorización de las raíces autóctonas del pueblo Salasaca por parte de la sociedad que solo observa el uso de figuras repetitivas y diseños poco convencionales que aparentemente son respetados por una parte de la comunidad indígena perteneciente a este pueblo. Finalmente, concluye que el telar Salasaca ha sufrido cambios que se basan en aspectos sociales que van desde la invasión española, pasa por la liberación indígena de los españoles hasta llegar a aspectos económicos actuales como la dolarización y el poco aprecio que existe por el producto artesanal en nuestro país.

Mediante el estudio etnográfico los taitas indicaron el verdadero significado que tiene cada uno de los tejidos elaborados en sus telares; igualmente varios diseñadores

entrevistados mencionan que estas piezas artesanales son de vital importancia para que la moda genere productos innovadores que potencialicen el valor cultural del país.

1.3. Justificación

El presente estudio será de gran interés para el mercado nacional e internacional; la innovación de este proyecto se ve presente al desarrollar vestidos de gala con la inclusión de tejidos de la cultura Salasaca. Tiene como finalidad la revalorización de dichos tejidos mediante su inserción a la gama de *demi-coulture*, para la confección de un producto exclusivo. Además, busca promover las costumbres y tradiciones de dicha cultura mediante la aplicación de los tejidos ancestrales en vestidos de gala.

El valor agregado de las prendas elaboradas con estos textiles está enfocado en dos principios que son, la innovación y la revalorización cultural. De no realizarse proyectos de estas características, se da paso a que marcas extranjeras, diseños y textiles importados causen que la industria, así como la artesanía local vaya en declive por la influencia de la globalización. Se corre el riesgo que tanto las tradiciones y la cultura Salasaca de a poco vayan desapareciendo; adicionalmente todas las personas y artesanos que intervienen en la producción de este tipo de tejidos no seguirán elaborando los mismos, por lo que prendas elaboradas con los tejidos ancestrales Salasacas quedaran relegadas a existir únicamente en los museos y su cultura desaparecerá como consecuencia de la transgresión cultural a la que ha sido sometida.

Este proyecto es factible de ser realizado por cuanto se llevará a cabo en la ciudad de Ambato, que está cercana a la comunidad Salasaca y se cuenta para su realización, con el presupuesto necesario. Los textiles necesarios son relativamente fáciles de conseguir y es posible tener acceso a los talleres de los artesanos y también al procesamiento de la materia prima.

Los beneficiarios directos de éste trabajo serán los miembros de la comunidad Salasaca, donde la cultura se verá realzada para mantenerse vigente, constituyendo un aporte significativo para la cultura nacional y el desarrollo del mercado artesanal del

país. En cuanto a los beneficiarios indirectos, los de mayor incidencia serán los diseñadores ya que tendrán más instrumentos para diversificar sus diseños dentro de la línea de vestidos de gala, por lo tanto, se propone la creación de vestidos de gala con uso de tejidos de la cultura Salasaca, que contribuyan con la conservación de la identidad ecuatoriana.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar vestidos de gala mediante la aplicación de tejidos ancestrales de la cultura Salasaca.

1.4.2 Objetivos específicos

Investigar los tipos de tejidos empleados para confeccionar prendas de vestir en el pueblo Salasaca.

Seleccionar los materiales e insumos adecuados para el desarrollo de vestidos de gala.

Elaborar vestidos de gala aplicando los tejidos de la cultura Salasaca.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Vestido de gala

En los años 50 del siglo XX se marca un importante cambio en el estilo de vida y de la moda. Poco después de la segunda guerra mundial, las telas más populares fueron; el tafetán, encajes, terciopelo de seda y satén; pero la situación social constituía una verdadera limitación para poder adquirirlas (Nielson, 2017).

Con el paso del tiempo las mejoras en la fabricación de vestuario para pasarelas de París implicaban que tales iniciativas debían replicarse en la calle para las damas de alta sociedad principalmente. El mínimo equipamiento dado por la situación social incidió en la exclusividad de ciertas prendas, o complementos, como las medias de seda y nylon, por ende, se estima que el vestido de noche, las faldas y los estilos que celebran el cuerpo femenino se pusieron de moda. Estas tendencias y diseños han resistido el paso del tiempo, siguen siendo muy populares actualmente y hasta hoy incluyen vestidos cortos ideales para la silueta femenina (Gazabon, 2015).

El vestido de fiesta de esa época fue elaborado por un corpiño que causa una reducción del tamaño de la cintura, inspirado en el reloj de arena. El vestido de noche tiene líneas más rectas, sin falda. Hoy en día, se lo conoce como vestido de cóctel**,** llegando a popularizarse en la mitad del siglo XX, y se lo pude utilizar en varias ocasiones como: para una noche elegante, ceremonial; dependiendo del presupuesto hay quien puede apuntar la alta costura (Miller, 2009).

Un vestido de gala es exclusivamente para un evento de gran envergadura, que corresponde a una fiesta que requiera un traje largo, donde el color no importa. Precisa que exista claridad del evento al que se ha sido invitado, aunque también depende el lugar y el horario, puede verse que un vestido de gala se utiliza en reuniones muy

importantes o acontecimientos memorables. Los colores, bajo la premisa de que deben ser serios, pueden atravesar toda la rueda cromática (Miller, 2009). La ocasión de uso de este tipo de vestido es referenciada por el uso del vestuario formal en mujeres. En su gran mayoría los vestidos de gala suelen ser de alta costura y son considerados como vestuario de etiqueta para la mujer actual. A pesar de estar diseñados para lucirlos en la noche, estos son portados por sus dueñas únicamente en ocasiones que ameriten la pena.

Para elegir un vestido de gala de 'gran etiqueta' la mujer cuenta con una amplia variedad de diseñadores que ofrecen sus mejores modelos para estas ocasiones tan especiales. Desde los cortes más atrevidos apertura lateral hasta la cadera los más clásicos con escotes corazón, barco y a diferencia de los otros vestidos de noche, llevan un poco de cola, es decir, llegan al suelo y 'arrastran' un poco. Este vestido requiere unos zapatos de tacón alto, lo que estiliza mucho más la figura (García, 2012).

2.1.1 La Cultura

La cultura es esa herencia social diferente de nuestra herencia orgánica, que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada, que nos ofrece posibilidad de soluciones a nuestros problemas; conocer y predecir las conductas sociales de los otros; y permite a otros saber que pueden esperar de nosotros. La cultura hace posible interacción social que da sentido a la vida de un grupo, que regulan nuestra existencia desde el momento mismo en que nacemos hasta cuando dejamos de ser parte de la sociedad. (Guerrero, 2002)

El ámbito principal de la cultura está en la memoria colectiva de un pueblo, secundariamente se manifiesta en los productos materiales construidos por el ser humano. No podemos buscar cultura solo en aquello que es fácilmente perceptible: vestido, lengua, ritualidad, fiesta, sino también en aquellas manifestaciones simbólicas que no siempre están conscientemente vividas, ni obviamente manifestadas; hay que ir más allá de lo externamente perceptible. La cultura se expresa tanto en lo social, lo

económico, lo político, como lo ideológico, en el mundo de las representaciones y los imaginarios simbólicos. (Guerrero, 2002)

Una manera generalizada de definir a la cultura es como un conjunto de diferencias significantes y de significaciones y sentidos por los que una sociedad, grupo humano, étnico, clase o sector social, se reconoce, se distingue y diferencia de otros. (Guerrero, 2002)

2.2. Cultura Salasaca

En Tungurahua como en casi toda la serranía ecuatoriana el origen de sus textiles tiene sus inicios en épocas prehispánicas. Las fuentes etnohistóricas indican que tanto los Puruháes y Panzaleos utilizaban métodos muy rudimentarios para la elaboración de sus tejidos. Existen otros antecedentes históricos que mencionan que todo lo relacionado con la producción textil empezó con la dominación de los Incas en lo que se conocía como reasentamientos de los mitimaes en las diferentes regiones; en el caso de la región del sur se encuentran los Salasacas y Collamas (Fisher, 2011).

Después de la conquista española la industria textil de la época sufre varios cambios relevantes ya que el Ecuador se convierte en un centro de comercio y abastecimiento especialmente de productos textiles. En lo que hoy en día corresponde a la provincia de Tungurahua el auge textil estuvo en los sectores de Pasa, Pelileo Pillaro y Quero; en cambio en Cotaló, Huambaló y Salasaca existen vestigios de tejidos elaborados con fibra de cabuya (Lincango, 2013).

En la población Salasaca existen alrededor de 24 comunidades que basan toda su organización en los *ayllus* (comunidad), en los que los hijos de temprana edad son parte importante de la actividad agrícola y económica de la familia. En esta forma de vida el eje principal es la madre, ya que el padre sale a trabajar. Otra de las características es que no es admitida la poligamia ni la presencia de extraños dentro de su casa (Medina D. , 2014).

2.2.1 Vestimenta

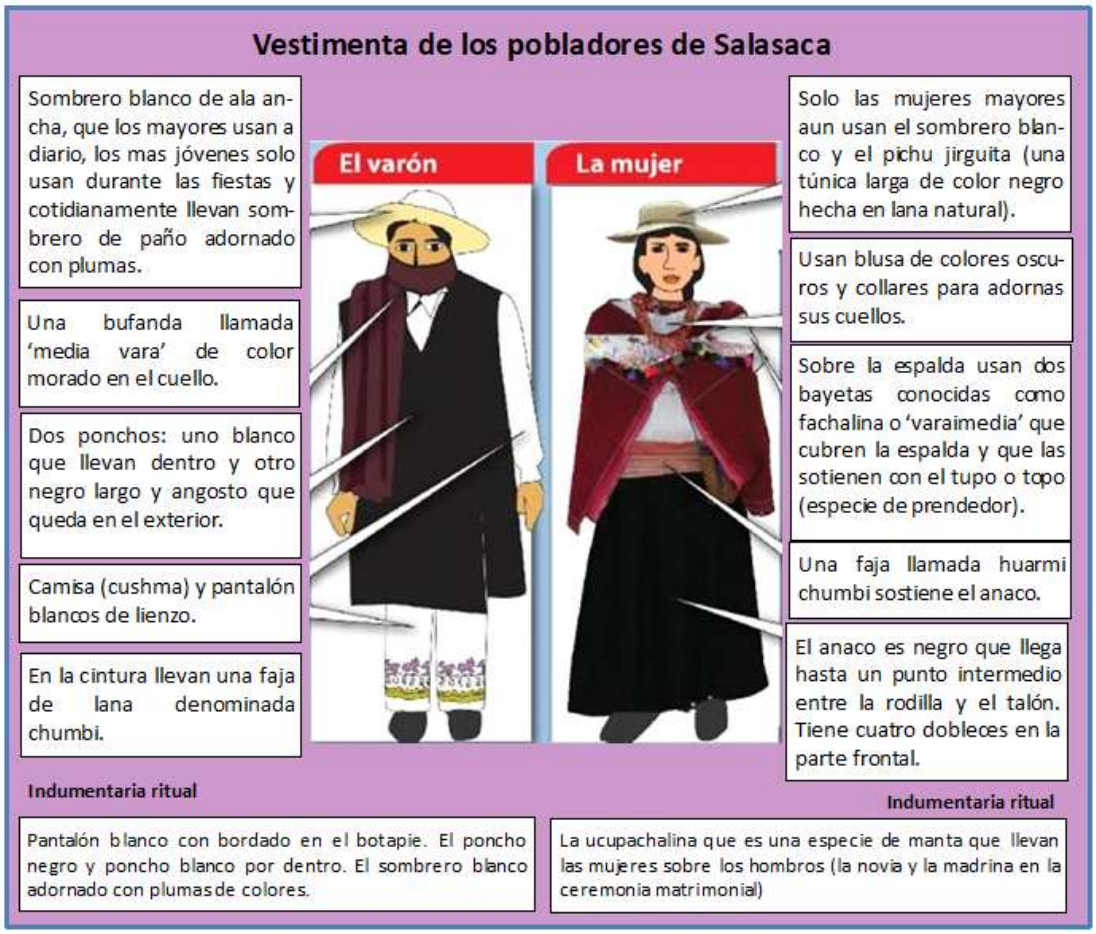


Imagen 1: Vestimenta de los pobladores de Salasaca.

Fuente: Flores, 2018

En Salasaca la vestimenta simboliza su identidad al ser distinta a los demás pueblos indígenas de la región. Se distinguen tres tipos de indumentaria para hombres y mujeres: de diario, de ceremonias rituales y la vestimenta festiva (Runakuna, 2009).

La cultura, material de la comunidad indígena Salasaca está muy ligada a los signos extremos de su identidad. Entre lo principal se puede designar el vestido, rasgo diferenciador de este grupo. La vestimenta, es confeccionada mayoritariamente en la propia comunidad, alrededor de rituales, en los que interviene la familia más cercana (padre, madre, hermanos, compadres, hijos) con un fin específico el de tinturar la

vestimenta. Esta es una práctica muy generalizada y vigente hasta la actualidad. Este ritual se realiza con el objetivo de armonizar conflictos entre familias, siendo dicha invitación una manera de reconciliación (Segura, 2016).

La indumentaria femenina

Diariamente las mujeres utilizan anaco negro y estrecho el mismo que en su largo debe llegar hasta más debajo de la rodilla, pero sin llegar a los talones. Se sostiene por una faja a la que se la conoce como *huarmi chumbi*. En la espalda utilizan dos bayetas: una de color claro y la otra de color oscuro, que se sostienen con un prendedor de plata conocido como tupo. En el uso del sombrero ocurre lo mismo que con los varones, sólo las personas mayores aún usan el sombrero blanco en festividades importantes, mientras que para el uso diario sombreros de paño en varios colores y adornados con plumas. En la vestimenta ritual sobresale la *ucupachallina*, que es una especie de manta que llevan sobre los hombros (la novia y la madrina en la ceremonia matrimonial). La vestimenta usada en las diferentes fiestas no es muy distinta de la que llevan a diario, se caracteriza por ser nueva y porque el rebozo es de color blanco y cuyos bordes llevan adornos de borlas de lana de colores vistosos y llamativos.

Para manifestar luto y duelo por las personas muertas, hombres y mujeres, por el lapso de dos semanas llevan un sombrero marrón, llamado *chuculati sumirru*. Las mujeres acostumbran usar por el tiempo de un año rebozo de color morado o negro (Runakuna, 2009).

2.2.2 Textiles

En esta zona se realiza el textil desde tiempos antiguos donde las mujeres se ocupan del hilado de la lana, mientras que los hombres se encargan de tejerla. Esta actividad aún se mantiene vigente, pero en la textilera que se realizaba en este pueblo pudieron generar productos como tapices, ponchos, rebozos, bayetas, anacos en si prendas de uso personal como prendas destinadas para el comercio. La textilería de los

Salasacas consta de los telares rudimentarios para la elaboración de los tejidos, que dan origen a la creación de fajas, ponchos y de telas como el lienzo (Runakuna, 2009).

Los textiles más utilizados por la población Salasaca provienen de la llama y de la oveja. Antiguamente los artesanos utilizaban lana de las llamas para construir sus textiles, pero en la actualidad se implementó la lana de las ovejas. Antes de extraer la lana los habitantes bañan a las ovejas en el rio Pachanlica con detergentes naturales, para que se vayan todas las impurezas de la lana del animal, después se realiza la esquila que es el corte del pelo, esta se realiza una vez por año. También de otros animales se puede fabricar lana, tales como: la alpaca, el camello, el guanaco, el conejo, la llama. (Jácome, 2014).

En la actualidad los artesanos de esta comunidad han venido implantando la fibra de algodón que ha servido para crear las bayetas que utilizan las mujeres, al igual que la lana, el algodón cumple un rol importante en los textiles. Existe una buena producción agrícola de la planta de cabuya. Los habitantes han visto en esta planta la oportunidad de trabajar mediante la realización de artesanías, que a partir de su penco verde se obtienen las fibras con las cuales se elaboran objetos como sogas, shigras, saquillos, pulseras y las plantillas de las alpargatas, siendo estos objetos de comercialización. Textiles como: el paño y lienzo son comúnmente utilizados para la elaboración de sus prendas (Jácome, 2014).

La artesanía textil dentro del pueblo Salasaca empezó su apogeo en los años 40 del siglo XX, de la mano de organizaciones que se encargaban en capacitar sobre tejidos. Dichas organizaciones vieron el potencial que existía en realizar tapices y chumbis como principales artículos para que se conviertan en un sustento económico para el pueblo. Esta actividad a medida que transcurrió el tiempo fue tomando impulso y más emprendedores hasta el punto de formar una cooperativa de artesanos. Los tapices tienen un gran aprecio y reconocimiento tanto por personas nacionales como extranjeras debido a sus colores, formas y diseños donde se plasman aspectos del diario vivir y sobre todo a la técnica con la que se realiza, sea esta, a mano o en telares rudimentarios

(Zambrano, 2007). Para su propio consumo, realizan un tejido de lana denominado *lliglla*, que puede competir con otros textiles europeos como el paño, pero no lo comercializan (Segura, 2016).

El tejido Salasaca se realiza mediante el uso de telares, existen dos tipos de telares: el telar de pedal y el de cintura. El telar de pedal es usado para hacer las prendas grandes como bayetas, ponchos, anacos y el telar de cintura se usa para hacer los chumbis y artesanías pequeñas (Jácome, 2014).

La técnica de hilado es sencilla y toma tiempo. Comienza con la transformación de lana de borrego en hilos, el grosor del hilo determina el tipo de prenda a confeccionar, es decir, el hilo grueso sirve para los tapices y chumbis, entre otras artesanías. Con el hilo delgado se tejen las prendas de vestir diarias y de ocasiones especiales de los Salasacas (Zambrano, 2007).

El hilado consiste en darle forma de hilo a un bulto pequeño de lana de borrego que atan a un palo y cubren con un pañuelo. Enrollan la lana con sus dedos y rápidamente le dan una forma alargada, posteriormente envuelven el hilo resultante en un delgado palo dándole forma de madeja. Esta labor la ejecutan las mujeres y es común encontraras hilando lana en cualquier lugar de la comunidad (Jácome, 2014).

Las técnicas de tinturado de la comunidad Salasaca hasta hace unos años fueron totalmente naturales. Hoy en día debido al tiempo que toma y a la pérdida de conocimientos y cultivos, se ven obligados a usar tintes sintéticos como las anilinas para teñir sus prendas (Segura, 2016).

Para tinturar la lana se utiliza varias plantas que se encuentran localizadas especialmente en el cerro llamado “Teligote”. Este cerro es muy rico en la flora y fauna; de él se obtienen los *kulkis*, *puma maki*, *chulkis*, entre otras. Los terrenos donde habitan los Salasacas son arenosos y producen la “cochinilla”, pigmento usado en diferentes fibras textiles como fieltro y lana. Se sigue cultivando como algo muy apreciado en Patuloma, en Gualacata, en Pucará y en el Rosario. Su importancia radica en que de los

cuerpos secos de la hembra se extrae el ácido carmínico, colorante rojo de amplia demanda a nivel mundial, debido sus cualidades físicas como su estabilidad a la luz y calor; además de la capacidad para cambiar de color por efecto del pH en que se encuentre inmerso. El colorante se obtiene a través de la sangre de la hembra, que se trabaja de varias maneras: una de ellas es por infusión. Luego de la extracción de laca, carmín y colorante; el proceso continúa con el secado de las granas cochinillas, para después molerlas.

El teñido lo hacen de preferencia las mujeres, aunque también hay hombres que se dedican a esta tarea. La razón para que sea tarea femenina es que ellas están más acostumbradas que los hombres a permanecer en la cocina, junto al fuego y el humo. Parece que esta es la única causa, antes que alguna división de trabajo de orden cultural.

El color morado puede hacerse en cualquier época del año pues con facilidad se consiguen hojas y ramas de la planta puma maqui. En octubre se hacen mingas para recoger plantas tintóreas. Antes de teñir, el tejido hay que someterlo a un lavado con el zumo obtenido de las hojas machacadas de cabuya blanca, llamada alanga. Este lavado tiene como propósito eliminar la grasa de la fibra, ya que de no proceder así el colorante no penetra uniformemente en la misma. La tendencia observada es que solamente las personas mayores siguen la tradición del cultivo y uso de la cochinilla (Zambrano, 2007).

El tejido de la "*mama chumbi*", antiguamente representó un trabajo artesanal privativo de las mujeres y cada núcleo familiar elaboraba los suyos propios. Antes la mujer necesitaba ser buena tejedora para alcanzar una alta consideración y prestigio dentro del grupo. Años atrás la mujer Salasaca era la encargada del tejido, eran ellas quienes debían cumplir con esta labor, desde la trasquila de las ovejas hasta la elaboración de sus textiles para realizar sus prendas de vestir, textiles que los caracteriza como comunidad.

La *mama chumbi* era tejida de lana muy fina, con colores naturales y motivos minúsculos, decorativos y variados que requerían de un largo tiempo de elaboración en

el telar de cinturón. En la actualidad este objeto útil y estético aún se mantiene gracias a la costumbre de las mujeres Salasacas de seguir usándolos, a causa de la introducción del mercantilismo la producción casera femenina sufrió cambios profundos, ya que el arte de tejer pasó a ser un trabajo de hombres (Segura, 2016).

Los hombres Salasacas usan los ponchos que son de lana fina tejidos en la unidad doméstica, de corte largo, angosto y de color negro. Un aspecto importante a considerar, es la costumbre de abatanar ponchos que es la parte del proceso artesanal que se efectúa en *minga* y que además tiene un marcado ritual y ancestral. Esta labor se la realiza con tres hombres: el dueño de la tela y dos invitados sean familia, amigo o invitados.

La función práctica de pisar el poncho es la adaptación del poncho al tamaño de la persona. Cuando la tela está tejida, se llama a los invitados, entonces estos ayudantes se sientan en una estera en el corredor, enrollan el tejido y la amarran fuertemente con una soga. Aparte se hace hervir agua en una olla grande y se sumerge el poncho. Se deja sumergido máximo unos cinco minutos, después se deja enfriar, pero no bajo el sol, sino en la misma choza y cuando esta fría la tela, los hombres empiezan a pisar el rollo duro, hasta que se seque el agua. Así el poncho se va encogiendo después de unas horas, van viendo cómo queda el poncho, o sea el dueño se lo prueba.

Los hombres necesitan dos días enteros para pisar, a veces más, luego de este proceso pasa a manos de la mama, ella se encarga de rematar los filos del tejido para que no se deshile. En esta elaboración del poncho hay comida suficiente y agua ardiente para que les de fuerzas para pisar. El desarrollo posterior de estos productos artesanales dependerá finalmente de la medida en que los Salasacas logren conservar su identidad cultural. (Zambrano, 2007)

El tapiz, es catalogado como la artesanía andina más representativa de la cultura Salasaca. Para la elaboración de esta artesanía se emplea lana de borrego que después de su debido proceso y tinturado, se obtienen los hilos para la elaboración del tapiz. Con ayuda de un telar se da origen al tejido donde se da riendas a la creación de diseños llenos de detalles, colores y formas. En cuanto a los tapices que elaboran los artesanos es

muy común ver formas o representaciones graficas de animales, plantas, personas, figuras geométricas, apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros. Como en muchos casos la tapicería Salasaca tuvo que enfrentar la competencia de tapices Otavaleños, pese a que dicha comunidad aprendió a confeccionar tapices propios de la comunidad indígena Salasaca.

En conclusión, la introducción de tapicería significó la destrucción de un sistema de auto subsistencia, a pesar de que algunas familias han adquirido beneficios económicos con la elaboración de los tapices. En la actualidad se podría decir que la comunidad ya no es creativa, puesto que su libertad de creación es limitada en las nuevas generaciones, por la exigencia del mercado y a su vez la falta de capital y uno de los problemas más relevantes de esta causa en la migración dejando a esta comunidad con pocos artesanos dedicados a este arte (Segura, 2016).

2.2.3 El bordado

Un bordado es la representación de una imagen mediante hilos con la ayuda de agujas. Dentro de la comunidad Salasaca esta actividad manual es realizada por las mujeres, aunque la práctica de bordar manualmente ha ido decayendo últimamente (Segura, 2016).

Los bordados que realizan, están plasmados en su vestimenta de uso cotidiano y fundamentalmente en la que utilizan para las celebraciones y festividades. Estos bordados son representaciones de animales como: cóndores, borregos, conejos, perros, pavos etc., plantas, montañas, personas entre otros. También se puede apreciar dentro de los bordados diseños de la mitología y cosmovisión Salasaca. Cabe destacar que cada uno de los bordados es elaborado manualmente y con hilos de colores llamativos. Los colores que emplean que hacen referencia a la naturaleza (Segura, 2016, p. 37).

Imagen 2: Bordados autóctonos de la cultura Salasaca.

Fuente: Salasaca

Los elementos iconográficos se encuentran presentes en varios textiles Salasacas, tanto en piezas de comercialización, tapices al igual que se refleja en los bordados de sus prendas de vestir en mayor cantidad en la vestimenta para rituales. La iconografía que se puede hallar en piezas textiles es muy variada y vistosa, los motivos estilizados que conforman la iconografía representa el habitad de este pueblo andino. A continuación, este cuadro demostrara el porcentaje de la presencia de motivos ancestrales en prendas de vestir (Segura, 2016)

Tabla Nº 1.
Iconografía Salasaca

Motivos zoomorfos	**Motivos ornitomorfos**	**Motivos tropomorfos**	**Motivos fitomorfos**
43.2%	34.7%	21.1%	1%
Descripción	Descripción	Descripción	Descripción

Más de la mitad son representaciones de venados, con frecuencia aparecen monos, chivos borregos, conejos, caballos, perros, lobos	Destaca la representación de pájaros de agua, colibríes, gallos, pavos reales, pavos de monte y el cóndor	Referido a situaciones festivas, hombres disfrazados de mestizos, de animales, de soldados, capitanes.	Representaciones estilizadas de plantas.

Fuente: (Zambrano, 2007)

La iconografía está relacionada con el estudio de las imágenes, su origen y formación, además de la relación que existe entre las imágenes con lo simbólico y alegórico, los elementos iconográficos se encuentran presentes en varias confecciones textiles Salasaca, tanto en piezas de comercialización como en la vestimenta tradicional. Dentro de la indumentaria y de sus tapices podemos encontrar una variedad de iconografía:

Tabla Nº 2.
Simbolismo de la Cultura Salasaca

Símbolo	Imagen	Significado
Cóndor		Es el Dios de la paz y se encuentra muchas veces en los tejidos de Salasaca. Además de ser protector y su guía, también es símbolo de fortaleza.
Serpiente o amaru		Símbolo de la inteligencia, el conocimiento.
Águila		Considerado como símbolo del Dios de la fuerza y de la rebeldía. Sus plumas se usan para decorar al danzante en la fiesta de Inty Raymy y sus patas se usan para hacer cuchillos tradicionales los mismos que se emplean para descascarar el maíz.
Puma		Representa la naturaleza, las montañas y los bosques.

Búho		Representa al conocimiento espiritual debido a que ve por las noches.
Venado		Es un animal importante en la mitología Salasaca. Está relacionado con la divinidad del culto al lago, por esta razón es bordado saltando, corriendo, jugando. Frecuente en prendas rituales.
Chivo o Cabra		Como el venado la cabra solo se encuentra en las partes más altas de la montaña vecina y es usada en remedios curativos. El "alcalde" de los salasacas, en un ritual mayor no debe llevar solamente la pata del venado, sino también pantalones hechos de piel de cabra.
Perro o allcu		En los diseños es difícil distinguir el perro y el lobo. El perro es considerado como protector del hombre, pero el color del perro es importante. Todos los animales negros llevan demonios y no les gusta tener perros negros en la casa.
Gallo		Representa el tiempo. Es el reloj del campesino.
Tzawar Mishki		Significa cabuya dulce. Bebida tradicional de la comunidad.

Fuente: (Zambrano, 2007)

2.2.4 El diseño

La virtual desaparición del diseño tradicional Salasaca está vinculado al problema del desarrollo. El hecho de que casi ninguno de los diseños aplicados en los tapices sea de origen Salasaca, sino traídos de otros países latinoamericanos e incluso de Europa. Los diseños tejidos y bordados que se encuentran en sus vestidos son en sí mismos preciosas manifestaciones culturales que reflejan modos de percepción y expresión específicos.

Esta pérdida de diseños propios es la consecuencia de las presiones del mercado que expresan los gustos estéticos de los consumidores, e implica la paulatina degradación de un rico simbolismo y de una particular visión del mundo. El mercado ha venido limitando su libertad de creación, ya que estos diseños están sometidos a las condiciones de una sociedad de una cultura de consumo en la que las artesanías, diseño y textiles han perdido los contenidos ancestrales tradicionales de la comunidad (Jácome, 2014)

2.3. Marcas referentes

Chiara Macchiavello

Imagen 3: Marca referente Chiara.

Fuente: Soto P, 2017

Chiara es una diseñadora peruana con ascendencia italiana. Fundadora de la marca Escudo, que forma parte de un proyecto social que busca rescatar la riqueza textil del pueblo peruano. Esta marca está liderada por Chiara y su hermana; además está formada por un grupo de artesanos, sastres, tejedores y bordadores, quienes contribuyen en su trabajo.

Su marca Escudo es muy conocida en el mercado. Elabora sus colecciones usando, como principales materias primas, el algodón y la lana de alpaca. Estas fibras son tejidas en grandes telares, posteriormente son tinturadas y confeccionadas vigilando cada detalle, lo cual representa su sello distintivo.

Chiara considera que el principal atributo de su marca es la elaboración de prendas de vestir que se pueden usar en toda ocasión día a día. Apuesta por la riqueza en elementos y textiles, y sobretodo el aporte cultural que la distingue. Dentro los colores por los que se inclina se encuentran los colores tierras y marrones oscuros.

Alexandra Polo

Imagen 4: Marca referente Alexandra Polo.

Fuente: Correa P, 2016

Alexandra es una diseñadora cuencana de 26 años, quien ha participado en concursos a nivel nacional y ha obtenido el primer lugar en varias ocasiones en el Xpotex y en concursos a nivel académico. Fue invitada por la marca Epson a participar en la *New York Fashion Week* con su colección “Cápsula” en febrero del 2017. A este

evento se presentó con prendas inspiradas en la pintura corporal de la cultura Shuar del Ecuador la cual representaba la fuerza de la naturaleza. Actualmente ha logrado una buena posición en la industria ecuatoriana y extranjera.

Polo utiliza siluetas volumétricas, con tonos claros y una gama de texturas fusionadas en total armonía, elabora prendas tanto planas como 3D. Su estilo está inspirado en el *art deco*. Utiliza estampados con flores y otros motivos, los cuales obtiene conforme la conceptualización de cada una de sus colecciones. Entre los colores que la caracterizan están el beige, celeste plomo, magenta, nude y dorado. Entre sus prendas predilectas están las faldas y vestidos.

2.3.1 Marca aspiracional

Antik Batik

Imagen 5: Marca aspiracional.

Fuente: Fashionable, 2016

Batik es una marca que nació de la mano de la diseñadora francesa Gabriela Cortese, quien descubrió en el "Batik", una técnica de serigrafía antigua, una fuente de inspiración que marcaría su destino en el mundo de la moda. En 1992 se consolida el Antik Batik como una marca con tendencia étnica y elegante, ante todo.

Una de sus principales características es el meticuloso trabajo artesanal que realiza en sus prendas, llegando a tardar horas en un pequeño detalle. Su inspiración se centra en el estudio las etnias de América del Sur, India y Asia, aplicando sobre sus prendas detalles étnicos que representan a dichas culturas.

Usa en sus bordados y estampados motivos tribales y étnicos como un emblema que identifica su marca. También utiliza tejidos y técnicas artesanales en sus colecciones. Tiene una gran variedad de costuras en sus prendas y usa hilos para las decoraciones de las prendas. Sus textiles y elementos predilectos son el algodón, lino, seda, lana, metal, con perlas, lentejuelas y piedras completamente naturales. En la actualidad tiene más de 1000 sucursales en todo el mundo, incluyendo Paris e Ibiza.

El Antik Batik es una marca que genera tendencias. Tiene un estilo único y elegante a la vez, lo cual representa una gran inspiración para mí como diseñadora, es así que esta marca fue elegida como mi aspiración a futuro y proyecto de marca.

2.3.2 Visionario

Giorgio Armani

Imagen 6: Visionario.

Fuente: Hilary, 2015

Es un conocido diseñador de moda italiano, fundador de la marca “Armani”. Es considerado como el empresario de moda más exitoso. Inició su empresa en 1974 y poco a poco ha ido creciendo hasta conseguir una fortuna estimada en 7.000 millones de dólares. Giorgio Armani fundó su firma fabricando ropa de hombre, luego incluyó ropa de mujer y hoy en día ha ido adicionando varias líneas como: Armani Exchange, Armani Jeans, Armani Collezioni, Armani Privé, Emporio Armani, Giorgio Armani Junior, Armani Dolci. También maneja perfumería y productos para el hogar, además de una franquicia de hoteles al rededor del mundo en grandes ciudades como Tokio y New York.

Su principal característica es su elegancia y sobriedad, con un estilo nada arriesgado, no experimenta cambios ni busca resaltar con una imagen demasiado construida, basado en las líneas rectas y colores armónicos. Sus prendas son muy cómodas y están confeccionadas en materiales de alta calidad incluyendo pedrería e hilos metálicos. Armani maneja una estética andrógina modulada de acuerdo con las necesidades de la vida moderna. Su silueta es recta, no resalta ni formas ni figuras, mantiene la elegancia cómo un sello de garantía a la hora de elegir un atuendo apropiado para eventos de alto renombre. Ha vestido a grandes figuras del estrellato como Richard Gere y Beyonce, siendo esta ultima la principal promotora de sus perfumes.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

El análisis externo permite llevar a cabo una investigación minuciosa de los principales factores que intervienen en el mercado en el que va a intervenir la empresa, con la finalidad de garantizar su éxito; dentro de este estudio interviene el análisis PEST que engloba aspectos de carácter político, económico, tecnológico, ambiental y legal; incluye también la investigación de tendencias de consumo actualizadas para generar innovación en las propuestas de diseño; incorpora a su vez un análisis del sector y del mercado de referencia al que está dirigido el proyecto; contiene también datos relevantes del índice de saturación del mercado potencial y finalmente un análisis estratégico de la competencia para posicionar el producto dentro del mercado y pueda ser accesible para el consumidor.

3.1.1 Análisis PEST

3.1.1.1. Entorno político

En Ecuador hasta el año 2017 y principios del 2018 existían las salvaguardas que consistía en aumentar los aranceles de importación de más de 2800 productos. Esto provocó que muchas empresas se vieran afectadas por esta medida tomada por el gobierno que incrementó el precio de las materias primas de origen extranjero. En la industria del vestido esta medida también generó una subida de precios y en consecuencia baja en las ventas ya que las telas de origen extranjero también aumentaron de precio y el costo de los vestidos se incrementó. Actualmente ya no existe estas tasas arancelarias lo que da paso a acceder a mejores materias primas a un costo

razonable dentro del mercado y por ende esto beneficia a la industria de la confección (Farfán, 2017).

Entre los años 2003 al 2013 con las medidas tomadas por los gobiernos latinoamericanos y el ecuatoriano la mayoría de tendencia de izquierda, los precios de las materias primas se incrementaron en un 10.9%. Esto permitió que la economía de los países crezca en un 4% anual consiguiendo una reducción de la pobreza aparente, ya que en los años siguientes estas medidas consiguieron que la industria decrezca generando actualmente una baja de empleos no solo en la empresa privado sino también en el campo público. A partir del cambio de gobierno se nota una reactivación económica importante que genera tranquilidad al momento de invertir en un emprendimiento (Fondo Monetario Internacional FMI, 2017).

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir el objetivo en el que se sustenta el presente proyecto es el Objetivo 10 que se refiere a "impulsar la transformación de la matriz productiva y establecer una producción basada en la economía del conocimiento, para la promoción de la transformación de las estructuras de producción Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen".

Este objetivo y los artículos mencionados promueven la creación de productos que revitalicen los saberes ancestrales e impulsen la identidad cultural. En este caso a través de los textiles Salasaca aplicados en vestidos de gala por lo que el entorno legal favorece al desarrollo del presente proyecto (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

3.1.1.2. Entorno económico

En Ecuador desde el año 2003 ha existido un incremento en la economía debido al peso que mantiene el Estado. El mismo que aumentó de 24,6 en el 2003 ha 49,9% en el año 2013, lo que ha provocado que el poder adquisitivo de los ecuatorianos ha ido en

aumento. El PIB creció en promedio el 4,8% anual lo que generó que la pobreza descienda del 49% al 25% (Banco Central del Ecuador, 2013).

Esta situación de la economía del país logro captar oportunidades de inversión por varias empresas ya que se visualizó a un mercado en expansión. Esto se corrobora debido a que en estos años se ha producido record de ventas en varios productos a nivel nacional. Todo lo expuesto se pudo realizar debido al apoyo gubernamental, aunque actualmente toda la economía del país está sintiendo el impacto del desplome de las exportaciones petroleras produciendo que las exportaciones no petroleras caigan un 0,3% anual.

Actualmente el sector industrial y el sector artesanal se encuentra en recuperación debido a las medidas económicas tomadas por el gobierno actual, por lo que en estos momentos el elaborar un emprendimiento sería beneficioso debido a que los ecuatorianos cuentan con un poder adquisitivo superior al que existía hace algunos años (Gobierno de la Republica del Ecuador, 2017).

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

De acuerdo a varios analistas nacionales e internacionales para el año 2018 es muy posible que la contratación Económica del Ecuador sea muy elevada por lo que tanto los ingresos de los ciudadanos como el empleo se verán afectados, existe también la incertidumbre de que el gobierno ya no tiene recursos para cumplir con la planificación elaborada para el año 2017.

Por medio del PNBV, el Estado se obliga a promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva (Articulado 5.4). Al generar investigación y difusión de las industrias culturales y creativas, la economía de la cultura y otros ámbitos de información que visibilicen el aporte económico de la cultura a nivel nacional, estimulando la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el

fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional. (Senplades, 2017).

El país depende en gran medida de los ingresos petroleros y esa cifra es básica para entender la situación económica. En ese marco, estudios de consultoras internacionales sostienen que, dado que hay una sobre oferta de crudo en el mundo, los bajos precios del petróleo podrían durar los próximos 15 años. Esto implica que el país tiene que dejar de depender de la minería para orientarse por actividades productivas, agrícolas o manufactureras con el objeto de mantener estable la economía por cierto tiempo (Fontaine, 2016).

3.1.1.4. Entorno tecnológico

El Foro Económico Mundial, de acuerdo ha informado que los negocios, infraestructura, políticas y regulaciones de algunos países de América Latina, incluyendo al Ecuador, así como la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos" es necesario para desarrollar y asimilar tecnologías. Con el mismo propósito, llevan un importante retardo con relación a sus similares Estados Unidos, Europa y Asia. (CEPAL, 2008).

La evolución tecnológica de la industria textil en el país ha permitido que las primeras ventas de la producción textil se concentren en el mercado local. La maquinaria ha tenido su avance tecnológico, hoy en día están las máquinas computarizadas que facilitan el trabajo de la gente y ahorran tiempo produciendo más; bordadoras que en cuestión de minutos realizan diseños con lentejuelas en la prenda; estampadoras que no necesitan más que algunos segundos para obtener la imagen adherida en la prenda o textil y planchas industriales que facilitan la fijación del textil antes de coserla y como elemento necesario antes de la comercialización de la prenda.

Además de la maquinaria, se encuentran ciertos implementos de costura que facilitan y aportan con el trabajo de confección, como los ganchillos de bordado para pedrería que permiten dotar de originalidad al textil, la tijera y pulidora que son indispensables al

momento de cortar moldes y quitar sobrantes de hilos en las prendas garantizando calidad en las mismas.

A partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores.

Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada. Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional (Guachilema, 2016).

El reporte revisado también establece que son cada vez más útiles para los negocios, nuevos soportes, como smartphones y tablets. La adaptación web a los nuevos dispositivos es ya una prioridad, en consideración de que el 54 % de los encuestados compra mayormente desde estos soportes, y el restante 46 % emplea el computador principalmente.

De todo lo expuesto anteriormente se puede analizar que el futuro de la comercialización tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional estará publicitando por medios digitales, los mismos que permite el alcance de muchas personas.

3.1.1.5. Entorno ambiental

Las fibras que utilizan los tejidos empleados para la confección de vestuario y de productos textiles, en general, han atravesado por varios procesos de obtención que, por

su propia naturaleza, son altamente contaminantes. Ello incluye también a los tintes empleados para darle color. Además, se emplean acabados que fijan los tintes de estas fibras y de otro tipo, los mismos que provocan impacto ambiental en diferentes recursos ambientales como por ejemplo los altos niveles de contaminación en el agua, recurso no renovable tan esencial para la vida humana (Vatexga, 2016).

La obtención de fibras al igual que su proceso de tintura son dos del proceso de mayor contaminación ambiental dentro de la industria textil a pesar que los más contaminantes son el proceso de tintura y acabados razón por la cual los productores de tejidos Salasaca tratan en su mayoría de trabajar con colorantes naturales y procesos biodegradable para así ayudar a evitar la contaminación ambiental (Cortazar, 2008).

Los impactos ambientales que debe superar éste proyecto en particular están relacionados con la contaminación del suelo por medio de la basura y contaminación del aire por medio de las poluciones, por ende es necesario desplegar algunas alternativas ambientales que sean amigables con el entorno humano y ecológico, siendo una de ellas, la confección de todos los productos en el mismo sitio en donde se comercializarán, donde el empleo repetitivo de las maquinarias, permitirá que se disminuya los niveles de polución, toda vez que tanto los obreros como el personal de apoyo deben cumplir con las normas de seguridad e higiene industrial para reducir al mínimo los riesgos del trabajo.

La moda puede ser definida como descarte del vestir, que es totalmente funcional por razones puramente semióticas o simbólicas; por ello, la moda es frecuentemente generadora de desperdicios y parecería un impedimento para la sustentabilidad. La sustentabilidad tiene que ver con una perspectiva de largo plazo, con la durabilidad; dentro del espacio de la moda significa que, durante el desarrollo y uso de una prenda o un proceso, una vez puestos en acción, pueden mejorar el bienestar de la gente que interactúa con ellos y el ambiente en que se desarrollan. (Gardetti, 2016)

3.1.1.6. Entorno legal

Los factores legales, están fuera del dominio de las industrias, sin embargo, constituyen cuerpos reguladores de las actividades productivas, buscando que su intervención constituya simultáneamente un ingreso para el Estado y del mismo modo que limitan las actividades empresariales: artesanales e industriales. La industria del vestido ha sido afectada varias veces por cuestiones como los derechos de los trabajadores y las leyes que regulan el trabajo infantil, las organizaciones de trabajadores cuando sus ingresos y beneficios de ley son menos favorables que los de otros trabajadores de la misma industria (Díaz, 2014).

La contaminación del entorno, también está regulada por el Ministerio del Ambiente. Como ya se ha mencionado en el contexto, las fibras obtenidas por el pueblo Salasaca, tienen un origen natural (vegetal/animal) y los tratamientos de obtención y tinturado, manejan técnicas amigables con el medio ambiente (Ministerio del Ambiente, 2012).

Diario el Telégrafo (2016), refiere a las actividades que han de realizarse para establecer legalmente un negocio o empresa, siendo los siguientes:

- Tener la estructura legal de la empresa,
- Reservar el nombre/razón social escogido.
- Desarrollo de los estatutos.
- Escritura pública en una notaría.
- Inscribir la compañía en el Registro Mercantil.
- Nombrar a los representantes de la empresa.
- Inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa, designado en la Junta de Accionistas.

Por lo citado anteriormente, se nota que las distintas instituciones que intervienen en la apertura de un nuevo negocio, son:

Balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías, cualquier institución financiera del país donde se abrirá la cuenta de integración de capitales, Notaría, donde se elevará a escritura pública la intensión de inversión, Permisos municipales de funcionamiento, Registro Mercantil, Junta General de Accionistas, Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa (SMS Auditores, 2017).

3.1.2 Tendencias de consumo

Los estudios de tendencias de consumo prefieren a las personas que tienen una edad menor a los 30 años los mismos que representan alrededor del 60% de la población en la Provincia de Tungurahua. Todas las personas pertenecientes a estos rangos de edad también pertenecen a la generación conocida como *milllenials*. Estos prefieren productos que estén a la moda ya que tienen gran influencia de las redes sociales, adicionalmente buscan productos que deseen transmitir algo en específico, son consumidores más consientes con el medio ambiente y con su alimentación (Cardona, 2018).

Es una generación que cuenta con menos ingresos que sus padres a esa edad y con tiempos de estudio más largos, por los que muchos viven hasta mayores con ellos. Esto les abre oportunidades para la industria de diversión y estilo de vida (Emprendedores, 2017). En cuanto a su vestuario, eligen por consumir marcas preferenciales que otorguen mejores condiciones de trabajo en sus fábricas. Una de sus principales preocupaciones es el calentamiento global o cambio climático; la tecnología también es primordial para su consumo, donde las ventas *online* son las más relevantes con el 10% en su totalidad.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Tabla Nª 3.
Segmentación del mercado potencial

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Variable demográfica	**Valor**
Edad	Mayores de edad (18 - 25 años)
Sexo	Mujer
Nacionalidad	Todas las nacionalidades y orígenes
VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS	
Variable socio-económicas	**Valor**
Ingreso	Desde 1000 hasta 3000 USD
Ocupación	Empleadas públicas o privadas
Educación	Bachiller, Nivel superior
Nivel socio-económico	Desde medio-alto Hasta Alto
VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
Variable psicográficas	**Valor**
Personalidad	Sensible a los problemas sociales, adopta por necesidad nuevas alternativas para satisfacer sus demandas.
Estilo de vida	Contemporáneo: Son mujeres independientes que buscan obtener un desarrollo profesional, su apariencia física es de suma importancia por lo que la moda es indispensable dentro de sus vidas.
Intereses	Siempre desean que la atención hacia ellas sea de óptima calidad y personalizada, amabilidad en todo momento, y accesorios que sobresalgan de los demás.
Gustos	Su vestuario debe ser siempre a la moda exclusiva y con alta originalidad con prendas de marcas reconocidas, los diseños deben estar siempre acorde con las tendencias actuales, el precio casi nunca es un impedimento.
VARIABLES CONDUCTUALES	
Variable conductuales	**Valor**

Lealtad de marca	Productos de calidad, servicio oportunos, disponibilidad, buen trato,
Beneficios buscados	Buena calidad del diseño, materiales y confección. Servicio de venta y posventa con garantía agregada a los vestidos y accesorios. Asesoría permanente en cuestiones de imagen
VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Variable geográficas	**Valor**
Continente	Sudamérica
País	Ecuador
Provincia	Tungurahua
Ciudad	Ambato

Descripción del mercado objetivo

El mercado objetivo es un consumidor de moda entre los 18 - 25 años de edad con estudios universitarios o que se encuentren laborando en mandos medios altos. Nivel de consumo de moda alto, sus compras se mueven por las variables de valores sostenibles, calidad y tendencia.

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia.

Alrededor de todo el mundo la industria de la moda es considerada como una potencia debido a su promedio de ventas que puede alcanzar cifras de hasta miles de millones. Este éxito se debe a la necesidad de las personas de vestirse y a la versatilidad de la industria para cubrir los requerimientos del mercado en tiempos muy cortos (Tungate, 2008).

Esta es una de las industrias de mayor crecimiento en ventas al por mayor y menor también conocidas como *retails*. Esto se debe a que las empresas textiles han conseguido que sus productos se encuentren al alcance de todas las personas

desarrollando productos que se adapten a cada una de las necesidades de los consumidores sin descuidar la parte económica de los mismos. Esto junto al desarrollo de las tiendas en línea ha hecho que el éxito de la industria de la moda pueda darse en cualquier ubicación en la que se encuentra. Se debe tomar en cuenta que el mercado que realiza compras en línea está en franco crecimiento y se prevé que hasta el año 2020 el 80% de las ventas se las realice por este medio (Carrillo, 2010).

En Ecuador durante el año 2015 la industria textil y confección tuvo un ingreso de 2 400 millones de dólares. Este valor representa el 0.84% del producto interno bruto (PIB) de todo el país. En promedio cada hogar gasta hasta el 20% de sus ingresos en la compra de productos relacionados con la industria textil (Camara de Industrias, 2016)

El sector del vestido al que corresponde éste proyecto, está caracterizado por diseñadores y tiendas especializadas en moda que elaboran vestidos de gala para mujeres especialmente que participen en certámenes de belleza o tengan eventos culturales de sociedad continuamente. El sector de diseño y confección de vestidos de gala se encuentra abastecidos, aunque no presenta una variedad de materiales en la elaboración de los mismos y más aún al incorporar en este tipo de vestidos un elemento como los tejidos de la cultura Salasaca. Es por esta razón que se trata de prendas exclusivas, que debido a su naturaleza de ser elaborados a medida. A pesar de las dificultades que muestra el desarrollo de este tipo de vestidos, existen varios diseñadores independientes que están intentando incorporar tejidos ancestrales en la creación de prendas de gala (Casimiro, 2013).

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

De acuerdo con datos de la Organización de Naciones Unidas (ONU) existen 3 709 876 491 mujeres a nivel mundial, lo que representa el 49.6% de la población, de las cuales el 41% se encuentre entre las edades de 18 - 25 años. Es decir que 1 521 049 361 féminas están en este rango de edad (Central Intelligence Agency, 2017).

En los próximos seis años la población femenina se incrementará en un 9,36% mientras la de los hombres lo hará en 9,14%. De acuerdo a las proyecciones poblacionales, para el año 2020 la esperanza de vida será de 79 años, cinco años más que la de los hombres.

De acuerdo con el censo elaborado por el INEC en el 2010, en Tungurahua hay 504.583 personas de estas el 9% están entre los 18 - 25 años de edad de las cuales el 51.50% son mujeres. Es decir, existen 23 499 mujeres entre el rango de edad seleccionado, indicando de esta forma que el mercado potencial en Tungurahua es muy alto para el desarrollo del presente proyecto (INEC, 2010).

Para determinar la saturación del mercado potencial es necesario comparar entre el mercado nacional y el mercado internacional por lo que de las 3 709 876 491 mujeres a nivel mundial las que se encuentran en el rango de edad de 18 - 25 años de edad el porcentaje es del 41% lo que significa 1 521 049 361 y el aporte ecuatoriano a esta cifra es de 8 087 014 de las cuales el 9% son el grupo objetivo llegando a un valor 727 831 de por lo que el mercado potencial para este proyecto no se encuentra saturado y abre la posibilidad a que la factibilidad del negocio sea muy rentable (Central Intelligence Agency, 2017).

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Para poder realizar un análisis de la competencia es necesario centrarse en las estrategias competitivas establecidas por Michael Porter, la cuales están enfocadas al precio, segmentación y diferenciación. La competitividad es una variable que está ligada al valor que una empresa genera en sus productos o servicios y que los compradores están dispuestos a pagar. Este valor no solo se ve representado en el precio, sino en conceptos intangibles que en la actualidad están tomando una mayor significación dentro de la concepción del consumidor, denominado diferenciación (BBVA, 2017).

Sin embargo, dentro del contexto local, el consumidor ha provocado que se le dé una mayor importancia al precio de venta, siendo este factor en el que la mayoría de empresas y diseñadores de vestidos de gala centran su competitividad. Es así que se realizó un análisis de los mismos que se presentan a continuación.

Tabla Nª 4.
Precios de la competencia

Diseñador o tienda	Vestido de gala. Precio promedio
Classic boutique	$ 600
Creaciones Mary Carmen	$ 350
Almacenes Rita	$ 450
Creaciones Madeleine	$ 300
Creaciones Charlestong	$ 250
Creaciones Lucy	$ 500

3.2. Análisis interno

Existe una variedad de factores internos al emprendimiento que de alguna manera podrían afectar al desarrollo de la propuesta, sin embargo, se debe anotar que al ser propios de la empresa se pueden solventar, por medio de la determinación de su importancia en primer lugar y luego aplicando estrategias de solución inmediatas para los factores internos negativos, desde luego que las fortalezas del proyecto, también debieron ser potenciadas, con miras al manejo integral del estudio. Los factores internos se deben, por lo tanto, primero identificar, evaluar y atacar para disponer de una visión apropiada del proyecto.

Tabla Nº 5.
Matriz de evaluación de factores internos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

FACTORES INTERNOS CLAVES	PONDER	CLASIF.	RESULTADO

	(n/1)		PONDERADO
FORTALEZAS			
Administración y dirección en manos propias.	0.087	4	**0.348**
Se dispone de acceso a una gran cantidad de información sobre el patrimonio Salasaca y el desarrollo de sus textiles	0.087	3	**0.261**
El proyecto dispone de personal experto y capacitado para diseñar propuestas de vestimenta de alto nivel.	0.067	3	**0.201**
El talento humano del proyecto está vinculado con la cultura Salasaca de manera directa y confiable.	0.097	4	**0.388**
Inversión en investigación y producción con recursos económicos propios.	0.077	3	**0.231**
Conocimiento adecuado de la oferta y demanda de trajes de gala	0.097	4	**0.388**
Disponibilidad de maquinarias, herramientas y equipos adecuados para la confección de trajes de gala.	0.067	3	**0.201**
Uso de materias primas e insumos de calidad comprobada	0.087	3	**0.261**
DEBILIDADES			
Riesgo potencial de penetración, elevado.	0.097	1	**0.097**
Riesgo de afectación/enriquecimiento al patrimonio cultural Salasaca.	0.097	1	**0.097**
Temor al hermetismo cultural frente a	0.058	2	**0.0116**

la innovación.				**Ponderación:**
Lenta adaptación social al cambio.	0.077	2	**0.0154**	
TOTAL	**1.000**			

1.00

Sin importancia: 0.01

Muy importante 1.00

Clasificación: Se asigna

1 = Debilidad grave o muy importante

2 = Debilidad Menor

3 = Fortaleza Menor

4 = Fortaleza Importante

Del análisis realizado, se puede concluir que los factores internos más importantes que el proyecto tiene a su favor, incluyen a la administración y la dirección en manos propias, desde donde se pueden generar alternativas de solución a los problemas creados por la propia empresa sin la intervención de terceros. Otra fortaleza muy importante para el proyecto es que el talento humano del proyecto está vinculado con la cultura Salasaca de manera directa y confiable. Desde ésta plataforma, entonces, se puede acceder a todas las posibilidades existentes en el momento que se requieran, pues están siempre disponibles. Finalmente, existe un conocimiento adecuado de la oferta y demanda de trajes de gala en el mercado de Ambato, lo que implica que se pueden tomar los riesgos necesarios de modo que solo aseguren el éxito en las decisiones.

Las debilidades importantes del análisis son las que muestran puntaje más reducido, entre ellas las que más destacan, el riesgo potencial de penetración, que es elevado, pero cuya medición dependerá de cuán convincente sea la propuesta para el grupo objetivo. Además, un riesgo latente de desconocidas proporciones que será necesario tomar, tiene que ver con la resistencia social, que podría poner en riesgo el proyecto estudiado, y se trata de la afectación ya sea para la culturización o por el contrario para el enriquecimiento al patrimonio cultural Salasaca.

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Recursos económicos

Para el presente proyecto los recursos económicos serán propios tanto para la consecución de materia prima como para la confección de los vestidos de gala. Adicionalmente para la elaboración de la materia prima se ha logrado realizar alianzas estratégicas con tejedores de la comunidad Salasaca, razón por la cual en relación a los recursos todos son disponibles y están al alcance de la investigadora.

Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos también forman parte del patrimonio de la investigadora razón por la cual se cuenta con toda la gama de maquinaria necesaria para el diseño y confección de vestidos de gala. El mayor obstáculo en lo que ha recursos se refiere se encuentra en la consecución de la materia prima ideal para la elaboración de los vestidos, el mismo que está solucionado al realizar alianzas estratégicas con los artesanos de la comunidad Salasaca.

3.2.2 Análisis cadena de valor

La cadena de valor es una innovadora herramienta metodológica cuyo objetivo es la creación y el sostenimiento de una ventaja competitiva sostenible en un sector. Se

consigue a través del análisis y desagregación de las actividades fundamentales que desempeña una empresa al diseñar, producir, vender y distribuir los bienes y servicios, de tal manera de que se genere valor para los clientes, así la empresa tratara de ganar una posición única en la mente del consumidor. (Berrozpe, 2012. El proceso de diseño y confección de vestidos de gala cumple con todos los pasos de un proceso de diseño tomando en cuenta que el punto crítico es el adaptarse a los diseños que pueden elaborar los artesanos de la comunidad Salasaca en lo que a tejidos se refiere:

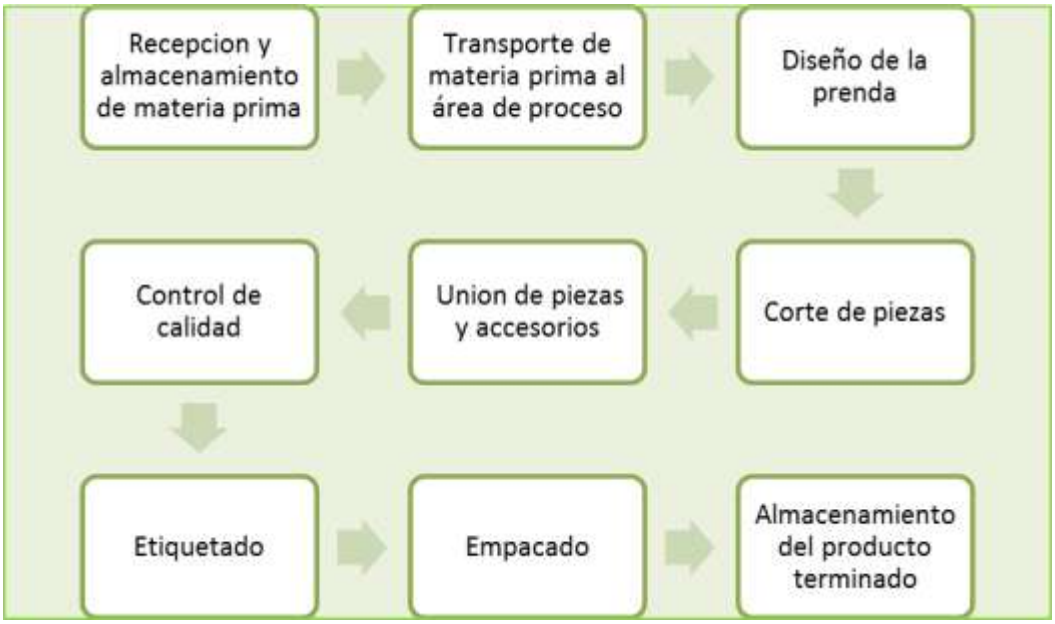


Gráfico N° 1: Flujo de proceso

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

La investigación del cliente potencial ha permitido determinar los aspectos negativos y las preferencias de los clientes potenciales, de manera que el verdadero eslabón que une el estudio del cliente con el proceso productivo. Es el diseño de las prendas que en todo caso depende de las necesidades más específicas de cada cliente. Dentro del diseño, habrá que poner en juego una actualización permanente de conceptos, estilos y tendencias para que la empresa sea una institución de vanguardia en cuanto al desarrollo de nuevos productos.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Los materiales de más elevada calidad que se requiera dependerán de las exigencias de los clientes, pero de darse el caso, se pueden adquirir en la región Costa, específicamente en Guayaquil, directamente de los distribuidores nacionales. Este proceso se hará efectivo aplicando alianzas estratégicas con éstos, así como también con los artesanos de la comunidad Salasaca, con los que se realizará el pedido de materia prima con el debido tiempo de antelación para evitar retrasos en la entrega de los vestidos de gala.

3.2.2.3. Eslabón de producción

La producción se llevará a cabo en el taller de confecciones de propiedad de la autora del proyecto, el mismo que se encuentra perfectamente dotado tanto de maquinarias, como de equipo y herramientas adecuadas para llevar a cabo la producción. El personal técnico y confeccionistas, son mano de obra calificada, que garantizará el éxito en cada proceso. El proceso de producción textil que prevalecerá en la nueva unidad productiva, incluye actividades como:

- Recepción y almacenamiento de las materias primas, el mismo que se debe hacer a través de un exigente control de calidad de los productos adquiridos, previo al almacenaje propiamente dicho; para posteriormente clasificar y priorizar el uso.
- Transporte de materias primas al área de procesamiento, el mismo que lleva las instrucciones del diseño de la prenda, que a su vez determinará la cantidad de cada insumo para el proceso.
- Unión de piezas de manera exacta y milimétrica con maquinaria especializada.
- Control de calidad,
- Etiquetado, empacado y almacenamiento en los lugares adecuados, exhibición y modelaje de las mismas.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

La exhibición, distribución y comercialización de las prendas confeccionadas se llevará a cabo en el mismo taller de confecciones que cuenta con un área adecuada para que las clientas se prueben los vestidos y los modelen. Para lograr una venta efectiva de los productos, la empresa ha de aplicar los procesos de marketing mix, enfocados en dotar de un producto de excelente calidad, innovador, exhibido en los lugares adecuados, con las actividades de venta y posventa que garanticen a los clientes.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

La población son todos los individuos que formarán parte del estudio. En este caso son mujeres de 18 a 25 años de edad de la ciudad de Ambato, para lograr establecer una conclusión a los objetivos. Se ha escogido a este grupo objetivo puesto que en ese rango de edad son mujeres que consumen vestidos de gala para eventos sociales, culturales y elecciones de reina. Para generar un estudio de campo y poder establecer parámetros de diseño y comercialización; además de la aceptación del producto. Sin embargo, la propuesta puede tener mayor alcance a un mercado más amplio, ya que tiene una visión de internacionalización.

4.1.1 Modelo de encuesta

OBJETIVO:

Identificar las preferencias de vestidos de gala de mujeres de 18 a 24 años de edad en la ciudad de Ambato.

Información General

Estado Civil: Casada ☐ Soltera ☐

Nivel de educación: Secundaria ☐ Superior ☐

Lea detenidamente las preguntas, marcar con un visto la respuesta que considere.

1. ¿Cuánto percibe de ingresos mensualmente sus padres?

a. Hasta 500 Dólares ☐ b. hasta 900 Dólares ☐ C. más de 1000 ☐

2. ¿Cuál es el estilo de vida que usted practica?

a. Tranquilo ☐ b. Activo ☐ c. Ocupado ☐

3. ¿Socialmente le gustaría?

a. Ser diferente ☐ b. Tener estatus ☐ c. Ser única ☐

4. ¿Cuándo adquiere un vestido de gala que es lo que usted valora más?

a. Calidad ☐ b. Innovación ☐ c. Estética ☐ d. Materiales ☐

5. ¿Cuándo adquiere un vestido, por qué lo hace?

a. Necesidad ☐ b. Gusto ☐ c. Moda ☐

6. ¿Qué imagen le gustaría transmitir al utilizar un vestido de gala?

a. Elegancia ☐ b. Sencillez ☐ c. Sobriedad ☐

7. ¿En qué ocasión utilizaría un vestido de gala?

a. Reinado. ☐ b. Eventos sociales ☐ c. Eventos Familiares ☐

8. ¿Le gustaría utilizar un vestido de gala con tejidos de la cultura Salasaca?

a. Si. ☐ b. No. ☐ c. No sabe ☐

9. ¿Con que frecuencia usted compra un vestido de gala?

a. Una vez al año ☐ b. 2 veces al año ☐ c. Más de dos veces al año ☐

10. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala.

a. de 100 a 300 dólares ☐ de 301 a 500 dólares ☐ c. más de 500 dólares ☐

4.2. Elección de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta los valores obtenidos a través del censo poblacional elaborado por el INEC en el año 2010, en el que se menciona que en la provincia de Tungurahua existen 23.499 mujeres entre las edades de 18 a 24 años.

Tabla Nº 6.
Población

CUADRO POBLACIÓN
Población Tungurahua: 504.583
Población Ambato: 329, 856
Población femenina de 18 - 25 años: 27.882

Fuente: (INEC, 2010)

La fórmula a aplicarse para determinar la muestra para el desarrollo del proyecto se basa en lo expuesto por Naranjo G. en el que se menciona que:

n: Tamaño de la muestra.
PQ: Probabilidad de ocurrencia.
N: Universo de estudio.
e: Error de muestreo 0.02
k: Coeficiente de corrección 2
Mujeres de 18 - 25 años (3%): 27882

$$n = \frac{PQ \; x \; N}{(N-1)\left(\frac{e^2}{k^2}\right)+PQ}$$

DONDE:

n. Tamaño de la muestra

PQ. Probabilidad de ocurrencia

N. Tamaño de la población

e. Error de muestreo

$$n = \frac{0.25 \text{ x } 27882}{(27882- 1)\ (0.05^2 / 1.96^2) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{(27881)\ (0.0025 / 3.8416) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{(27881)\ (6{,}507705122865472719700124947938 4 \text{ x } 10^{-4}) + (0.25)}$$

$$6970.5$$

$$n = \frac{}{(18.14413265306122) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{18.39413265306122}$$

n = 378.9 = 379

4.3. Técnicas de estudio

4.3.1 Cuantitativas

Para la obtención de información cuantitativa que sirva para determinar las características de los vestidos de gala, saber si las mujeres están dispuestas a utilizar vestidos de gala elaborados con tejidos Salasaca, cuál es el valor que aproximadamente pagaría por un vestido de esa clase, si las personas estarían dispuestas a alquilar este tipo de vestidos. Y con ello definir, el volumen de materia prima e insumos, la maquinaria indispensable para cumplir con los pedidos y los tiempos/movimientos requeridos para cada prenda.

Para éste último ejercicio, se ha de estructurar una encuesta que extraiga las necesidades mencionadas. Para este propósito, es conveniente emplear como instrumento de recolección de datos, el cuestionario de preguntas cerradas de selección simple y múltiple.

4.4. Elaboración e interpretación de los datos

1.- Estado Civil

Tabla Nª 7.
Estado Civil

OPCIÓN	Estado Civil	
	f	%
Casada	136	36%

Soltera	243	64%
TOTAL	379	100%

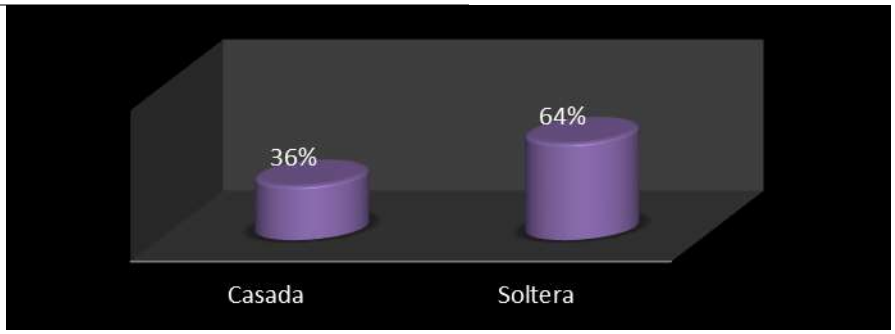


Gráfico Nº 2: Estado Civil

De las mujeres encuestadas el 64% son solteras y el 36% son casadas lo que determina que existe una mayor incidencia de mujeres soteras entre los 18 - 25 años de edad, razón por la cual existe un mayor apega hacia el consumo de moda y la asistencia a eventos sociales y culturales.

2.- Nivel de Educación

Tabla Nª 8.
Nivel de educación

OPCIÓN	Nivel de Educación	
	F	%
Secundaria	44	12%
Superior	335	88%
TOTAL	379	100%

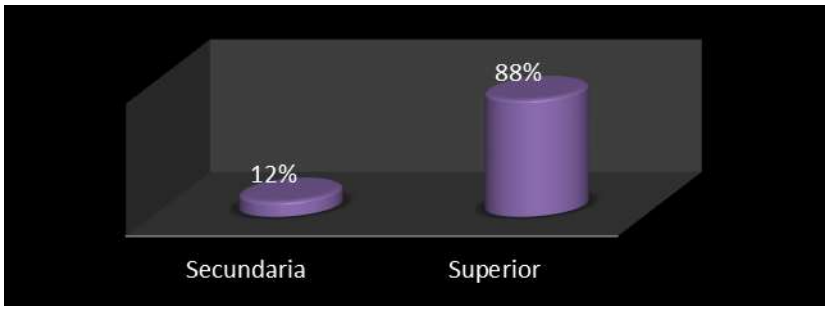


Gráfico Nº3: Nivel de educación

De las 379 mujeres encuestadas el 88% tienen educación superior y el 12% tienen solo educación secundaria, lo que denota que la mayoría de las mujeres

encuestadas tienen un nivel de educación superior. Es decir que tienen ya preparación profesional.

3.- Cuáles son sus ingresos mensuales

Tabla Nª 9.
Ingresos mensuales

OPCIÓN	**Ingresos Mensuales**	
	f	%
Hasta 500 dólares	165	44%
Hasta 900 dólares	201	53%
Más de 1000 dólares	13	3%
TOTAL	379	100%

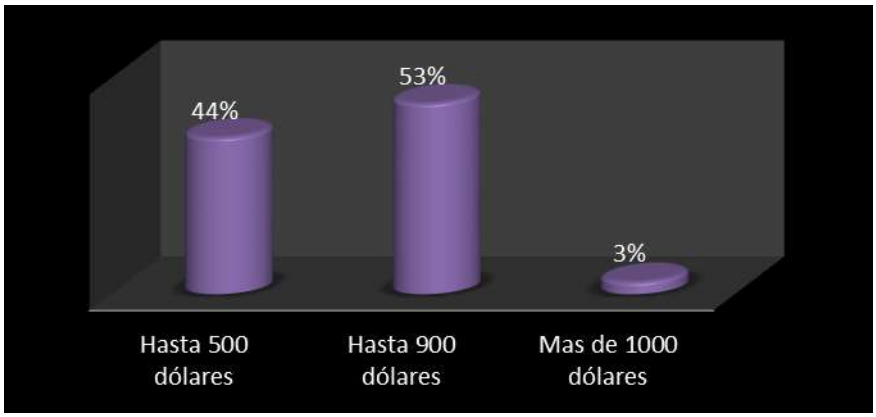


Gráfico Nº4: Ingresos mensuales

En relación a los ingresos mensuales de sus padres el 44% de las encuestadas mencionan que es de hasta 500 dólares; en cambio el 53% indica que sus ingresos son hasta 900 dólares mensuales, mientras que tan solo un 3% menciona que sus ingresos superan los 1000 dólares. Lo que se analiza es que el 53% de las mujeres de entre18 - 25 años de la ciudad de Ambato tienen un sueldo de hasta 900 dólares, por lo que de sus ingresos se puede destinar una parte para la adquisición de indumentaria.

4.- Estilo de vida

Tabla Nª 10.
Estilo de vida

OPCIÓN	Estilo de vida	
	f	%
Tranquilo	68	18%
Activo	261	69%
Ocupado	50	13%
TOTAL	379	100%

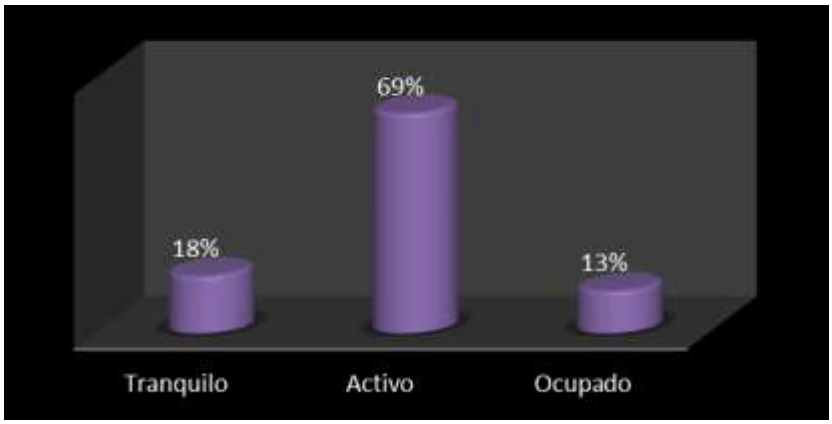


Gráfico Nº5: Estilo de vida

En cuanto al estilo de vida de las encuestadas el 18% tiene un estilo de vida tranquilo, mientras que el 69% menciona que el estilo de vida es activo y tan solo el 13% menciona que tiene un estilo de vida ocupado. Por los resultados obtenidos se da a notar que la mayoría de las mujeres encuestadas tienen un estilo de vida activo ya que asisten a varios tipos de eventos sociales y culturales.

5.- Socialmente le gustaría ser

Tabla Nª 11.
Socialmente le gustaría ser

OPCIÓN	Socialmente le gustaría ser	
	f	%
Diferente	86	23%
Tener estatus	167	44%
Única	126	33%
TOTAL	379	100%

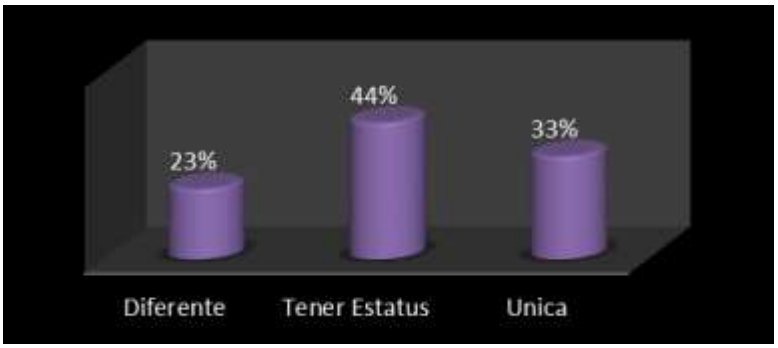


Gráfico Nº 6: Socialmente le gustaría ser

De acuerdo a lo establecido las mujeres de 18 - 25 años de la ciudad de Ambato mencionan el 23% que desean ser diferentes socialmente, mientras que el 44% dice que desea tener estatus socialmente y finalmente el 33% indica que lo que desean dar a notar es que son únicas. De lo que se analiza es que la mayoría de las mujeres de Ambato comprendidas entre las edades de 18 - 25 años desean diferenciarse del resto es decir quieren ser únicas.

6.- Cuándo adquiere un vestido de gala que es lo que usted valora más

Tabla Nº 32.

Que valora en un vestido de gala

OPCIÓN	Que valora en un vestido de gala	
	F	%
Calidad	85	22%
Innovación	103	27%
Estética	123	32%
Materiales	68	18%
TOTAL	379	100%

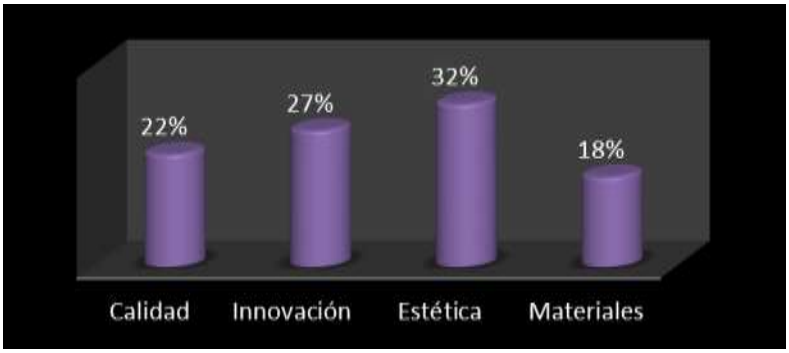


Gráfico Nº7: Que valora en un vestido de gala

En este aspecto se menciona que cuando las mujeres compran un vestido buscan el 22% calidad en el vestido, el 27% innovación, el 32% estética mientras que el 18% se fija en los materiales. Es decir que siempre las mujeres buscan trajes de buena calidad, pero especialmente que hagan resaltar la estética femenina.

7.- Cuándo adquiere un vestido porque lo hace

Tabla Nº 4.

Cuando adquiere un vestido porque lo hace

OPCIÓN	**Cuando adquiere un vestido**	
	f	%
Necesidad	148	39%
Gusto	135	36%
Moda	96	25%
TOTAL	379	100%

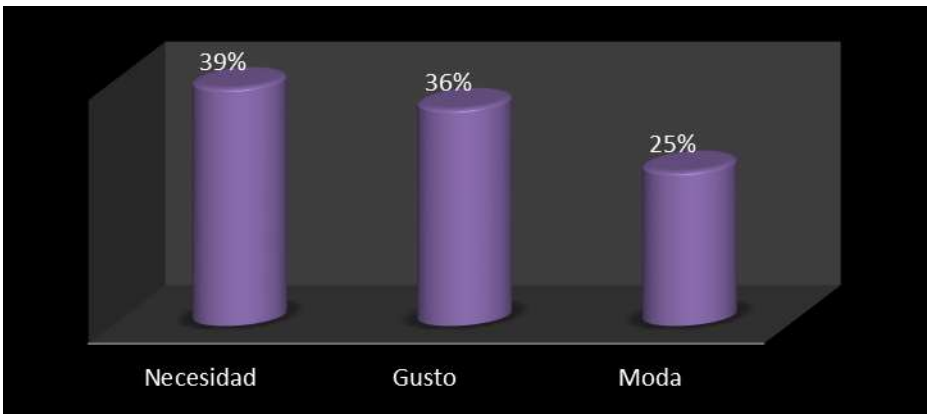


Gráfico Nº8: Cuando adquiere un vestido lo hace por

Del total de encuestadas el 39% mencionan que adquieren vestidos de gala por necesidad, mientras que el 36% menciona que adquiere vestidos de gala por gusto y finalmente el 25% indica que lo hace por moda. Al analizar los datos se evidencia que la mayoría de las mujeres compra un vestido de gala por estar a la moda o porque les gusta lo que abre las expectativas de funcionamiento del proyecto ya que el mercado está ávido de este producto vestimentario.

8.- Qué imagen le gustaría transmitir al utilizar un vestido de gala

Tabla Nº 54.
Que desea transmitir

OPCIÓN	Que desea transmitir	
	F	%
Elegancia	236	62%
Sencillez	60	16%
Sobriedad	83	22%
TOTAL	379	100%

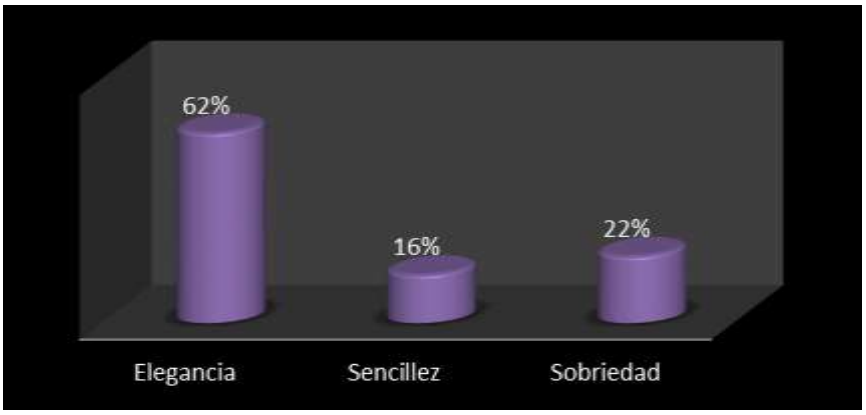


Gráfico Nº9: Que desea Transmitir

Al momento de realizar las encuestas de las 379 mujeres encuestadas el 62% indica que desea trasmitir elegancia con su forma de vestir, el 16% menciona que lo que desea trasmitir es sencillez y finalmente el 22% menciona que desea transmitir sobriedad. De lo que se analiza que al vestirse la mayoría de mujeres desean denotar primero elegancia y luego sobriedad; lo que conlleva a que las mujeres encuestadas gustan de distinción al vestirse y así asistir a eventos sociales y culturales.

9.- En qué ocasión utilizaría un vestido de gala

Tabla Nº 65.
Ocasión de uso

OPCIÓN	Ocasión de uso	
	f	%
Reinados	123	32%

Eventos Sociales	207	55%
Eventos Familiares	49	13%
TOTAL	379	100%

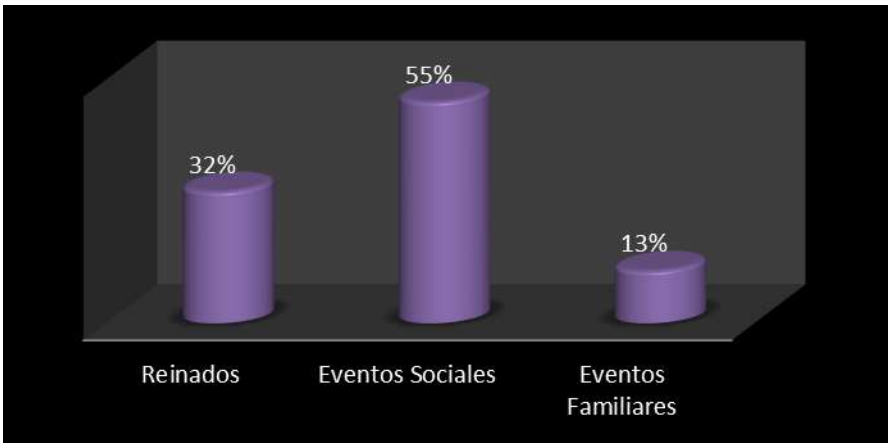


Gráfico Nº10: Ocasión de uso

Al momento en el que se menciona la ocasión de uso de los vestidos de gala, el 32% de las encuestadas menciona que los utilizan para reinados, mientras que el 55% indica que los utilizan en eventos sociales, finalmente el 13% asegura que utiliza este tipo de vestidos en eventos familiares. Es decir que las ocasiones de uso de este tipo de vestidos es amplia por lo que el impulsar el desarrollo de vestidos de gala es necesario para cubrir el mercado existente.

10.- Le gustaría utilizar un vestido de gala con tejidos de la cultura Salasaca

Tabla Nº 76.
Vestido de Gala con tejidos Salasaca

OPCIÓN	**Vestido de gala con tejido salasaca**	
	f	%
Si	145	38%
No	128	34%
No sabe	106	28%
TOTAL	379	100%

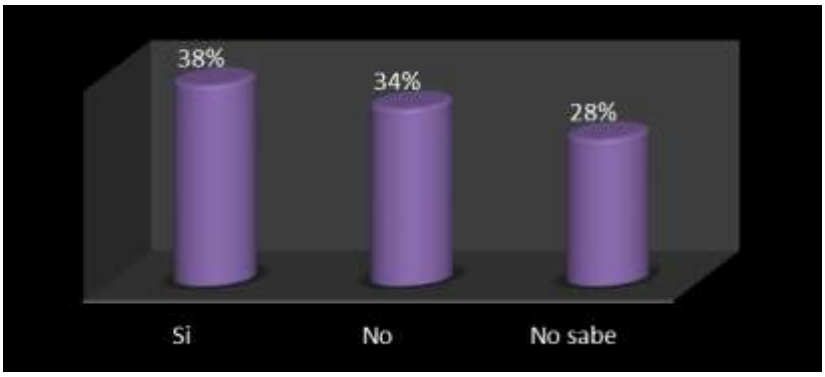


Gráfico Nº11: Vestido de Gala con Tejidos Salasaca

En este caso de las mujeres encuestadas el 38% menciona que sí utilizarían un vestido de gala con tejidos Salasaca, mientras que el 34% menciona lo contrario y finalmente el 28% indica que no sabe si lo utilizaría o no. Al analizar estos resultados se evidencia que el 38% de las mujeres de Ambato están dispuestas a utilizar vestidos de gala con la utilización de tejidos Salasaca con lo que se da apertura para el desarrollo de este proyecto.

11.- Con que frecuencia usted compra un vestido de gala

Tabla Nº 87.
Frecuencia de compra

OPCIÓN	Frecuencia de compra	
	f	%
1 vez al año	106	28%
2 veces al año	139	37%
más de 2 veces	134	35%
TOTAL	379	100%

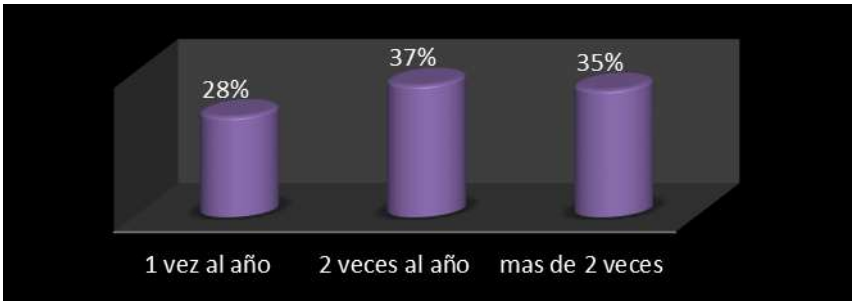


Gráfico Nº12: Frecuencia de Compra

Al realizar la pregunta de la frecuencia de compra de vestidos de gala el 28% de las encuestadas menciona que lo realizan una vez por año, en cambio el 37% menciona que lo hace hasta 2 veces por año, mientras que el 35% indica que realiza compra de vestidos de gala por más de 2 veces al año. Es decir que la frecuencia de compra de este tipo de vestidos puede estar como mínimo de dos veces al año obteniendo así un mercado potencial para el mismo.

12.- Cuánto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala

Tabla Nº 98.
Cuanto pagaría por un vestido de gala

OPCIÓN	**Cuanto pagaría por un vestido de gala**	
	f	%
de 100 a 300 dólares	148	39%
de 301 a 500 dólares	192	51%
más de 500 dólares	39	10%
TOTAL	379	100%

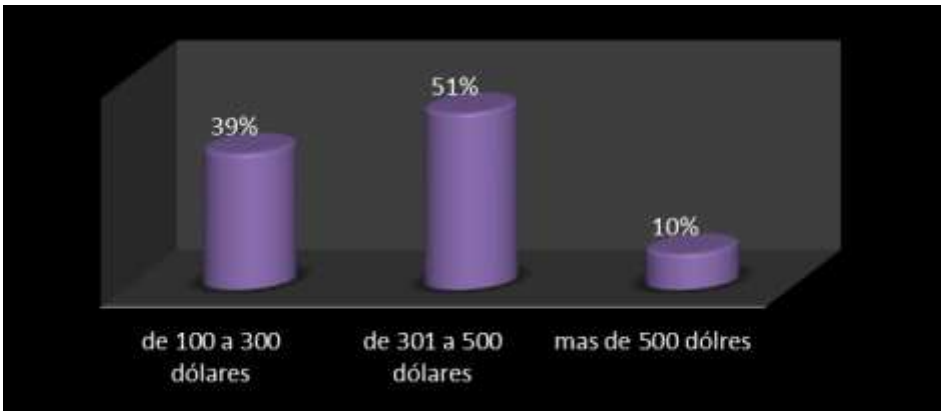


Gráfico Nº 13: Cuanto pagaría por un vestido de gala

Cuando se habla de precio el 39% de las encuestadas menciona que estaría dispuesta a pagar hasta 300 dólares, mientras que el 51% está dispuesto a pagar hasta 500 dólares, finalmente el 10% menciona que estaría dispuesta a pagar más de 500 dólares por

adquirir un vestido de gala. Lo que genera que en cuestión de precio este tipo de vestidos tienen un buen margen para poder realizarlos.

4.4 Conclusiones

Lo que las mujeres buscan cuando compran un vestido de gala es que este sea estético, elaborado con materiales de buena calidad que siempre este acorde con las tendencias de la moda para verse distinguidas, elegantes y únicas.

Se concluye que la adquisición de vestidos de gala se realiza más por gusto y por moda antes que por una obligación lo que genera que este mercado este ávido por buscar este tipo de prendas.

Las ocasiones de uso de este tipo de vestidos de gala son para los reinados, eventos sociales, por lo que siempre existe un motivo para utilizar este tipo de vestidos y por ende para adquirirlos.

La frecuencia de compra de los vestidos de gala cada vez va en aumento tomando en cuenta que la mayoría de las mujeres encuestadas menciona que adquiere un vestido de gala como mínimo 2 veces al año.

En referencia al precio el mercado en su mayoría está dispuesto a pagar hasta 500 dólares por un vestido de gala lo que deja un margen de rentabilidad adecuado y atractivo dentro de la industria de la moda.

Es aceptado el hecho de que se incluya tejidos de la cultura Salasaca en la elaboración de vestidos de gala ya que la mayoría de las mujeres está de acuerdo en utilizar un vestido con estas características.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1. Cronograma de producción

Para la elaboración del siguiente cronograma, se ha tomado en cuenta la disponibilidad de tiempo de las personas que van a colaborar en la confección y terminados de cada una de las prendas.

Tabla Nª 19.
Cronograma de producción

ETAPAS		PRENDAS – INSUMOS	TIEMPO
PRE PRODUCCIÓN	Investigación	Tendencias- inspiración	8 horas
	Diseño	Bocetos	8 horas
PRODUCCION	Patronaje	Bustier	8 horas
	Preparación	Elaboración del tejido y búsqueda de telas e Insumos para la confección.	8 horas
	Corte	Vestido de gala	8horas
	Bordado en pedrería	Chaquiras, chaquirones, canutillos, abalorios, cuentas checas, swarovski, perlas de cristal, lentejuelas.	40 horas
	Terminados	Etiquetas , planchado	1 horas
POS PRODUCCIÓN	Ventas	Vestido de gala	1horas
	Empaque	Vestido de gala	1 horas

5.2. Control de calidad

El control de calidad que se va a manejar tanto en la confección como en los terminados de los vestidos de gala, y son de acuerdo a la experiencia obtenida en el transcurso de la preparación académica de la diseñadora y de la experiencia profesional, de la misma manera se ha de tomar en cuenta las normas establecidas que corresponden

a la industria de la confección emitidas por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), dichas normas serán empleadas siempre y cuando sea necesario.

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

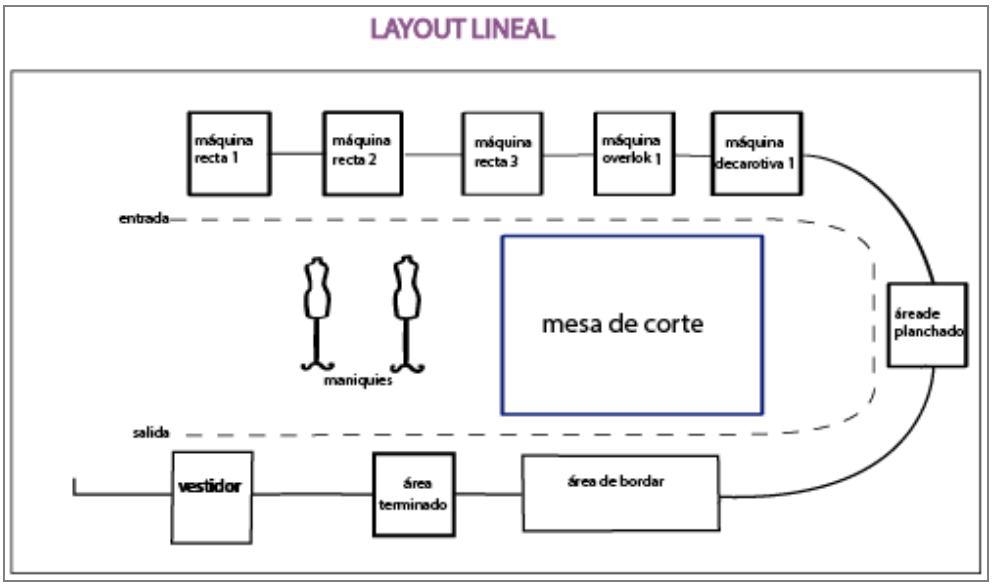


Gráfico Nº 14: Layout Lineal

5.4 Requerimientos de mano de obra

El proyecto en curso está siendo considerado para ser parte de una línea adicional de la microempresa en la cual se va a desarrollar la colección prototipo. Se requiere de personal con conocimiento y experiencia en confección de prendas de vestir femeninas, que tengan habilidad para resolver problemas suscitados con la confección de prendas y de la misma forma que puedan trabajar tanto en elaboración en cadena como proceso de confección total de cada prenda.

Según datos proporcionados por el dueño del negocio, en la ciudad de Ambato existe poco personal capacitado en la industria de la confección textil. Sin embargo, existen personas que desean aprender, y por cuestión de leyes, es riesgoso aceptar

personal sin experiencia y pagar un sueldo básico por el poco trabajo y conocimiento que desempeñan en la planta de producción. Esta es una realidad que se vive desde hace años y por la cual muchas veces no se les puede brindar más oportunidades de aprender. Por otro lado se pretende capacitar a personas con discapacidad leve para que puedan desempeñar un trabajo dentro del proceso de producción y de esta manera brindar mayor oportunidad laboral e inclusión de personas con discapacidad.

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Para poner en marcha la confección de vestidos de gala con tejidos de la cultura Salasaca, se tomará en cuenta normas básicas de seguridad industrial y salud ocupacional.

Área de Trabajo

- El área de trabajo debe estar en completo orden.
- Cualquier condición insegura deberá ser notificada a tiempo.
- Para utilizar cualquier maquina o equipo es necesario que la operaria sepa el manejo de la misma.
- Cada herramienta debe ser usada para su cometido.
- El equipo de protección personal debe ser utilizado en todo momento
- Las personas con cabello largo deberán utilizarlo de forma recogida
- Debe existir un botiquín de primeros auxilios.

El manejo ambiental para este proyecto considerará:

- El reciclaje de materiales como papel, cartón, plástico y vidrio.
- Utilizar los residuos textiles para el aislamiento acústico o trapos de limpieza.
- Creación de nuevos textiles, con retazos.
- Desecho de aquellos residuos que no tienen ningún uso posible.

CAPITULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 . Descripción del producto o servicio

6.1.1 Brain storming

Vestidos de gala de uso exclusivo para mujeres de 18 a 25 años, inspirados en la cultura Salasaca y basados en la tendencia de moda "Cruce Continental" que mantiene su esencia en elementos representativos multiculturales, misma que pertenece a la temporada Primavera-verano 2018. Es un producto innovador, que refleja el trabajo artesanal realizado en esta cultura a través de la aplicación de tejidos y bordados autóctonos, combinado con un concepto de lujo y elegancia, reflejados en la aplicación de pedrería, insumos de calidad, fusión de textiles y terminados impecables, otorgando distinción y autenticidad a prendas especiales destinadas a usarse en certámenes de belleza y en fiestas de etiqueta. El producto pertenece a una línea de moda cargado de glamour, que transmite esplendor, encanto y belleza, se rige en la originalidad y permite destacar el estilo sofisticado de las jóvenes que con sus elegantes diseños y colores de temporada cautivan las miradas.

6.2 .Perfil del cliente

Contemporáneo

Este perfil se caracteriza por estar relacionado directamente con el presente, adquiere un modelo de comportamiento que surge de los cambios sociales, económicos y tecnológicos de las últimas décadas, es dinámico, versátil, se adapta a lo nuevo, su vida es activa e independiente; los conceptos de confort y armonía siempre lo acompañan. Su enfoque de vida está más orientado por el desempeño profesional que por la familia; para pasar el tiempo libre prefiere sitios que le brinden nuevas sensaciones.

La actitud de este consumidor se caracteriza por no dejarse influenciar ni comprometer por el entorno cercano. Es activo y hacendoso en su desarrollo personal, emocional y profesional; lo único constante en él es el cambio, permanece en evolución, plantea y modifica sus valoraciones de acuerdo a los nuevos referentes.

Este usuario adopta fácilmente nuevas alternativas que se acoplen a su personalidad, su vida es activa e independiente, valida sus propias experiencias y planteamientos el conocimiento y su proceso de enriquecimiento intelectual prima sobre lo material, sus influencias son la tecnología, la cultura, el arte, la modernidad, la posmodernidad, la investigación, la funcionalidad, la urbe, los nuevos referentes, los medios y sistemas electrónicos y el hoy.

El concepto de confort, comodidad y armonía siempre acompañan a este grupo. Son muy dedicados al trabajo, su enfoque principal es conseguir su desarrollo personal y profesional. Su mobiliario está asociado con estilos definidos, victorianos, ingleses, franceses, lo importante es que estén asociados con una época. Su decoración es recargada, floreros, tapetes, manteles, porcelanas, entre otros.

El cuerpo y la figura es parte integral de su vida, pero no lo destaca, ante ello prefieren sentirse bien y saludables, su alimentación variada son ricos en vitaminas y nutrientes, energéticos, sanos y livianos para proporcionar bienestar y vitalidad a su activa y ocupada vida cotidiana; explora nuevos sabores y sensaciones incluyendo en su dieta comidas, sazón y ritos de otras culturas.

El look de su vestuario es versátil, fusionan elementos diferentes con facilidad, no es víctima de la moda, pero toma influencias para tener un toque actual en su apariencia. La silueta es amplia, los cortes básicos y funcionales; prefiere los tonos neutros y básicos para mezclarlos; su apariencia personal es sana no destacada, la vestimenta es limpia de accesorios, adornos, joyas y elementos llamativos.

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

Imagen 7: Moodboard del perfil del cliente.

Fuente: Flores, 2018

6.2.2 Comportamiento del usuario

El usuario al que está dirigido la propuesta se caracteriza por ser alegre, jovial, que le gusta disfrutar de su etapa juvenil; realiza actividades divertidas con personas de edad similar, asiste a todo tipo de eventos protocolarios y no protocolarios según la preferencia de cada individuo; el valor principal que posee es socializar con los que le rodean y hacer amigos.

Las actividades que éste desempeña se vincula con realizar sus estudios universitarios, salir con amigos, asistir a fiestas, escuchar música, ver películas de interés y ser partícipe del manejo de elementos tecnológicos como celulares, tablets o computadoras, es una etapa en la que prima divertirse, pero también influye el prepararse para su vida profesional.

La personalidad del usuario es variable y se acopla al grupo en el que se encuentre, los valores y cualidades que posee son inculcados desde la infancia, ante ello demuestran respeto, amabilidad, confianza y responsabilidad con lo que hacen, pero también con lo que dicen, en un medio en el que los valores personales priman ante cualquier aspecto o diferencia social.

Tabla Nª 20.

Ficha perfil de usuario, 2018

FICHA PERFIL DE USUARIO

Daniela Aguilar actualmente egresada de la carrera de Psicología Clínica, en la Universidad Católica; manifiesta que su principal objetivo a futuro es ser una profesional con éxito.

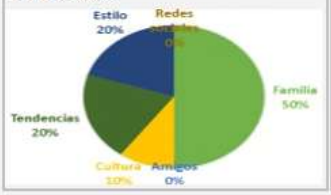
Edad: 25 años
Ocupación: Egresada
Estado civil : Soltera
Ubicación: Ambato
Condición social: Media-Alta

Personalidad:

Bio

Daniela es una persona dependiente, simpática y sofisticada, quien afronta con seguridad cualquier objetivo que se proponga además se interesa por la moda y se siente atraída por los vestidos de gala que lleven detalles innovadores, diseños y elementos únicos. Cuando asiste a un evento de belleza, busca sobresalir y lucir con clase y distinción, demostrando alternativas en la línea de alta costura.

Influencias:



Daniela Aguilar

- Dependiente
- Segura
- Sofisticada
- Distinguida

Metas :

⇒ Especializarse en el extranjero para mejorar su preparación

⇒ Brindar asesoría psicológica en un consultorio privado

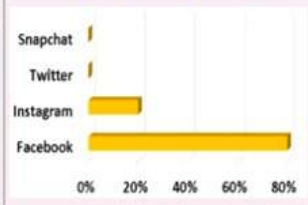
⇒ Crear una fundación o asilo para ancianos.

Frustraciones:

⇒ No contar con el apoyo político o gubernamental para crear la fundación.

⇒ Falta de ayuda económica de instituciones afines.

Actividad en redes sociales:



Dispositivos y plataformas.

Influenciadores:

Clasic Boutique Internacional

José Arroyo

Gabal 1982

6.2.3 Moodboard inspiración

Tabla Nª 21.

Moodboard inspiración, 2018

ELEMENTOS DE INSPIRACIÓN CULTURA "SALASACA"

Indumentaria Ceremonial "Matrimonio"

Vestimenta de matrimonio.

Cintas elaborado en gamuza que simboliza el arcoiris. (Masaquiza, J)

Bordado.

Que se encuentra plasmado en la blusa de la mujer, es una representación iconográfica de la naturaleza. (Masaquiza, J)

Anaco.

Según director del museo Salasaca Sr. Franklin Caballero, menciona que la prenda es de color negro propiamente elaborado con lana de borrego, que representa la pachamama y el color del cóndor. Además esta pieza tiene cuatro dobles en la parte frontal que simboliza los cuatro elementos de la naturaleza como el agua, fuego, aire y tierra.

Bordado en el botapie del pantalón.

Líneas ascendentes y descendentes representan las vivencias diarias de los indígenas. (Masaquiza, J)

Bordado en reboso.

El pavo real iconografía que representa la grandeza del pueblo en conocimiento, cultura, y tradición. Utilizado en la reboso de hombre qué es un obsequio de su esposa en rituales específicos como matrimonio. (Masaquiza, J)

6.3 . Identidad de marca.

Marca Marina Flores Desingner surge con la necesidad de identificar una Diseñadora de Modas, a todos sus atributos y valores, que se recogen en todo un conjunto de sentimientos y percepciones propios de la persona que los representa, y que condiciona cómo es percibido por el público destinatario.
En cierto modo, determina la personalidad de Marina Flores , su forma de actuar interna y externamente, de relacionarse con el público o cómo actuar o posicionarse en relación a la competencia.
En comunicación "menos es más". Se trata de comunicar eligiendo el menor número de elementos gráficos con la mayor potencia comunicativa. Es lo que se llama eficiencia comunicativa:

Con frecuencia se tiende a frivolizar sobre los aspectos corporativos gráficos, tanto desde su creación como desde su adecuación, ya que se trata de algo con alto contenido emocional, de

VALORES
PRINCIPIOS

VALORES
RESPETO: Actuamos bajo principios éticos y normas empresariales, que permiten la exigencia de las responsabilidades mutuas, como bases de la convivencia en sociedad.
RESPONSABILIDAD: trabajamos con excelencia en el seno de la empresa, atendiendo a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos
HONESTIDAD: Principios que guían y aseguran la operación transparente de la empresa y sus relaciones internas y externas.
COMUNICACIÓN: Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la empresa, así como con nuestros proveedores y clientes.

PRINCIPIOS
COMPROMISO: Trabajamos con responsabilidad, optimizando los recursos asignados y creyendo en lo nuestro.

LOGOTIPO

Marina Flores
Designer

El componente tipográfico del logotipo describe su estructura gráfica,

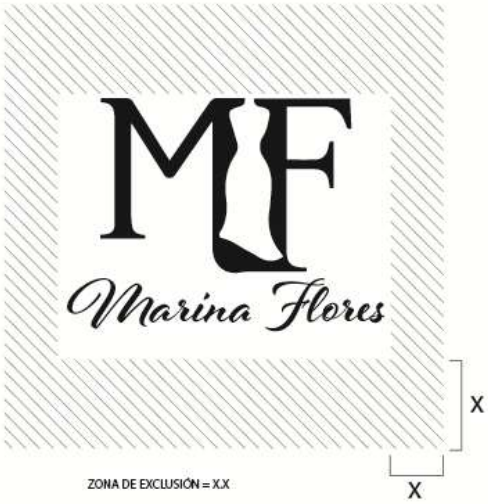
De la parte inferior del AC se encuentra la frase De anclaje Marina Flores Designer, que detalla el nombre completo, así como el área en la que se desempeña diseñador

Constituido por un isotipo lateral, el cual la inspiración de la misma ha sido elaborada bajo un proceso de bocetaje de la estructura corporal de una mujer, teniendo un significado que refleja la importancia de cada persona como única, de igual manera atributos personales, dinamismo, elegancia, trabajo, humildad, y la composición de dos letras y su fusión para formar un solo elemento fácil de recordar.

COLOR NEGRO
C69 M82 Y93 K54
DORADO
C84 M83 Y73 K80

GEOMETRIZACIÓN
DEL LOGOTIPO
X
X
X
X
MF
Marina Flores

AREA DE
PROTECCIÓN



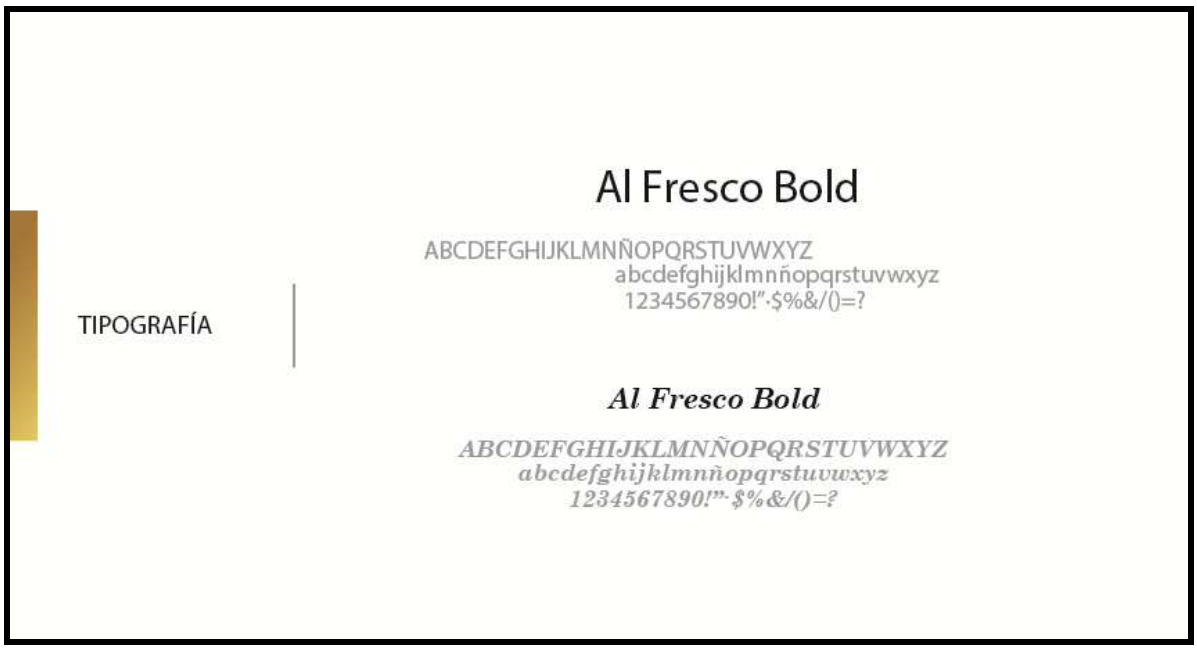
VERSIONES
DE MARCA

MF
Marina Flores
VERSIONES
DE MARCA
MF
Marina Flores

MF
Marina Flores
MF
Marina Flores
VERSIONES
DE MARCA
MF
Marina Flores
MF
Marina Flores

VERSIONES
POSITIVO Y
NEGATIVO

ESCALA DE
GRISES



6.4 Uso de la marca

APLICACIONES

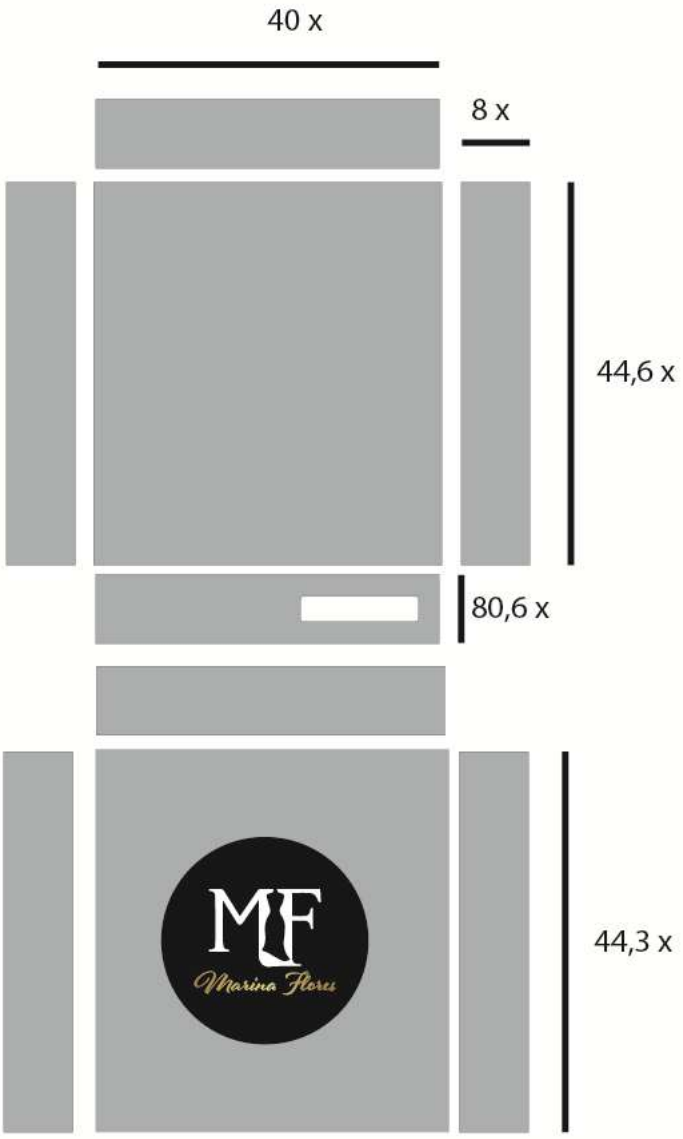
APLICACIONES

APLICACIONES

MARQUILLA DE LAVADO
Lavado a mano
Secado en superficie plana a la sombra
No usar blanqueador
Planchar a 150 °C

TIRO
RETIRO
M
TALLA
ETIQUETA

PACKAGING



Medidas : x = *1 cm*
Material : *Sintra 3mm*
Material : *Vinil, Negro y Dorado*

6.5 . Análisis de color de la propuesta

Imagen 8: Análisis de color de la propuesta.

Fuente: Tony-Rami 2018

La línea de haute couture o alta costura perteneciente a la colección Primavera Verano 2018 – 2019 destaca a los diseñadores de moda: Tony Chaaya, Edwuar Arsouni y Rami Al Ali, como autores de diseños extraordinarios que incluyen de manera notoria siluetas tipo reloj de arena y sirena, que entallan la parte superior del cuerpo y descienden con gran amplitud con escotes pronunciados que transmiten sensualidad, elegancia y feminidad; adicional a ello incluyen combinación de textiles ligeros con transparencias, bordado con pedrería, y estampados; entre sus gamas de colores destacan el negro, blanco, dorado, celeste, vino y lila que forman parte de tendencias que están de moda en esta temporada.

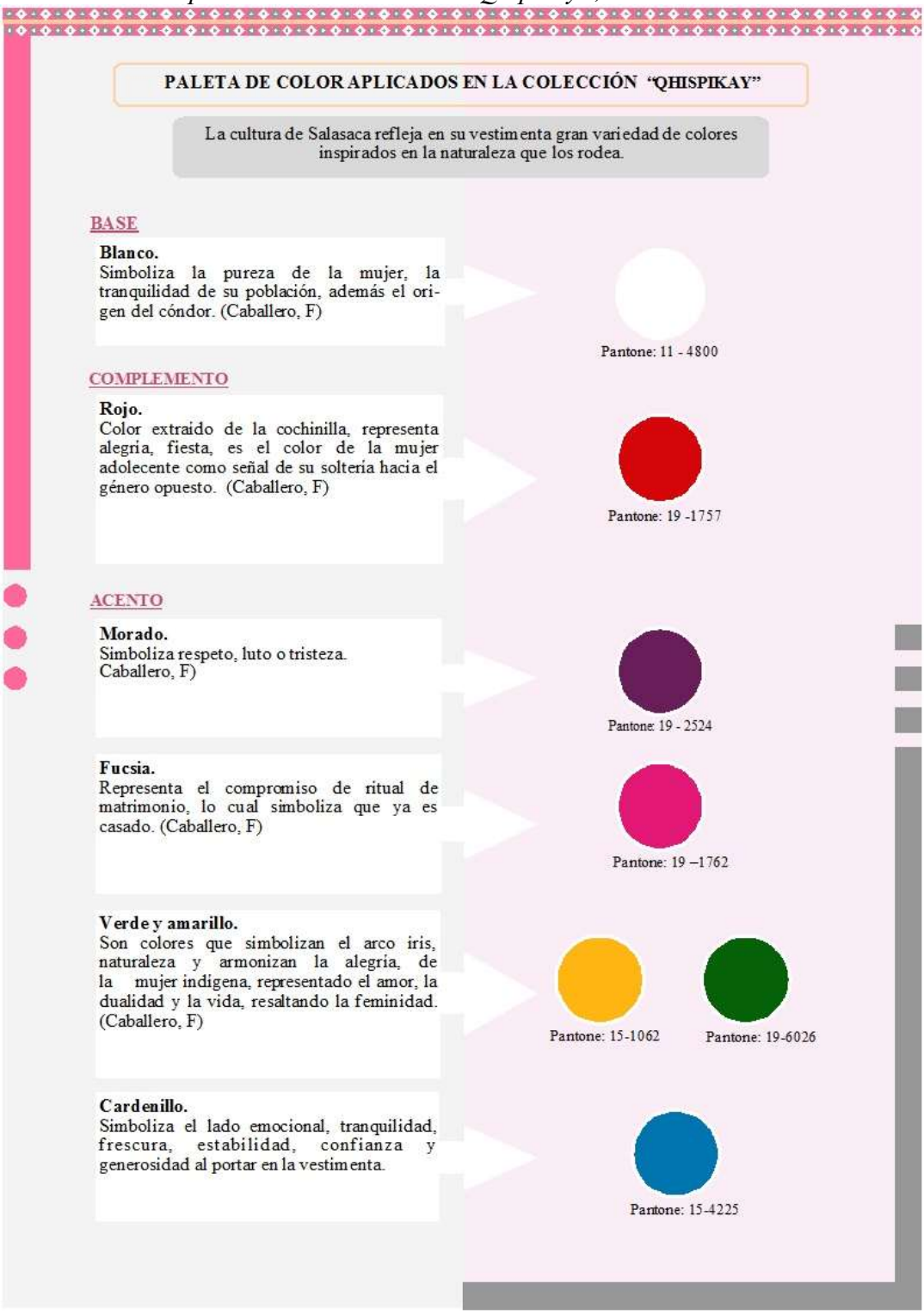
6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Imagen 9: Paleta de color de la propuesta.

Fuente: Flores, 2018

Tabla Nª 22.

Paleta de color aplicados en la colección "Qhipikay", 2018



6.6 . Tendencia

6.6.1 Macro tendencia

- **Afinidad**

Kinship es una macrotendencia que revela una revalorización de las culturas, está asociada a los sentimientos, la sensibilidad y la expresión de individualidad. En esa línea los elementos típicos de distintas culturas, como las artesanías, vuelven a adquirir gran valor pasando a estar de moda aquellas prendas o accesorios que cuentan una historia. "En 2018 miraremos nuestras identidades físicas y nacionales con nuevos ojos y buscaremos cada vez más atenuar los límites y derribar las fronteras". (Microempresas, 2017)

Imagen 10: Kindship Macrotendencia.

Fuente: http://miradacouture.com

6.6.2 Tendencia Creactivity

Tabla Nª 23.
Creactivity, 2018

CREACTIVITY

Creactivity presenta inconformismo con lo tradicional y busca generar nuevas estrategias de diseño que se acoplen a las necesidades de un usuario cambiante.

El diseño de vestuario especial se acoge en el motivo de inspiración, son trajes originales confeccionados de manera personalizada.

Tendencia que engloba elementos tomados de varias culturas, se la define como una búsqueda generacional por narrar historias multi-étnicas y multiculturales que fusionan tradiciones de oriente y occidente, lo local y lo global en una estética universal.

Esta tendencia otorga la libertad de escoger formas, colores y texturas de innumerables objetos o accesorios que puedan ser plasmados en el vestuario.

La originalidad se ve reflejada al plasmar en el vestuario elementos, formas, colores y texturas tomadas de la inspiración. La estilización de formas permite dotar de mayor autenticidad a las prendas, las cuales acompañadas de colores combinados de acuerdo a la inspiración alojan diseños exclusivos.

El contraste en la combinación de colores otorga armonía y equilibrio en el traje, en la colección el hilo conductor es visualmente notorio, el porcentaje de cada color se establece en relación con el color base.

Las siluetas presentadas en esta tendencia son tomadas de las formas de ciertos objetos. Son holgadas, sueltas y rectangulares, para facilitar el libre movimiento; rodean el cuerpo de manera sutil, toman la forma del cuerpo en la parte superior y descienden con un gran volumen.

La combinación de materiales lisos, ligeros y también pesados, simulación de pieles e incluso transparencias son los que priman en esta tendencia de moda.

PALETA

COLOR

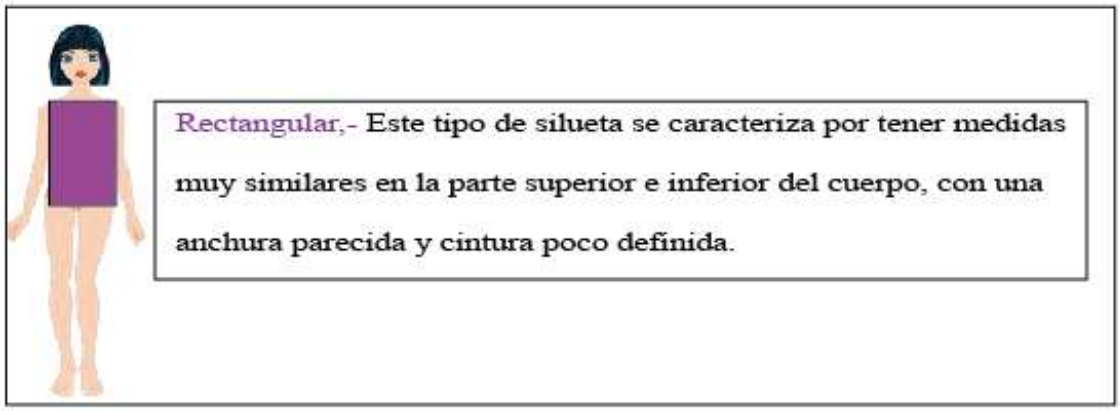
6.7 . Concepto de la propuesta

Vestidos de gala que incorporan exclusividad, elegancia y calidad en cada uno de los diseños fundamentados en la revalorización de la cultura Salasaca, los cuales fusionados con la aplicación de ciertos elementos como siluetas, colores y texturas tomados de la tendencia de moda "Creactivity" brindan un producto de lujo especial, destinado a usarse en eventos exclusivos para destacar la belleza femenina con un concepto de originalidad y distinción.

6.8 . Elementos del diseño

6.8.1 Silueta

Tabla Nª 24.
Silueta



6.8.2 Proporción y línea

Wong (1995), manifiesta que el diseño, tiene un propósito en sí mismo, y como una creación visual, cubre algunas necesidades en la práctica, transformándose en un canal capaz de transportar un mensaje específico. El diseño no es un producto estético solamente, sino que es un concepto funcional que refleja y orienta el gusto prevalente en cierta época. (Wong, 1995, p. 41)

6.8.3 Fundamentes del diseño aplicado en la colección.

Tabla Nª 25.

Fundamentos de diseño 1

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Elementos visuales

Forma.

Es la parte mas prominente de un diseño, es todo lo que se observa posee una forma que contribuye personalización principal en nuestra percepción. (Wong, 1992)

Aplicación: traje evidencia una forma rectangular, que permite disimular el contorno de cuerpo de la persona.

Color.

Es la parte más llamativa del diseño, es el primer elemento que llama la atención en una prenda o colección , el cual refleja personalidad, carácter y gusto. (Simon, 2013)

Aplicación: el color de la propuesta es blanco y rojo con la aplicación de diferentes colores en pedrería, en representación de la iconografía de la cultura Salasaca.

Textura.

Se refiere a las cercanías de la superficie de la forma, puede ser plana o decorada, suave o rugosa, por ende atrae tanto el sentido del tacto como el visual. (Wong, 1992)

Aplicación: la textura esta aplicada en la parte inferior del vestido, mediante la utilización de tela Guipui que tiene varios motivos trabados en relieve.

De igual manera se realizo pliegues en el tejido ancestral.

Tabla Nª 26.

Fundamentos de diseño 2

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Medida.

Es referente con lo que describimos en termino de grandeza y pequeñez pero asimismo es físicamente incalculable. (Wong, 1992)

Aplicación: la medida se refleja en la parte superior del vestido, con la utilización de diferentes tamaños de mullos y pedrería.

Elementos prácticos

Significado.

Se hace presente cuando un diseño trasporta un mensaje en base a la composición en el cual fue creado. (Wong, 1995)

Aplicación: el traje trasmite la riqueza cultural de sus tejidos y bordados de Salasaca, a atreves del bordado de pedrería realizado a mano, de la iconografía más representativa del vestuario de la cultura.

Función.

Se hace presente cuando un diseño debe tener un determinado propósito por lo cual fue elaborado. (Wong, 1995)

Aplicación: el prototipo diseñado tiene la función de resaltar la elegancia y belleza de la mujer en distinguidos tipos de eventos sociales.

Tabla Nª 27.

Fundamentos de diseño 3

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Interrelación de formas

Distanciamiento.
Ambas formas se separan entre sí, aunque pueden estar más cerca a la otra. (Wong, 1995)

Aplicación: está ubicado en las flores de la parte inferior del vestido.

Toque.
Si acercamos ambas formas, empiezan a tocarse, el espacio que las mantenía separadas queda eliminado. Aplicado en los bordados elaborados con pedrería.

Aplicación: está ubicado en el bordado entre La pedrería de la parte superior del vestido.

Superposición.

Indica que si dos formas se van acercando continuamente se cruza la una sobre la otra y parece estar por encima, cubriendo una parte de la que queda debajo. Reflejado en el adorno ubicado en el centro del bordado.

Aplicación: se aprecia pedrería, mullos y el tejido ancestral sobrepuesto en la base del vestido.

Tabla Nª 28.

Fundamentos de diseño 4

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Repetición

Módulos.

Suele aportar una inmediata sensación de armonía, cada módulo que se repite es como un ritmo. Cuando los módulos son utilizados en gran tamaño y pequeñas porciones, el diseño puede parecer simple y audaz. (Wong, 1995)

Aplicación: está ubicado en el bordado y las piezas del tejido ancestral del vestido.

Tamaño.

Es posible cuando las figuras son también repetidas o muy similares. (Wong, 1995)

Aplicación: está ubicado en el bordado entre la pedrería del vestido.

Figura.

Es el elemento más importante, la cual puede tener diferentes medidas y colores.

Aplicación: en el diseño se ve reflejado en la forma geométrica bordada en la pedrería, del vestido.

Color.

Todas las formas tienen un mismo color, pero las figuras y tamaños puede variar según el diseño.

Aplicación: en la propuesta plasma varios tonalidades de color y al ser un diseño simétrico en la parte frontal se aplica la repetición de colores en cada lado.

Tabla Nª 29.

Fundamentos de diseño 5

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Repetición

Textura.

Las formas pueden ser de la misma textura, pero con diferente conformaciones, medidas o colores. (Wong, 1995)

Aplicación: en el diseño la textura lisa se refleja en la base del vestido donde no se aplica bordado, mientras que la textura rugosa se encuentra en los bordados, en el guipur y en el plisado de la tela.

Dirección.

Las formas muestran un sentido definido de dirección , sin la menor confusión. (Wong, 1995)

Aplicación: en la propuesta el bordado se expande desde el centro hacia afuera.

Repetición y reflexión.

La forma es espejada dando una forma que se parece mucho a la original, pero la una va hacia la izquierda, la otra hacia la derecha, pero nunca coinciden exactamente. (Wong, 1995)

Aplicación: en el diseño se refleja reflexión para dar armonía y simetría en la parte frontal del vestido.

Concentración.

La forma se concentrará de una manera ordenada, rellenando los espacios. (Wong, 1995)

Aplicación: en el diseño se observa en el bordado con pedrería.

Tabla Nª 30.

Fundamentos de diseño 6

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO APLICADOS EN LA COLECCIÓN "QHISPIKAY"

Gradación módulo.

Genera ilusión óptica y crea una sensación de progresión, por ende es una experiencia visual, el modulo da un cambio gradual de manera ordenada. (Wong, 1992)

Aplicación: en el diseño se aprecia un cambio gradual en lo que respecta al relleno de los módulos del bordado.

Contraste de color.

Hace referencia cuando se mescla tonos claro con oscuros como; luminoso/oscuro, brillante/opaco, cálido/ frío . (Wong, 1992)

Aplicación: en la propuesta se refleja la mescla de color entre rojo y el blanco combinados con verde, azul, celeste, y plateado en pequeñas proporciones.

Contraste de textura.

Describe que es la combinación de textura suave/ rugoso, pulido/tosco, parejo/desparejo, opaca/ satinado (Wong, 1992)

Aplicación: se ve reflejado en la aplicación de textil rojo y blanco, y en el guipur aplicados como complementos de bordados en la parte superior del vestido.

6.8.4 Función

La presente propuesta tiene como objetivo principal satisfacer los gustos del usuario, mediante diseños innovadores, exclusivos y originales, destacando en cada una de las propuestas de diseño los tejidos de la cultura Salasaca. Además se desea resaltar la belleza inigualable de la mujer, para que se sienta cómoda y segura al momento de endosar su vestuario, en las diferentes ocasiones o eventos sociales al que se amerite.

6.8.5 Detalles

Los detalles utilizados en el diseño son los bordados de la iconografía del pavo real, el cual representa para cultura majestuosidad, la misma que se asocia con la vanidad que se encuentra plasmada en el pañuelo y en la botapie del pantalón del hombre, este tipo de bordados se encuentra en prendas especiales utilizadas en rituales como el matrimonio y fiestas.

6.8.6 Estilo

En la presente propuesta de diseño se aplicó un estilo étnico, el cual plasma la riqueza cultural del textil y los símbolos más representativos de vestimenta ceremonial de la comunidad Salasaca, resaltado los colores y la naturalidad de cada una de sus formas extraídas de su vestimenta, mediante la técnica de bordado con pedrería.

6.8.7 Estampados bordados acabados y terminados

La colección de vestidos de gala presenta bordados exclusivos que representan la iconografía del pavo real del traje matrimonial autóctono de la cultura Salasaca, con la combinación de la estilización de formas orgánicas inspirada en la naturaleza.

El historiador alemán Erwin Panofsky, propone un método que permite analizar la historia de las obras de arte pictóricas de una forma más precisa con base en un mecanismo lógico. Por tal razón se analiza las imágenes, mediante el método pre-iconográfico, (lo que se ve), iconográfico (lo que representa) e iconológico (lo que simboliza), los cuales se encarga del estudio del significado o contenido temático de la naturaleza, para identificar formas visibles de objetos conocidos por la experiencia. Para comprender este significado es necesario estar familiarizado con el mundo de las costumbres y tradiciones culturales de una civilización determinada.

Los principios explicados por Zadir Milla Euribe acerca de la estructura del ordenamiento permite valorar la alternancia de los cuadrados simples y los cuadrados girados que se interiorizan sucesivamente, cuya proyección lineal forma la malla de construcción binaria, misma que constituye la Ley de Bipartición o Trazado Armónico Binario.

Bipartición armónica: es el resultado de un cuadrado seccionado por medias diagonales y subdiagonales, esta es la base de la malla modular en este sistema.

Tripartición armónica: resulta de la sección tripartita de un cuadrado en nueve cuadrados pequeños, las intersecciones pueden ser elegidas como puntos principales.

Tabla Nª 31.

Descomposición de módulos

DESCOMPOSICIÓN DE MÓDULOS DEL MOTIVO GESTOR "SALASACA"

El pavo real, iconografía sometida al sistema de malla modular por bipartición armónica la cual emplea líneas medias, diagonales y subdiagonales.

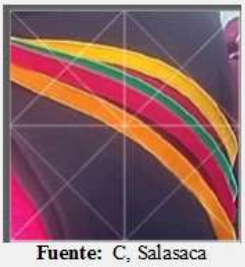
Fuente: C, Salasaca

Módulo obtenido por bipartición armónica, el mismo que se aplicará en el diseño, con base al elemento de repetición.

Los bordados plasmados en la blusa de la mujer, iconografía de la naturaleza bajo malla modular por bipartición.

Fuente: C, Salasaca

Módulo obtenido bipartición armónica, el mismo que se aplicará en el diseño, como elemento de superposición y repetición.



Vestimenta de matrimonio bajo malla modular por bipartición Tupu cintas de gamuza colores del arco iris.

Fuente: C, Salasaca

Módulo obtenido por bipartición armónica, el mismo que se aplicará en el diseño, como elemento de radiación.

Bordado en el botapie del pantalón.
Líneas ascendentes y descendentes representan las vivencias diarias de los indígenas.

Módulo obtenido por bipartición armónica, el mismo que se aplicará en el diseño, con base al elemento de repetición.

6.9 . Materiales e insumos

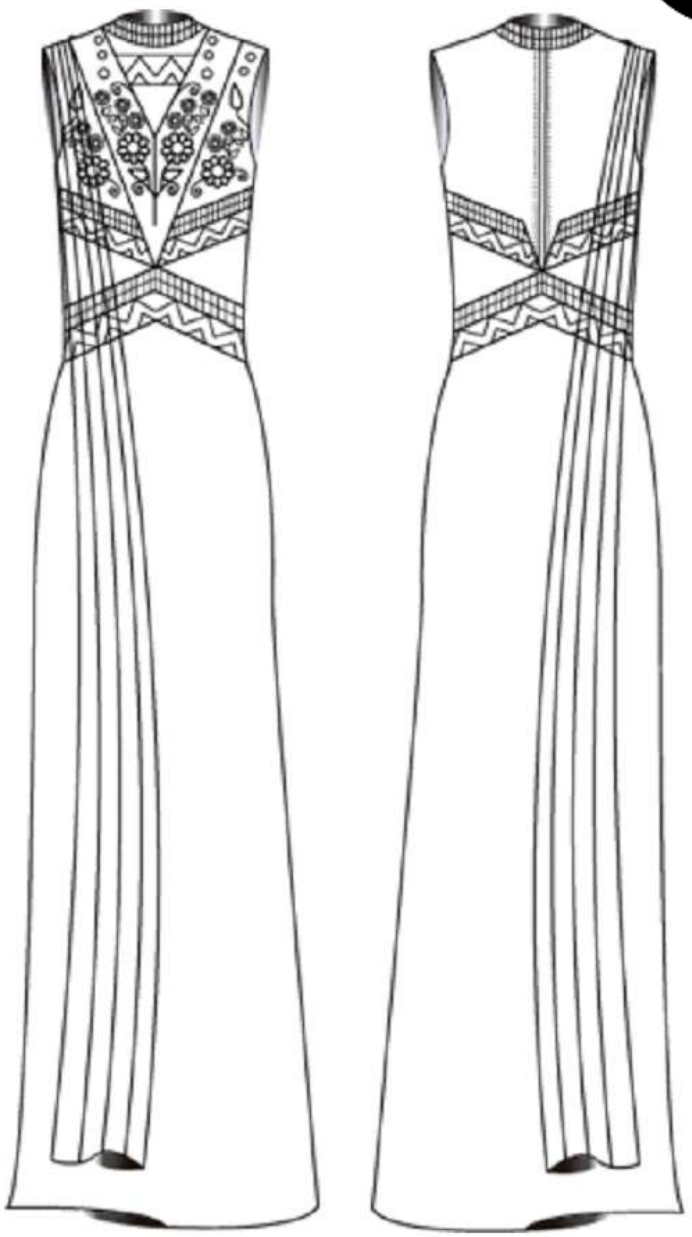
Tabla Nª 32.

Materiales e insumos

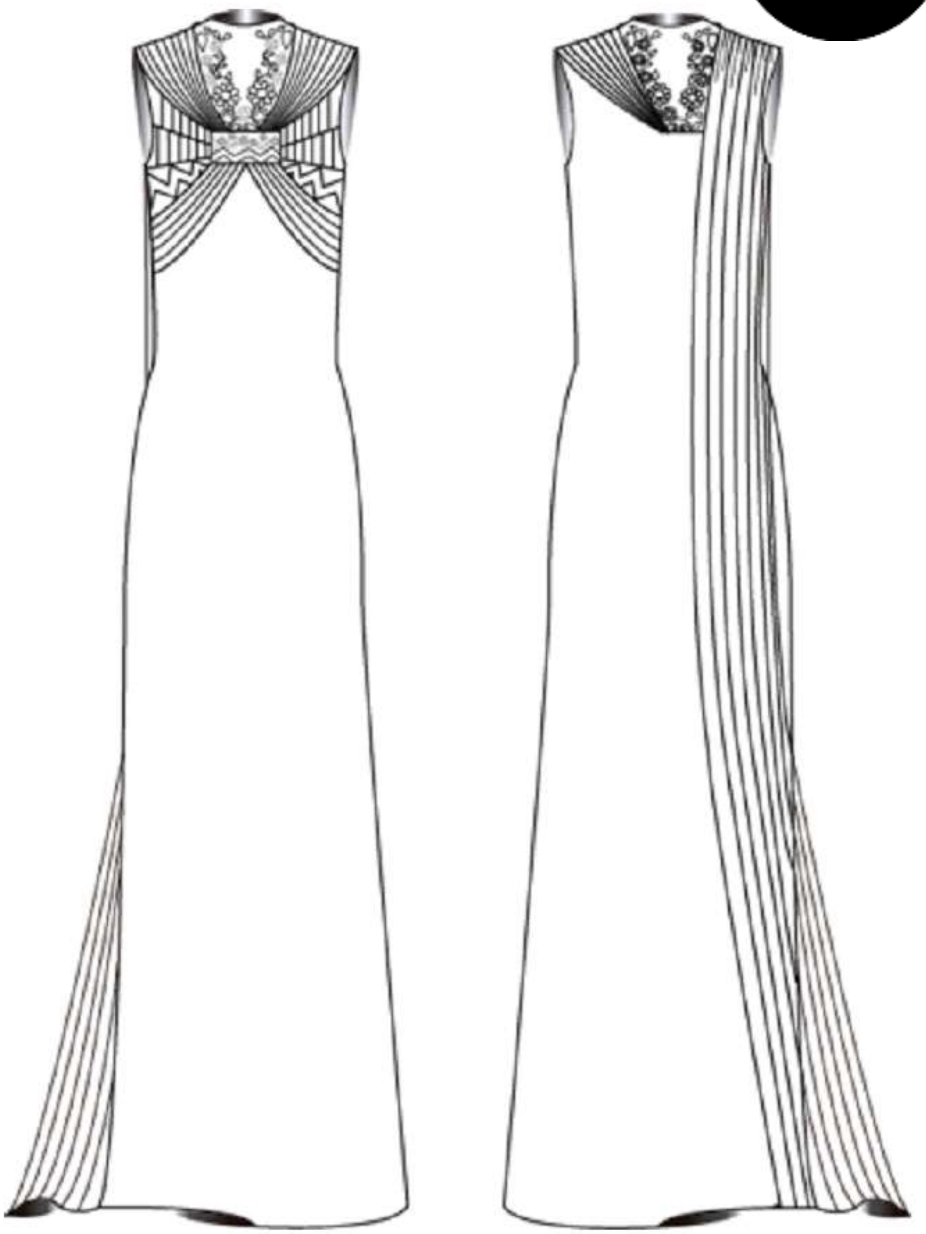
6.10 Sketch o bocetos

- **Diseños planos**

COLECCIÓN QHISPIKAI **REF:** MK001



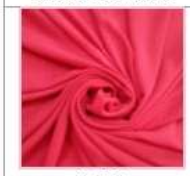
COLECCIÓN QHISPIKAI **REF:** MK002



- Materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta

Tabla Nª 33.

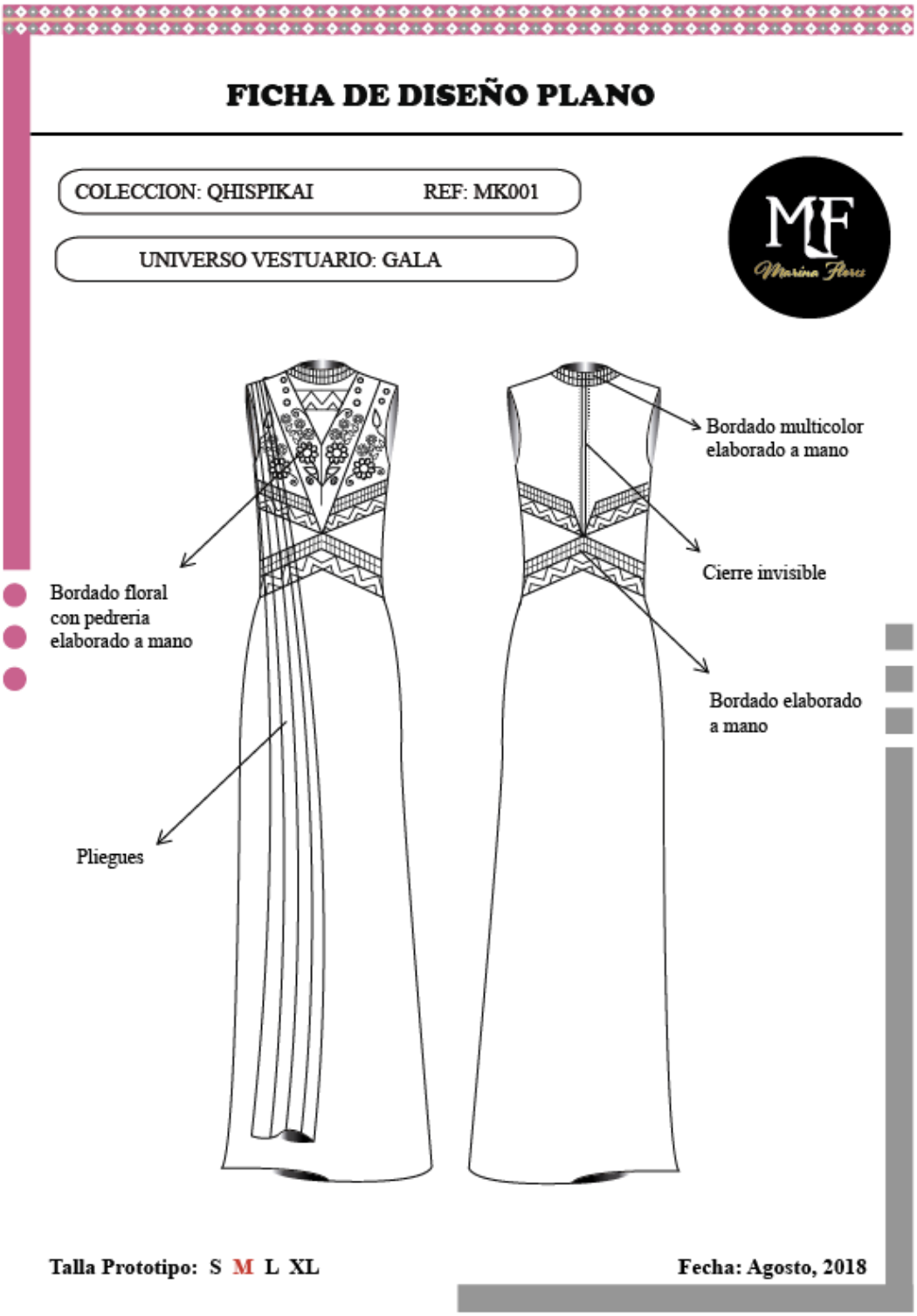
Materiales e insumos, usos y cuidados

MATERIA	DESCRIPCIÓN	USO
Seda Italiana	**Ancho de tela:** 1,50 **Fibra:** Sintética. **Composición:** 100% poliéster. **Características:** es suave, lisa y liviana, es de aspecto brillante.	Pieza base delantero y posterior del vestido. **REF:** MK02
 Chiffon	**Ancho de tela:** 1,50 **Fibra:** Sintética. **Composición:** 65% algodón -35% poliéster. **Características:** es trasparente , suave, ligera y liviana ofrece frescura.	Pieza detalle en la parte posterior del vestido. **REF:** MK02 Pieza detalle en la parte delantero del vestido. **REF:** MK01
Tafetán	**Ancho de tela:** 85 cm **Fibra:** Natural-animal **Composición:** 100% lana de borrego. **Características:** es suave, lisa, tiene un aspecto mate sin brillo, es aislante térmica, durable, confortable y resistente a la rotura.	Piezas superior sobrepuesta en el delantero del vestido. **REF:** MK02 Piezas superior base en el delantero del vestido. **REF:** MK01
Tul bordado	**Ancho de tela:** 1,55 **Fibra:** Sintética **Composición:** 95% poliéster– 5 spandex **Características:** es transparente y rugosa, con figuras decorativas y un aspecto brillante con pedrería	Utilizada como apliques sobrepuestos para generar elegancia en el vestido. **REF:** MK02
Malla	**Ancho de tela:** 1,50 **Fibra:** Nylon **Composición:** 82% poliéster– 18 spandex **Características:** es transparente, fino y delicado, que se adhiere a la piel.	Utilizada en la parte del escote superior delantero y posterior del vestido. **REF:** MK02
Podesua	**Ancho de tela:** 1,80 **Fibra:** Sintética **Composición:** 100% poliéster. **Características:** es fino, suave y delicado, tiende un brillo natural y de fácil manejo.	Pieza base inferior delantero y posterior del vestido. **REF:** MK01
CUIDADOS DE LAS PRENDAS. **Lavado:** Lavado en seco para preservar la integridad del tejido o mano suavemente con agua fría. No exponer la prenda al sol, secar a la sombra No lavar en lavadora, ni usar detergentes fuertes. **Planchado:** A temperatura de 120° a 140° C cubierto por una tela fina para evitar que se amarille o planchar al revés.		

- Ilustraciones

6.11 Fichas técnicas

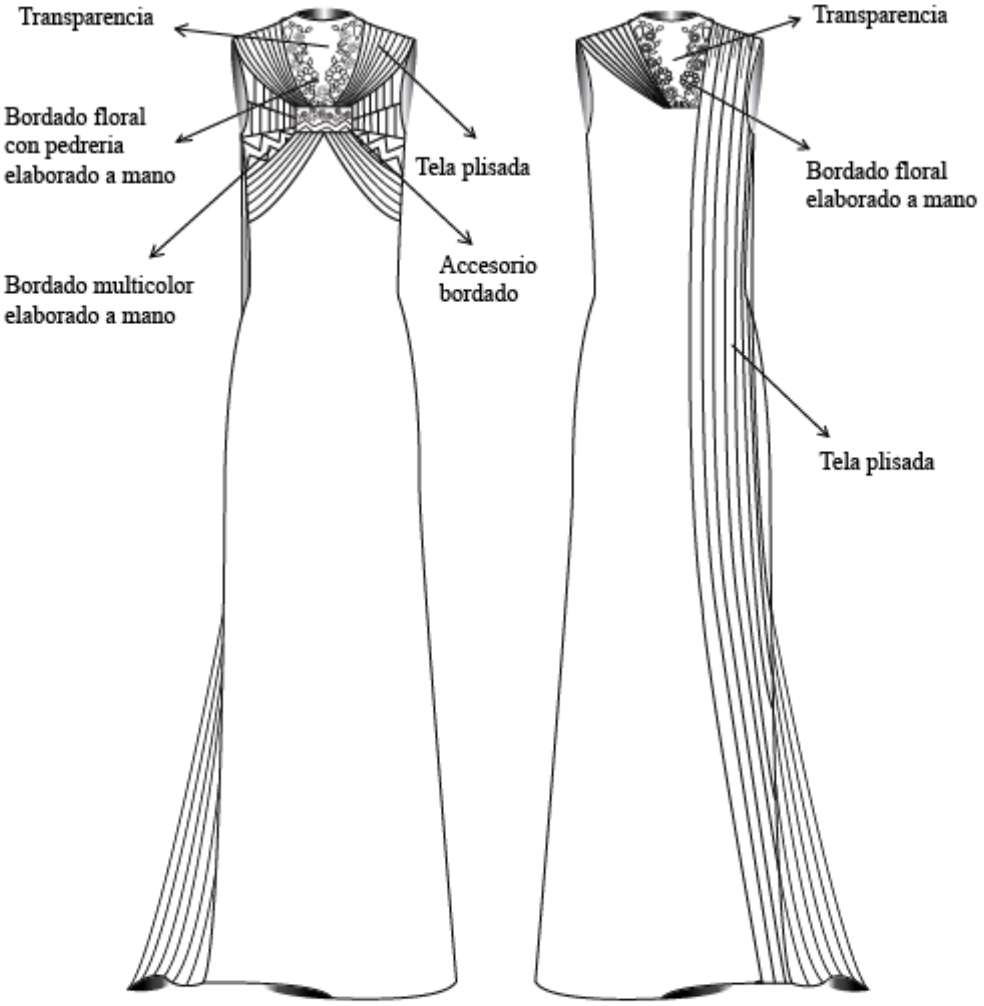
6.11.1 Ficha de diseño plano



FICHA DE DISEÑO PLANO

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK002

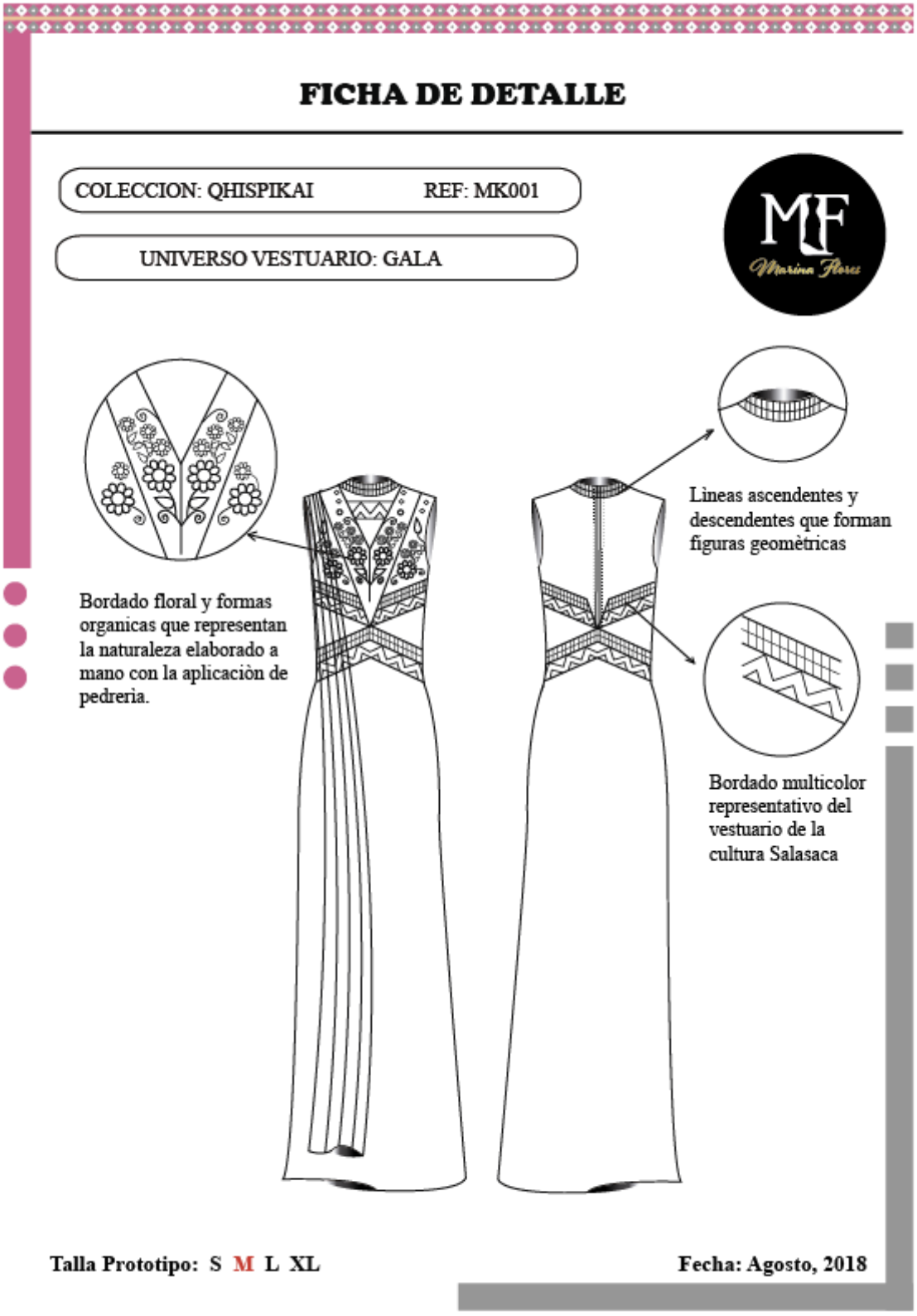
UNIVERSO VESTUARIO: GALA



Talla Prototipo: S **M** L XL

Fecha: Agosto, 2018

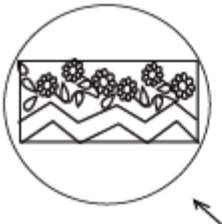
6.11.2 Ficha de bordado



FICHA DE DETALLE

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK002

UNIVERSO VESTUARIO: GALA

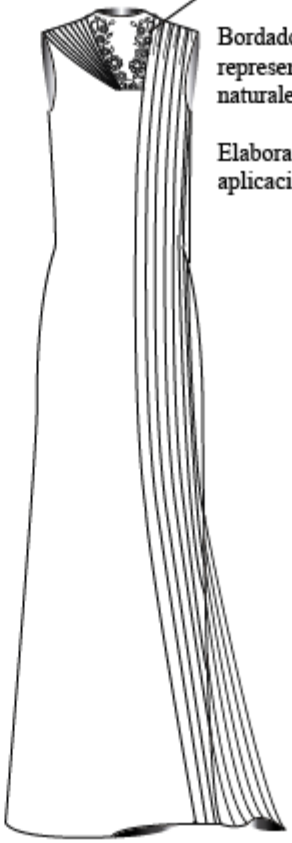


Accesorio bordado con figuras florales y la combinaciòn de lineas rectas.

Bordado multicolor de figuras geomètricas representativas del vestuario de la cultura Salasaca

Bordado floral que representa la belleza de la naturaleza.

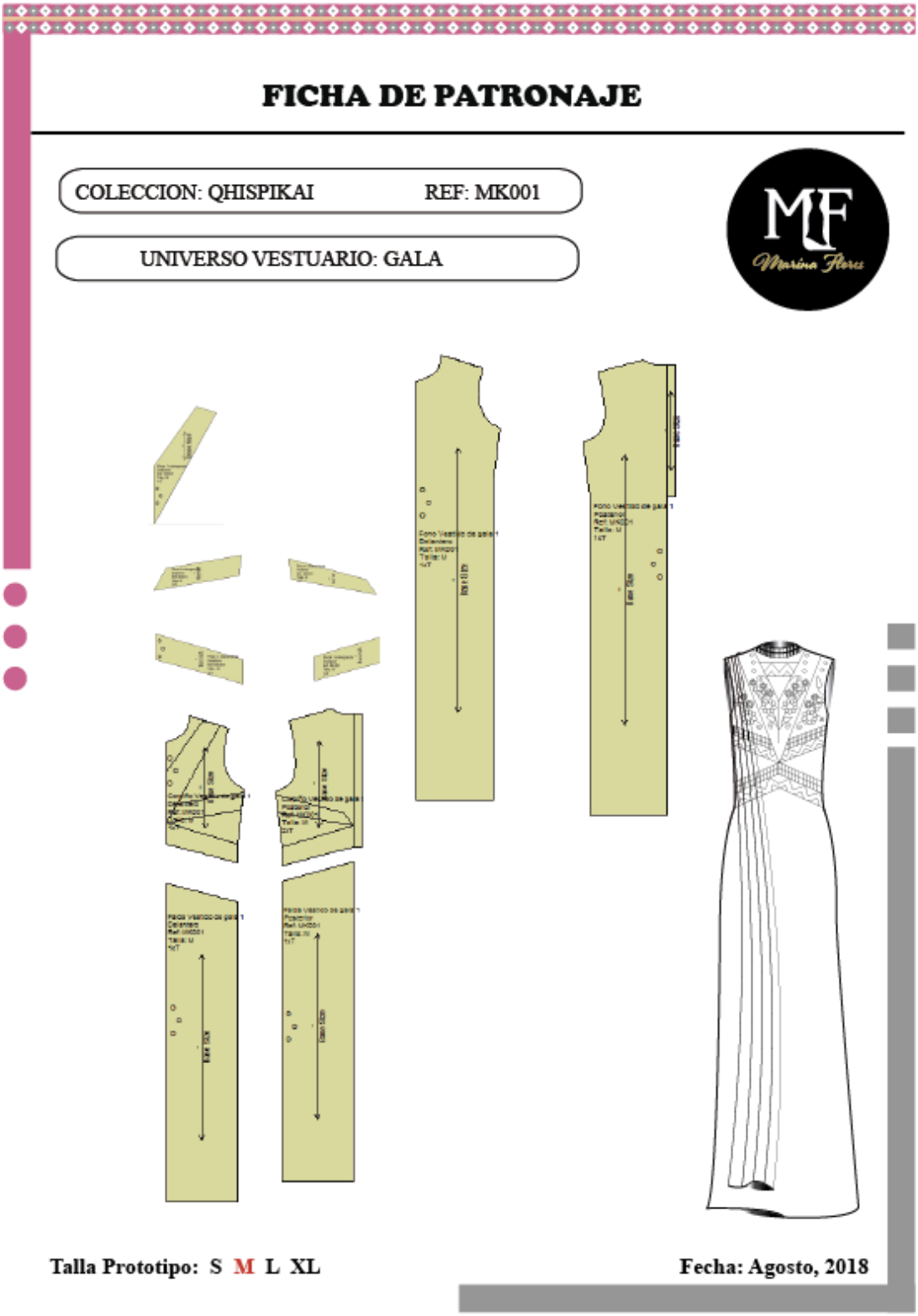
Elaborado a mano con la aplicaciòn de pedreria.



Talla Prototipo: S **M** L XL

Fecha: Agosto, 2018

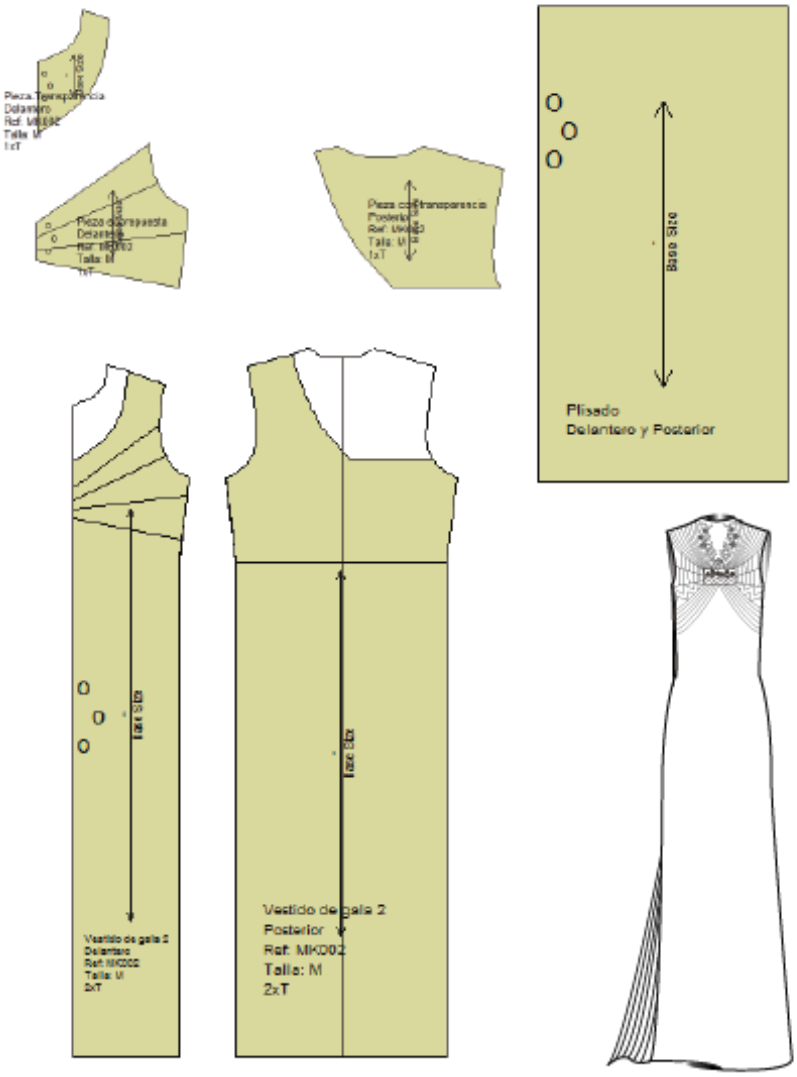
6.11.3 Ficha de Patronaje



FICHA DE PATRONAJE

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK002

UNIVERSO VESTUARIO: GALA



Talla Prototipo: S M L XL

Fecha: Agosto, 2018

6.11.4 Ficha de ruta operacional

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK001

UNIVERSO VESTUARIO: GALA

DELANTERO

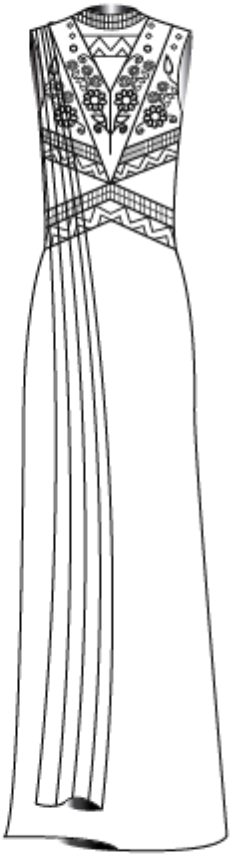
1. Cortar piezas según el diseño MAN
2. Preparar piezas MAN
3. Unir pieza superior con falda REC

POSTERIOR

4. Unir pieza con falda REC

ENSAMBLE

5. Pegar pieza en hombros REC
6. Unir hombros REC
7. Cerrar costados REC
8. Unir forro con el vestido REC
9. Pegar cierre REC
10. Bordar a mano parte delantera, posterior MAN
11. Pulir prenda MAN
12. Planchar prenda MAN
13. Empacado MAN



SIMBOLOGÍA			
REC	Máquina Recta	Operación	○
OVER	Overlock	Inspección	□
MAN	Manual	Operación e inspección	◘

Talla Prototipo: S M L XL

Fecha: Agosto, 2018

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK002

UNIVERSO VESTUARIO: GALA

DELANTERO

1. Cortar la tela según el diseño MAN
2. Preparar piezas plisadas MAN
3. Unir pieza superior con pieza de escote REC

POSTERIOR

4. Unir pieza plisada con pieza superior. REC

ENSAMBLE

5. Unir hombros REC
6. Cerrar costados REC
7. Unir forro con el vestido REC
8. Bordar a mano parte delantera, posterior y falda MAN
9. Pegar botones MAN
10. Pulir prenda MAN
11. Planchar prenda MAN
12. Empacado MAN

SIMBOLOGÍA			
REC	Máquina Recta	Operación	○
OVER	Overlock	Inspección	□
MAN	Manual	Operación e inspección	◘

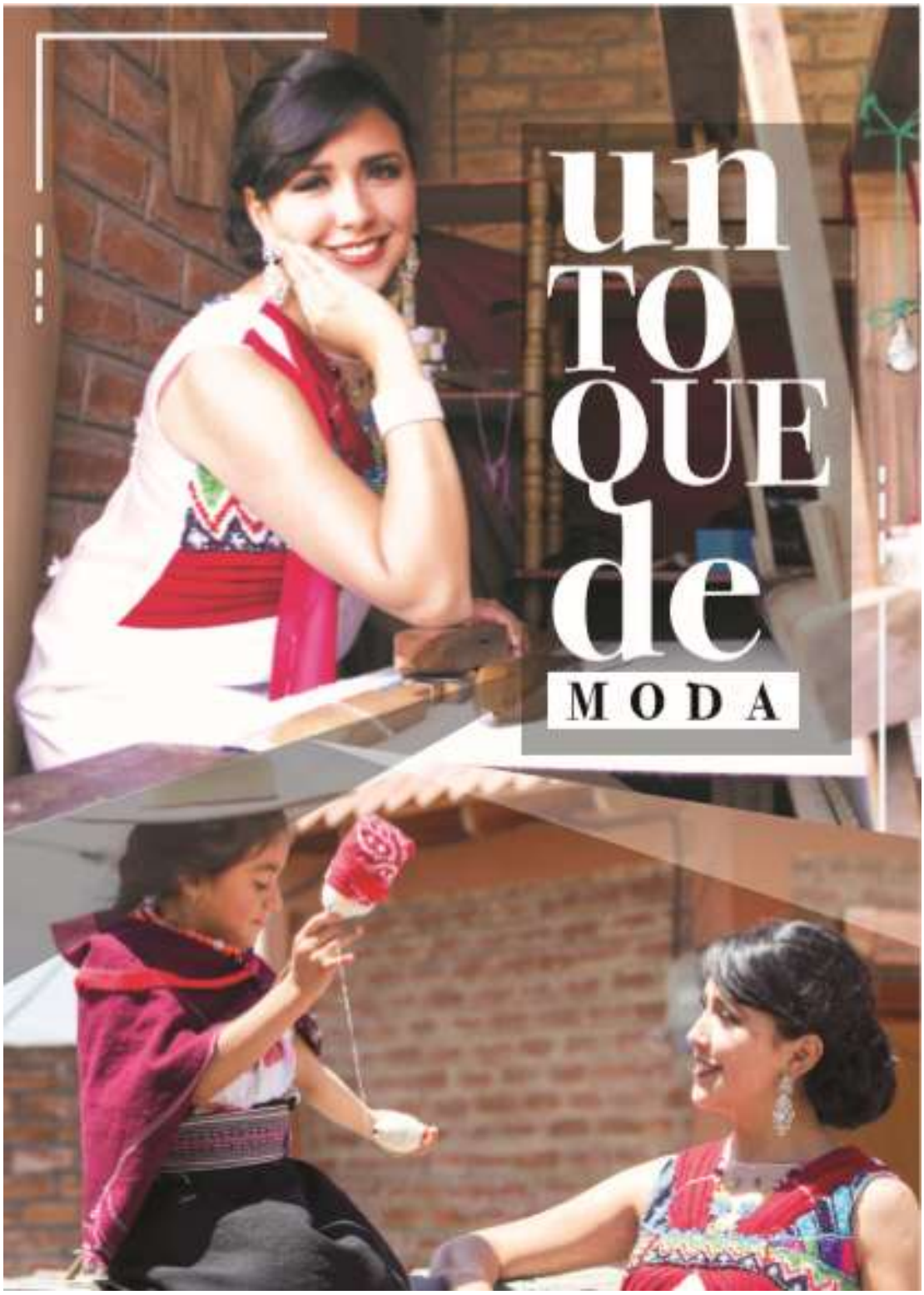
Talla Prototipo: S **M** L XL

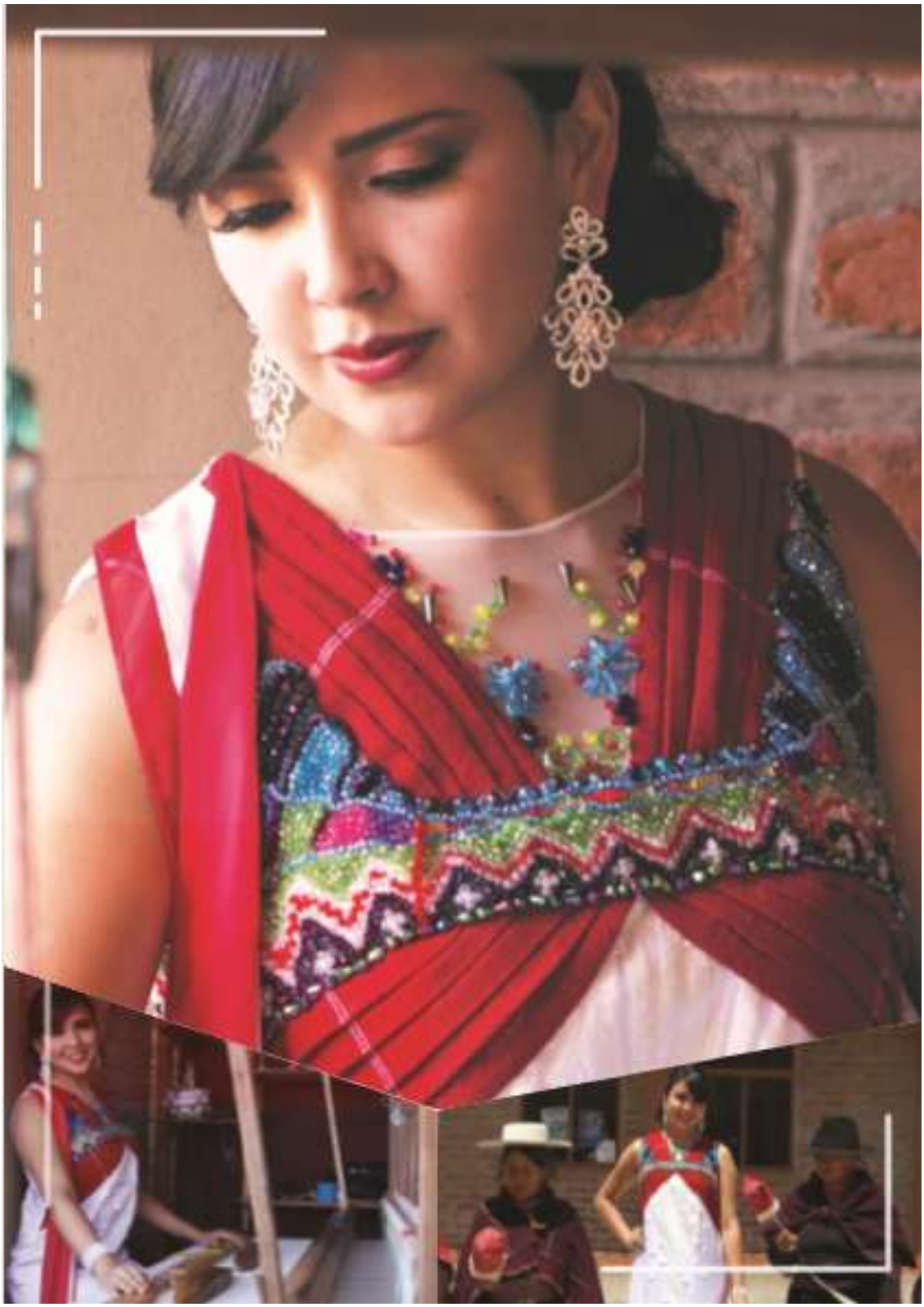
Fecha: Agosto, 2018

6.12 Foto book

Es
tre
na
LO NUEVO

Tafetán : *Textil elaborado por manos de los Salasacas*


un
TO
QUE
de
MODA



VisTE
DIFERENTE
Vestido : silueta Rectangular

BIBLIOGRAFIA

-Estudio corte y confección en academia **ARTESANAL "DOLORES SOPEÑA OSCUS** en Ambato ecuador, estilismo de moda en el **INSTITUTO DE MODA BURGO DE MILANO ITALIA,** actualmente cursa la carrera de diseño de modas en la **UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO.**

EXPERIENCIA ACADÉMICO

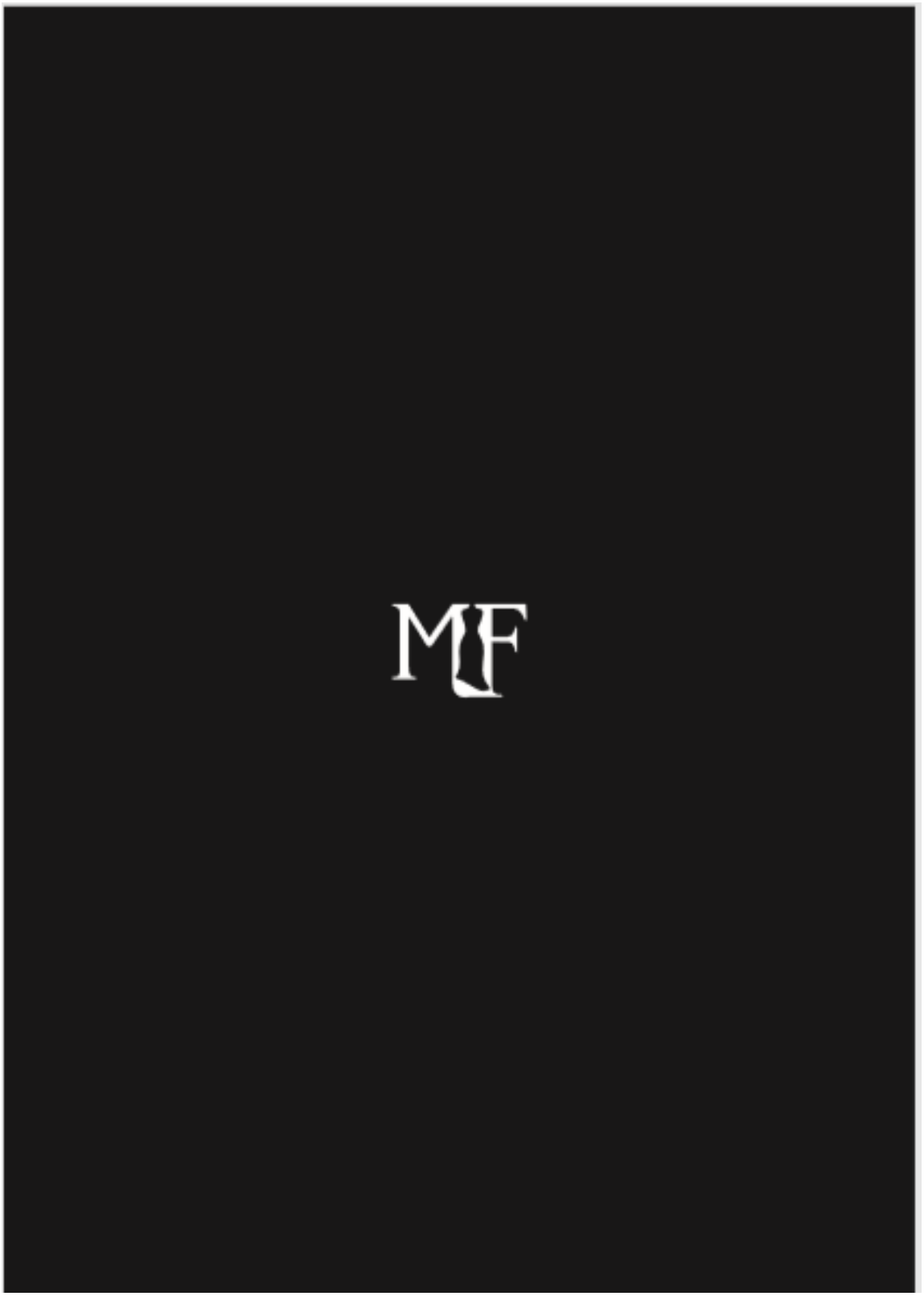
- Participación en espotex 2015 y 2016 Quito- Ecuador.

EXPERIENCAS LABORALES

- Operadora en el área de confección en fabrica **CREACIONES CHARLESTONG.**
- 2017– 2018 diseño y confección de **VESTUARIO ARTISTICO** para las **FIESTAS DE LAS FLORES Y FRUTAS AMBATO.**
- Actualmente trabaja en su propio taller en la línea de **ALTA COSTURA.**

Marina Flores
DISEÑADORA DE MODAS

MF



6.13 Costos de producción

FICHA DE COSTOS

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK001

UNIVERSO VESTUARIO: GALA

COSTOS VARIABLES REF: MK001				
BASE TEXTIL / INSUMOS				
Descripción	U. de medida	Valor Unit.	Cant. Consumo	Precio
Podesua	metros	9	1,25	11,25
Tafetán Salasaca	metros	45	1,1	49,50
Chiffon	metros	3	1,5	4,5
Tafetán forro	metros	0,8	1,5	1,20
Cierre invisible	unidad	0,5	1	0,50
Canutillos	unidad	0,5	2	1,00
Chaquiras	unidad	0,51	3	1,53
Sartas de cristal Nº 8	unidad	2	5	10,00
Sartas de cristal Nº 4	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de cristal Nº 6	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de rombo Nº 3	unidad	2	3	6,00
Sartas de gotas Nº 4	unidad	3	3	9,00
Porciones de rombos Nº 6	unidad	0,4	3	1,20
Hilo	unidad	2,5	0,15	0,38
			TOTAL:	110,46

REF: MK001	
Costo variable unitario	110,46
Costo fijo unitario	180,17
COSTO TOTAL	290,62

REF: MK001	
Utilidad 30%	87,19
Valor con utilidad	377,81
Iva 12%	45,34
PRECIO DE VENTA	423,15

Talla Prototipo: S M L XL

Fecha: Agosto, 2018

FICHA DE COSTOS

COLECCION: QHISPIKAI REF: MK002

UNIVERSO VESTUARIO: GALA

COSTOS VARIABLES REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)				
BASE TEXTIL / INSUMOS				
Descripción	U. de medida	Valor Unit.	Cant. Consumo	Precio
Seda italiana	metros	12	1,75	21
Tafetán Salasaca	metros	45	1,1	49,50
Chiffon	metros	3	2	6
Tul bordado	metros	38	0,5	19
Tafetán forro	metros	0,8	1,5	1,20
Malla	metros	2,5	0,5	1,25
Canutillos	unidad	0,5	2	1,00
Chaquiras	unidad	0,51	2	1,02
Sartas de cristal Nº 8	unidad	2	5	10,00
Sartas de cristal Nº 4	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de cristal Nº 6	unidad	1,8	3	5,40
Sartas de rombo Nº 3	unidad	2	2	4,00
Sartas de gotas Nº 4	unidad	3	3	9,00
Porciones de rombos Nº 6	unidad	0,4	2	0,80
Hilo	unidad	2,5	0,15	0,38
			TOTAL	136,75

REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)	
Costo variable unitario	136,75
Costo fijo unitario	180,17
COSTO TOTAL	316,91

REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)	
Utilidad 30%	95,07
Valor con utilidad	411,99
Iva 12%	49,44
PRECIO DE VENTA	461,42

Talla Prototipo: S M L XL

Fecha: Agosto, 2018

6.13.1 Costos fijos

Se definen como costos fijos aquellos que intervienen en la elaboración del producto, están formados por: salarios a ejecutivos, depreciación de la maquinaria, depreciación del equipo, contribuciones de la propiedad, primas de seguros, alquileres, intereses.

Tabla N° 34.
Costos fijos

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	**COSTO MENSULA**
Arriendo	150
Agua	15
Luz	30
Teléfono	30
Internet	25
Salario	1800
Agujas	12
Aceite	10
Mantenimiento	50
Materiale de oficina	30
Depreciacion	10
TOTAL	**2162**
COSTO FIJO UNITARIO	**180,17**

6.13.2 Costos variables

Tabla N° 34.
Costos variables

COSTOS VARIABLES REF: MK001				
BASE TEXTIL / INSUMOS				
Descripción	**U. de medida**	**Valor Unit.**	**Cant. Consumo**	**Precio**
Podesua	metros	9	1,25	11,25
Tafetán Salasaca	metros	45	1,1	49,50
Chiffon	metros	3	1,5	4,5
Tafetán forro	metros	0,8	1,5	1,20

Cierre invisible	unidad	0,5	1	0,50
Canutillos	unidad	0,5	2	1,00
Chaquiras	unidad	0,51	3	1,53
Sartas de cristal Nº 8	unidad	2	5	10,00
Sartas de cristal Nº 4	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de cristal Nº 6	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de rombo Nº 3	unidad	2	3	6,00
Sartas de gotas Nº 4	unidad	3	3	9,00
Porciones de rombos Nº 6	unidad	0,4	3	1,20
Hilo	unidad	2,5	0,15	0,38
			TOTAL:	**110,46**

COSTOS VARIABLES REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)

BASE TEXTIL / INSUMOS

Descripción	U. de medida	Valor Unit.	Cant. Consumo	Precio
Seda italiana	metros	12	1,75	21
Tafetán Salasaca	metros	45	1,1	49,50
Chiffon	metros	3	2	6
Tul bordado	metros	38	0,5	19
Tafetán forro	metros	0,8	1,5	1,20
Malla	metros	2,5	0,5	1,25
Canutillos	unidad	0,5	2	1,00
Chaquiras	unidad	0,51	2	1,02
Sartas de cristal Nº 8	unidad	2	5	10,00
Sartas de cristal Nº 4	unidad	1,8	4	7,20
Sartas de cristal Nº 6	unidad	1,8	3	5,40
Sartas de rombo Nº 3	unidad	2	2	4,00
Sartas de gotas Nº 4	unidad	3	3	9,00
Porciones de rombos Nº 6	unidad	0,4	2	0,80
Hilo	unidad	2,5	0,15	0,38
			TOTAL	**136,75**

6.13.3 Costo total

Tabla N° 36.
Costo total

REF: MK001	
Costo variable unitario	110,46
Costo fijo unitario	180,17
COSTO TOTAL	**290,62**

REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)	
Costo variable unitario	136,75
Costo fijo unitario	180,17
COSTO TOTAL	**316,91**

6.13.4 Costo unitario

Tabla N° 37.
Costo unitario

COSTOS FIJOS REF: MK001	
COSTO FIJO UNITARIO	**180,17**

COSTOS FIJOS REF: MK002 (TRAJE CONFECCIÓN)	
COSTO FIJO UNITARIO	**180,17**

6.13.5 Utilidad y Costo de venta

Tabla N° 38.
Utilidad y costo de venta, 2018

REF: MK001	
Utilidad 30%	87,19
Valor con utilidad	377,81
Iva 12%	45,34

PRECIO DE VENTA	**423,15**

REF: MK002	**(TRAJE CONFECCIÓN)**
Utilidad 30%	95,07
Valor con utilidad	411,99
Iva 12%	49,44
PRECIO DE VENTA	**461,42**

6.13.6 Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

Después de efectuado el estudio con anticipación mediante la encuesta aplicada a la población objeto de estudio integrada por mujeres de 18 a 25 años con ubicación en la ciudad de Ambato, correspondiente a la provincia de Tungurahua se obtuvo información significativa que contribuyó a redescubrir las necesidades femeninas considerando a las mujeres como potenciales consumidoras de nuevas creaciones, producciones y fabricaciones de vestidos de gala con la aplicación de los tejidos autóctonos de la cultura Salasaca en mercados no estimados significativos en el progreso cultural, social, y productivo.

La necesidad de vestidos de gala con la aplicación de los tejidos autóctonos que poseen las mujeres de 18 a 25 años de edad establece una estrecha vinculación con las costumbres, tradiciones y tejido desarrollado por la cultura Salasaca, tipo de vestimenta que no se encuentra disponibles en el mercado de la ciudad de Ambato, siendo que la indumentaria de gala actualmente comercializada no cumple con estándares de calidad ancestral.

Las mujeres de 18 a 25 años en cuanto a vestimenta elaborada con tejidos autóctonos mantienen diferentes criterios que benefician en el diseño de vestidos de gala; al incluir arte y cultura se puede perfeccionar el diseño en cuanto al color, tonalidad, forma o tejido elementos que dan origen a criterios basados al contexto histórico, social y/o cultural dentro de su elaboración, sea de manera artesanal o industrial con respecto al diseño elaborado.

El desarrollo de prendas específicas para mujeres de 18 a 25 años, requiere la utilización de tejidos elaborados por la cultura Salasaca con la finalidad de obtener un estilo diferente en la adquisición de vestidos de gala, exteriorizando una identidad única al mantener rasgos más característicos en la distinción, combinación, logrando la aceptación de damas ambateñas, tungurahuenses, y ecuatorianas, generando oportunidades de crecimiento, producción, fabricación y comercialización a nivel internacional.

Recomendaciones

Al hablar de tejido autóctono se hace referencia a la obtención empírica de conocimiento relacionadas con técnicas y procesos de producción artesanal, por esta razón el conocimiento desarrollado por el diseño profesional en el arte de la moda tiene como fin mejorar la producción del vestido de gala y acoplarla a la exigencia del mercado.

Con sustento en la investigación, siendo que un alto porcentaje de la población de mujeres indagadas con edades entre 18 a 25 años quienes sus padres obtienen un ingreso económico fijo y razonable, se recomienda la elaboración de vestidos de gala con aplicaciones de tejido autóctono considerando que la población posee una situación económica activa que les permite adquirir de vestidos de gala con la aplicación de los tejidos autóctonos de alta calidad.

Se sugiere a los profesionales en diseño de modas, efectuar propuestas que beneficien en la difusión de la cultura del país, con el propósito de preservar y revalorizar el patrimonio cultural, teniendo como valor agregado la creación de vestidos de gala con tejidos autóctonos, fabricaciones que marcan la diferencia, mediante la combinación de textil artesanal.

En el diseño de vestidos de gala, para comercializar en el mercado es necesario considera la previsión de ajustes a los tejidos autóctonos de la comunidad de Salasaca, con el fin de facilitar la confección, priorizando el fortalecimiento en la calidad de fabricación, la creación, el proceso de empaque y su comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

Adelaar, W. (2004). *The Quechuan language Family.* Londres Inglaterra: Cambridge University.

Artica, V. (2015). *Etiqueta y Protocolo.* Honduras: Universdad de Honduras.

Banco Central del Ecuador. (2013). *Situación Macro Económica del Ecuador.* Quito Ecuador: BCE.

BBVA. (2017). *Importancia de la Estrategia Competitiva en la Empresa.* Madrid España: Bilbao Vizcaya Argentaria.

Benitez, A. (2017). *Eterno.* Puebla - Mexico: Universidad de Puebla.

Bobadilla, P. (2014). El textil, uno de los productos más comprados en el comercio electrónico. *América Retail*, 131 - 135.

Camara de Industrias. (2016). Venta por Catalogo Negocio a Medida. *Moda Ecuador*, 36 - 48.

Campos, A. (2013). Etiqueta en el vestir. *Acontecer*, 42 - 46.

Cardona, A. (2018). Las principales diferencias en los hábitos de consumo de los millennials y centennials. *La República*, 36 - 42.

Carrillo, D. (2010). *Diagnostico del Sector Textil Y confecciones.* Quito Ecuador: INEC.

Casimiro, M. (2013). "La Alta Costura y los materiales para su elaboración". *Investigaciones de Moda*, 56-72.

Central Intelligence Agency. (2017). *De World Factbook.* Washington : United States of America.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) . (2008). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe.* Santiago de Chile: CEPAL.

Cortazar, A. (2008). *Contaminación generada por colorantes de la industria textil.* Hidalgo - Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Díaz, O. (2014). LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN EN TRES LOCALIDADES, PRODUCCIÓN A LA MEXICANA. *Conpendium*, 5 - 26.

Emprendedores. (2017). Cuáles son las tendencias del consumo actual. *Gestión*, 23 - 35.

Farfán, K. (2017). Politicas Arancelarias y su impacto en la industria del calzado período 2009 - 2015. *Retos y Perspectivas*, 134 - 146.

Fisher, E. (2011). Los tejidos andínos indicadres de cambio: Apuntes sobre su rol y significado en una comunidad Rural. *Chungará*, 267 - 282 .

Fondo Monetario Internacional FMI. (2017). *Prespectivas de la economía mundial.* Washington - Estados Unidos: International Monetary Fund, Publication Services.

Fontaine, G. (2016). *Petróleo y Desarrollo sontenible en el Ecuador*. Quito Ecuador: FLACSO.

Galvis, K. (2012). "Haute Couture - Alta Costura". *Fucsia*, 36-38.

García, C. (2012). Protocolo: vestido corto, largo y de cóctel. *El Armario de pandora*, 34 - 40.

Gazabon, Y. (2015). Historia de las medias. *Evolucion de la Moda*, 12-16.

Gobierno de la Republica del Ecuador. (2017). *informe a la Nacion 2007 - 2017.* Quito Ecuador: Gobierno de la Republica del Ecuador.

Guachilema, M. (2016). *La comercialización internacional del sector textil ecuatoriano.* Sangolqui Ecuador: ESPE.
Hernandez, S. (2011). La representación del Diseño. *Galileo,* 25-30.
Herrera, J. (2017). La forma y los elementos conceptuales del Diseño. *Herodesapa*, 55 - 60.
Ibarra, E. (2014). *Analisis del diseño de indumentaria.* Aguas Calientes México: Ags Ciencia y Arte.
INEC. (2010). *Censo Poblacional.* Quito Ecuador: Gobierno de la Republica del Ecuador.
Jácome, A. (2014). *La cultura Salasaca y el rescate de la intercultarilidad indígena.* Quito - Ecuador: Universitario.
KienyKe. (2018). Diferencia entre Alta Costura y Pret a Proter. *Moda*, 30 - 36.
Knapp, M. (2010). *La comunicación no Verbal.* Madrid España: Bock Print Digital.
Lanzilota, J. M. (2010). *Forma Y Comunicación.* La Plata - Argentina: Editorial de la Universidad de la Plata.
Lincango, J. (2013). Grupos Étnicos de Ecuador. *Etnias*, 38 - 45.
Marcov, R. (2016). Que es realmente la Alata costura. *Fashion & Trends*, 15-21.
Medina, D. (2014). El sistema de socializacion Inca: Los Ayllus. *Legado*, 23 - 29.
Medina, J. (2016). *Del Vestuaruio popular al Vestido.* Piura - Perú: Jose María Arguedas.
Miller, A. (2009). *El traje como patrimonio cultural.* Santiago de Chile: Universidad de Chile.
Ministerio del Ambiente. (2012). *Calidad Ambiental.* Quito Ecuador: Ministerio del Ambiente.
Nielson, P. (2017). El vestido de Novia y los Tejidos. *Protocolo & Etiqueta*, 25 - 28.
Pantone. (2017). Como Vemos el color. *Reflex,* 27-30.
Parede, M. (2011). *El proceso del cambio político en el Ecuador Contemporáneo.* Quito Ecuador: Abya Yala.
Plan V. (2017). Economía un fin de año Dificil. *Política e Historias*, 36-42.
Popovski, R. (2017). Ornamentacion en alta costura. *Creacion y produccion en Diseño*, 121 - 125.
RUNAKUNA. (2009). Cuadernos Andinos: los Salasacas. *Salasaca - Runakuna*, 12-13.
Sanchez, M. (2012). El concepto Diseñi en el Taller de diseño: Reflecciones Teóricas. *Insigne*, 3-9.
Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017.* Quito Ecuador: Semplades.
Segura, M. (2016). *Diseño de la indumentaria de la comunidad de Salasaka.* ambato Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
Sibaja, R. (2005). *Fundamentos del Diseño.* Buenos Airtes - Argentina: Blaume.
SMS Auditores. (2017). Como Crear una empresa en el Ecuador. *SMS*, 12 - 19.
Tungate, M. (2008). *Marcas de Moda.* Barcelona España: Gustavo Gili.
Vaquero, I. (2013). El reinado de la Alta Costura: La moda de la pri`mera mitad del siglo XX. *Museo del traje,* 123 - 134.
Vatexga. (2016). *Guía de Prevención de Riesgos Laborales en el sector Textil.* Galicia España: Junta de Galicia.
Zambrano, M. (2007). *rasgos Iconográficos Salasacas.* Cuenca Ecuador: CEPEDIA.

ANEXOS

Modelo de encuesta

OBJETIVO:

Identificar las preferencias de vestidos de gala de mujeres de 18 a 24 años de edad en la ciudad de Ambato.

Información General

Estado Civil: Casada ☐ Soltera ☐

Nivel de educación: Secundaria ☐ Superior ☐

Lea detenidamente las preguntas, marcar con un visto la respuesta que considere.

11. ¿Cuánto percibe de ingresos mensualmente sus padres?

b. Hasta 500 Dólares ☐ b. hasta 900 Dólares ☐ C. más de 1000 ☐

12. ¿Cuál es el estilo de vida que usted practica?

b. Tranquilo ☐ b. Activo ☐ c. Ocupado ☐

13. ¿Socialmente le gustaría…?

b. Ser diferente ☐ b. Tener estatus ☐ c. Ser única ☐

14. ¿Cuándo adquiere un vestido de gala que es lo que usted valora más?

a. Calidad ☐ b. Innovación ☐ c. Estética ☐ d. Materiales ☐

15. ¿Cuándo adquiere un vestido, por qué lo hace?

b. Necesidad ☐ b. Gusto ☐ c. Moda ☐

16. ¿Qué imagen le gustaría transmitir al utilizar un vestido de gala?

b. Elegancia ☐ b. Sencillez ☐ c. Sobriedad ☐

17. ¿En qué ocasión utilizaría un vestido de gala?

b. Reinado. ☐ b. Eventos sociales ☐ c. Eventos Familiares ☐

18. ¿Le gustaría utilizar un vestido de gala con tejidos de la cultura Salasaca?

b. Si. ☐ b. No. ☐ c. No sabe ☐

19. ¿Con que frecuencia usted compra un vestido de gala?

b. Una vez al año ☐ b. 2 veces al año ☐ c. Más de dos veces al año ☐

20. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala.

a. de 100 a 300 dólares ☐ b. de 301 a 500 dólares ☐ c. más de 500 dólares ☐

Cálculo del punto de Equilibrio:

P.E.= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total

PVP= Precio de Venta al Público

CVU= Costo Variable Unitario

COSTO FIJO TOTAL	2162
PVP	461.42
COSTO VARIABLE UNITARIO	136.75

$$\boldsymbol{P.E.} = \frac{CFT}{PVP - CVU}$$

$$\boldsymbol{P.E.} = \frac{2162}{461.42 - 136.75}$$

P.E = 6.65