



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO DE MODAS**

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

**“Diseño de vestidos de gala, basados en el análisis semiótico de la  
vestimenta Tsáchila”.**

**Autora:** Carrera Noriega, Evelyn Janeth

**Tutor:** Guamán Llamuca, Carlos Alberto

**Ambato – Ecuador**  
**Enero, 2020**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

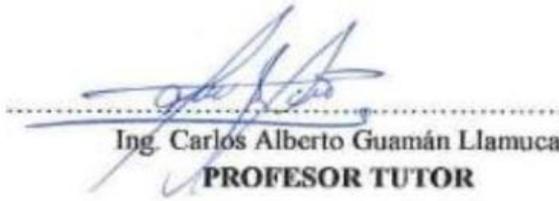
En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema:

**“Diseño de vestidos de gala, basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsáchila”.**

De la alumna Carrera Noriega Evelyn Janeth, estudiante de la carrera de Diseño de Moda, considero que dicho proyecto Integrador 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, Enero de 2020

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, basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsáchila”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Enero de 2020

LA AUTORA



.....  
**Evelyn Janeth Carrera Noriega**

**C.C.: 1724418403**

## **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, Enero de 2020

LA AUTORA



.....  
**Evelyn Janeth Carrera Noriega**

**C.C.: 1724418403**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema “Diseño de vestidos de gala, basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsáchila” de (Evelyn Janeth Carrera Noriega), estudiante de la carrera de Diseño de Moda, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Enero de 2020

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

**PRESIDENTE**

**C.C.:**

---

**NOMBRES Y APELLIDOS**

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.:**

---

**NOMBRES Y APELLIDOS**

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.:**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi madre Isabel Noriega, quien fue la persona que me brindó su apoyo incondicional, que a pesar de los obstáculos, luchó constantemente para que una de mis metas se haga realidad, quien confió en mí y que, además, es mi inspiración, mi ejemplo, mi fuerza y mis ganas de seguir adelante.

A mis hermanas y hermano, por creer en mis capacidades, por depositar confianza en mí y porque con sus palabras de aliento, fueron una fuente de motivación para poder superarme día a día.

A mi padre por creer en mí, y por la ayuda brindada en la larga trayectoria de mi carrera.

A mis amigas, por ser esas personas que me ofrecieron la calidez de una familia y que sin esperar nada a cambio compartieron conmigo sus conocimientos, sus alegrías y tristezas.

A mí, por todas esas horas de estudio, por cada caída, por cada lección, que me servirán como un recordatorio de que soy capaz de lograr mis propósitos y metas y para recordar una de las más grandes etapas de mi vida académica.

*Evelyn Carrera*

## AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por ser el forjador de mi camino, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo, el que me ha dado la dicha de disfrutar cada uno de mis logros y que además me brinda la oportunidad de vivir y seguir adelante y agradezco por cada bendición derramada sobre mí y mi familia.

Agradezco a mi madre Isabel y a mis hermanas Verónica, Mariela y Gabriela que con su amor y trabajo arduo me apoyaron en todo momento para lograr mi formación profesional. También quiero agradecer a mi amiga Daysi Murillo y a su madre Olga Lara que en varias ocasiones me ayudaron de manera incondicional y que me hicieron sentir parte de su familia en momentos de soledad, a mi amiga Nina Vacacela por ser mi confidente y por todos los momentos que pasamos juntas apoyándonos una a la otra. Así mismo, a una gran persona en mi vida Stalin Bermúdez, que dedico su tiempo en brindarme su apoyo incondicional y porque siempre estuvo para mí, en las buenas y en las malas.

Le doy gracias también a mi tutor de tesis por ser mi guía y que con mucha paciencia me ha ayudado a culminar este proyecto. Y a cada una de las personas que han hecho un aporte para poder realizar uno de mis sueños más importantes.

*Evelyn Carrera*

## ÍNDICE GENERAL

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 GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

#### ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del Proyecto .....	2
1.2. Antecedentes .....	2
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos .....	6
1.4.1. Objetivo general .....	6
1.4.2. Objetivos específicos .....	6

### CAPÍTULO II

#### MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico .....	7
2.1.1. Alta costura .....	7

2.1.1.1.	Charles Frederick Worth primer diseñador .....	8
2.1.2.	Moda.....	9
2.1.2.1.	Diseño de moda.....	10
2.1.2.2.	Proceso creativo del diseño de moda .....	10
2.1.3.	Pret à Couture.....	11
2.1.4.	Vestidos de gala.....	12
2.1.4.1.	Siluetas .....	13
2.1.4.1.1.	Silueta tipo A.....	13
2.1.4.1.2.	Silueta tipo Imperio .....	14
2.1.4.1.3.	Silueta tipo Sirena.....	14
2.1.4.1.4.	Silueta tipo princesa.....	15
2.1.4.2.	Textiles .....	15
2.1.4.3.	Ocasión de uso de un vestido de gala.....	19
2.1.5.	Cultura.....	20
2.1.6.	Diversidad Étnica .....	21
2.1.6.1.	Pueblos y Nacionalidades del Ecuador .....	21
2.1.7.	Nacionalidad Tsa'chila .....	23
2.1.7.1.	Historia .....	23
2.1.7.2.	Ubicación geográfica.....	24
2.1.7.3.	Organización política y social.....	24
2.1.7.4.	Vestimenta Tsa'chila.....	25
2.1.7.4.1.	Femenina.....	25
2.1.7.4.2.	Masculina .....	26
2.1.7.5.	La vestimenta Tsa'chila y su significación.....	26
2.2.	Marcas referentes.....	31
2.2.1.	Alejandro Carlín .....	31
2.2.2.	Ana Torres.....	32

2.2.3.	Rapsodia.....	33
2.3.	Visionario.....	34
2.3.1.	Christian Dior.....	34

## **CAPÍTULO II**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

3.1.	Análisis Externo .....	36
3.1.1.	Análisis PESTEL.....	36
3.1.1.1.	Entorno político .....	36
3.1.1.2.	Entorno económico .....	38
3.1.1.3.	Entorno social / cultural .....	39
3.1.1.4.	Entorno tecnológico .....	40
3.1.1.5.	Entorno ecológico .....	40
3.1.1.6.	Entorno legal.....	41
3.1.2.	Tendencias de consumo .....	43
3.1.2.1.	Consumidor Mestizo .....	43
3.1.2.2.	Rethink Social.....	44
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial .....	44
3.1.3.1.	Variable Demográfica .....	44
3.1.3.2.	Variables Psicográficas y Conductuales.....	45
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia .....	45
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial .....	47
3.1.6.	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	48
3.2.	Análisis interno.....	50
3.2.1.	Análisis de recursos propios y disponibles .....	50
3.2.2.	Análisis cadena de valor .....	50
3.2.2.1.	Eslabón de investigación y desarrollo .....	50
3.2.2.2.	Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima .....	51

3.2.2.3.	Eslabón de producción .....	51
3.2.2.4.	Eslabón de comercialización .....	52

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

4.1.	Estudio del público objetivo.....	53
4.1.1.	Modelo de encuesta .....	53
4.2.	Selección de la muestra.....	55
4.3.	Técnicas de estudio.....	56
4.3.1.	Cualitativas.....	56
4.3.2.	Cuantitativas.....	56
4.4.	Elaboración e interpretación de datos.....	56
4.5.	Conclusiones .....	66

## **CAPÍTULO V**

### **TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN**

5.1.	Cronograma de producción .....	67
5.2.	Control de calidad.....	68
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.....	69
5.4.	Requerimientos de mano de obra .....	70
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente .....	71
5.5.1.	Para el trabajador:.....	71
5.5.2.	Para el empleador: .....	71

## **CAPÍTULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.1.	Descripción del producto .....	72
6.1.1.	Brainstorming .....	72
6.2.	Perfil del cliente.....	72
6.2.1.	Moodboard del perfil del cliente .....	74

6.3.	Identidad de la marca.....	75
6.4.	Uso de la marca .....	82
6.5.	Análisis de color de la propuesta.....	85
6.5.1.	Paleta de color de la propuesta.....	85
6.6.	Tendencia .....	86
6.7.	Inspiración.....	88
6.8.	Concepto de la propuesta.....	90
6.9.	Elementos del diseño .....	90
6.9.1.	Siluetas.....	90
6.9.2.	Proporción y línea.....	90
6.9.3.	Función .....	91
6.9.4.	Detalles .....	91
6.9.5.	Estilo .....	91
6.10.	Materiales e insumos .....	92
6.11.	Bocetos e ilustraciones .....	97
6.12.	Fichas técnicas.....	104
6.13.	Photo Book.....	122
6.14.	Costos de producción.....	126
	CONCLUSIONES.....	130
	RECOMENDACIONES .....	131
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	132
	ANEXOS.....	136

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Frederick Worth .....	9
Imagen 2. Vestido Pret a Coture.....	12
Imagen 3. Vestido de gala .....	13
Imagen 4. Vestido tipo A .....	14
Imagen 5. Vestido tipo imperio .....	14
Imagen 6. Vestido tipo sirena.....	15
Imagen 7. Vestido tipo princesa .....	15
Imagen 8. Familia Tsa'chila .....	23
Imagen 9. Historia Tsa'chila .....	24
Imagen 10. Vestimenta femenina .....	25
Imagen 11. Vestimenta masculina.....	26
Imagen 12. Pasarela .....	32
Imagen 13. Ana torres.....	33
Imagen 14. Rapsodia.....	34
Imagen 15. Christian Dior.....	35
Imagen 16. Personal ocupado en la industria de productos textiles. ....	46
Imagen 17. Moodboard perfil del cliente.....	74
Imagen 18. Paleta de color .....	85
Imagen 19. Moodboard tendencia / orígenes 2019.....	87
Imagen 20. Moodboard Inspiración / Vestimenta Tsa'chila .....	89
Imagen 21. Moodboard Colección .....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1.Estilos de vida .....	57
Gráfica 2.Motivos para adquirir un vestido de gala .....	58
Gráfica 3.Tipos de vestidos .....	59
Gráfica 4.Cualidades para adquirir un vestido de gala .....	60
Gráfica 5.Detalles para un vestido de gala .....	61
Gráfica 6.Siluetas para un vestido de gala .....	62
Gráfica 7.Lugares para adquirir un vestido de gala .....	63
Gráfica 8.Precio para un vestido de gala.....	64
Gráfica 9.Difundir las culturas mediante un vestido de gala .....	65
Gráfica 10.Vestidos inspirados en las culturas del Ecuador .....	66
Gráfica 11. Control de calidad.....	68
Gráfica 12.infraestructura.....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Textiles para vestidos de gala. ....	16
Tabla 2. Tipo de abalorios para vestidos de gala.....	18
Tabla 3. Tipo de insumos para vestidos de gala.....	18
Tabla 4. Nacionalidades indígenas.....	22
Tabla 5. Pueblos indígenas.....	22
Tabla 6. Vestimenta femenina.....	27
Tabla 7. Vestimenta masculina.....	29
Tabla 8. Detalles vestidos de gala.....	48
Tabla 9. Descripción de la formula.....	55
Tabla 10. Estilos de vida.....	56
Tabla 11. Motivos para adquirir un vestido de gala.....	57
Tabla 12. Tipos de vestidos.....	58
Tabla 13. Cualidades para adquirir un vestido de gala.....	59
Tabla 14. Detalles para un vestido de gala.....	60
Tabla 15. Siluetas para un vestido de gala.....	61
Tabla 16. Lugares para adquirir un vestido de gala.....	62
Tabla 17. Precio para un vestido de gala.....	63
Tabla 18. Difundir las culturas mediante un vestido de gala.....	64
Tabla 19. Vestidos inspirados en las culturas del Ecuador.....	65
Tabla 20. Diagrama de Gantt.....	67
Tabla 21. Requerimiento de mano de obra.....	70
Tabla 22. Tendencia.....	86
Tabla 23. Inspiración.....	88
Tabla 24. Maquinaria e insumos.....	92
Tabla 25. Herramientas.....	92
Tabla 26. Materia prima.....	93

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El diseño en la moda ecuatoriana ha denotado varios puntos débiles, desde las marcas de ropa o accesorios que no cuentan con un valor agregado al producto que las identifique y las distinga del resto y la falta de valor por lo hecho en el país. El presente proyecto trata sobre el diseño de una colección de vestidos de gala, que se inspira en la vestimenta de la nacionalidad Tsa'chila, donde se toman diferentes elementos como formas, accesorios y colores, esto con la finalidad de obtener un producto original y además, aprovechar la riqueza cultural del país, la cual brinda grandes posibilidades a la hora de proponer diseños, en este caso la indumentaria.

Del mismo modo, se hizo uso de la investigación que es la primera herramienta que le permite al diseñador, la construcción de ideas, recolectar información teórica y visual, a más de ello, poder interpretar infinidad de siluetas, detalles, colores, texturas, adornos que permiten el desarrollo del proceso creativo de la colección. Hay que tener en cuenta, que parte esencial de la investigación, es el estudio del mercado y público objetivo al cual se le va a ofertar el producto. Para concluir, es de esta forma que se obtuvo como resultado una colección de vestidos de gala con originalidad, elegancia, glamour y al gusto de un público objetivo.

**PALABRAS CLAVE: ALTA COSTURA / COLECCIÓN DE MODA/ DISEÑO DE MODA / NACIONALIDAD TSA'CHILA / VESTIDOS DE GALA.**

## **ABSTRACT**

The design in Ecuadorian fashion has denoted several weaknesses, from brands of clothing or accessories that do not have an added value to the product that identifies them and distinguishes them from the rest and the lack of value for what is done in the country. This project is about the design of a collection of gala dresses, which is inspired by the clothing of the Tsa'chila nationality, where different elements such as shapes, accessories and colors are taken, this in order to obtain an original product and In addition, take advantage of the country's cultural wealth, which offers great possibilities when proposing designs, in this case the clothing.

In the same way, research was used, which is the first tool that allows the designer, the construction of ideas, collect theoretical and visual information, in addition to being able to interpret countless silhouettes, details, colors, textures, ornaments that allow the development of the creative process of the collection. It is necessary to take into account, that essential part of the investigation, is the study of the market and target audience to which the product is going to be offered. To conclude, it is in this way that a collection of prom dresses with originality, elegance, glamor and the taste of a target audience was obtained.

**KEY WORD: HAUTE COUTURE / FASHION COLLETION / DESIGN / NATIONALITY TSA'CHILA / GALA DRESSES.**

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto está dividido por VI capítulos, empezando por los diferentes antecedentes investigativos que giran en torno. En este primer capítulo se hace un análisis de cada investigación, para poder extraer las pautas más importantes sobre, el tomar a la cultura ecuatoriana como inspiración en el diseño de moda. El segundo capítulo permite familiarizarse con información sobre los vestidos de gala, cuáles son sus características, que tipo de materiales son aptos para realizarlos y las siluetas existentes. Además, se presentan fotografías de cada elemento que conforma la vestimenta Tsa'chila con su respectiva significación, misma que se toma como fuente inspiración y que es aplicada en el diseño del producto.

Sin embargo, el tercer capítulo hace hincapié sobre el medio externo e interno en el que se desarrolla el proyecto, es por ello, que se hace un análisis del entorno político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal del Ecuador. Inclusive, se examina la saturación de mercado al que va dirigido el proyecto, las posibles competencias dentro de la ciudad y los eslabones de la cadena de valor para el desarrollo del producto. El capítulo cuatro hace un enfoque al público objetivo, se procede a la realización de encuestas con su respectiva tabulación, dando a conocer los diferentes gustos y preferencias del usuario y de esta manera desarrollar un producto que satisfaga con sus necesidades.

El capítulo, cinco abarca los temas necesarios para la elaboración de los prototipos de la colección, empezando con un cronograma de producción, se determina el control de calidad que debe llevar el producto en todo su proceso, se hace mención de los equipos y la infraestructura necesarias para producir, finalizando con los requerimientos de la mano de obra y las diferentes normas de seguridad para el trabajador.

Finalmente, el capítulo seis trata sobre el desarrollo de la propuesta, empezando con la descripción del producto a ofrecer y escogiendo el perfil del cliente con el que se va a trabajar. Así mismo, se construye la identidad de la marca, se analiza la paleta de color para la colección, la tendencia y el concepto de la propuesta. Por último, se establece el método proyectual para el proceso creativo, donde se da a conocer los diferentes códigos del diseño, necesarios para el desarrollo de la colección.

# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1.Nombre del Proyecto

Diseño de vestidos de gala basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsa'chila.

### 1.2.Antecedentes

En América Latina la moda sigue ganando territorio a nivel mundial debido a que sus países poseen una enorme riqueza cultural llena de tradiciones, costumbres, fiestas y rituales, donde cada uno tiene un estilo propio lleno de colorido. La diversidad étnica de cada país, su vestimenta, sus artesanías autóctonas, materiales propios, saberes ancestrales, etc., han sido una fuente de inspiración para las pasarelas de moda tanto europeas como latinoamericanas donde diseñadores han demostrado al mundo la cultura existente en América del sur. Es cuestión de indagar y conocer la diversidad cultural para que diseñadores de moda de Latinoamérica a través de su talento exporten su creatividad y productos alrededor del mundo (Alvarado A. , 2015)

Ecuador es uno de los países más ricos, no solo por su flora y fauna sino también por ser pluricultural ya que muestra un abanico cultural fabuloso que brinda la oportunidad de realizar estudios e investigaciones que involucren las etnias ecuatorianas para descubrir sus secretos y su misticismo. Tomando en cuenta trabajos investigativos realizados anteriormente en el presente, se abordará la importancia del análisis semiótico de la cultura Tsa'chila que sirva como inspiración para la elaboración de vestimenta moderna.

Por tal motivo se tomaran datos recogidos por otros estudios, entre ellos está el proyecto investigativo realizado por (Prado, 2018), trabajo previo a la titulación con el tema *Análisis semiótico de la vestimenta de la nacionalidad Tsa'chila* el cual indica la importancia de realizar estudios sobre las etnias indígenas del Ecuador ya que mediante estos se logra preservar el patrimonio material e inmaterial de las culturas indígenas. El trabajo antes mencionado realiza un importante aporte puesto que toma como tema de estudio la etnia Tsa'chila dando a conocer sus costumbres, tradiciones, cosmovisión, gastronomía, fiestas y dándole prioridad a la vestimenta en

la cual da conocer el significado real de cada prenda y accesorio que complementan al traje mediante la semiología.

Según (Cadena, 2017) con el tema *Diseño de moda conceptual: estrategias para su planteamiento a partir de rasgos identitarios de pueblos indígenas* en el cual da a conocer sobre el diseño de manera más artística que comercial, donde el autor toma como inspiración a uno de los pueblos indígenas del Ecuador para desarrollar una colección de moda conceptual. Aunque el resultado de este proyecto no tenga fines comerciales, este plantea estrategias de diseño para que una colección comunique y refleje en ella los rasgos culturales del pueblo indígena, además hace que el diseñador potencialice su creatividad. Cabe resaltar, que el autor destaca la riqueza cultural que tiene el Ecuador la cual se utilizaría como fuente de inspiración en futuros proyectos de diseño.

La investigación realizada por (Villafuerte, 2018) con el tema “*Semillas naturales de la cultura quichua de Napo y la aplicación en el diseño de autor*” , demuestra que mediante los rasgos culturales o saberes ancestrales de alguna etnia del Ecuador se puede elaborar propuestas innovadoras en el diseño de indumentaria. Se dice entonces que, la vestimenta como tal es una forma de comunicar del ser humano mediante la cual puede expresarse y emitir un mensaje, es por ello que la propuesta del proyecto antes mencionado realiza una colección innovadora, donde se observa los saberes ancestrales de la etnia quichua y a simple vista exalta la revalorización cultural logrando así comunicar la pluriculturalidad que tiene el Ecuador. Cabe recalcar, que mediante la unión del diseño y las culturas se logra un aporte a la industria de la moda ecuatoriana dándole un concepto de identidad al producto.

En el proyecto de investigación con el tema *Colección Afro ecuatoriana inspirada en su tradición y cultura*, (Carrasco, 2017) menciona que en el Ecuador la moda se inclina a la industrialización, es decir, producir prendas de forma masiva introduciendo tendencias extranjeras para poder ser competitivo, esto ha provocado que el sector textilero caiga en la copia o imitación de productos con estándares de baja calidad. Es por ello que la autora hace mención a la cultura afro ecuatoriana tomándola como fuente de inspiración para su colección, emitiendo al público el mensaje de que en el Ecuador se puede hacer diseño con estilo propio. El trabajo antes mencionado, da la apertura de tener nuevos ideales en el diseño de indumentaria,

trabajar de manera creativa utilizando las diferentes riquezas que tiene el país para lograr posicionar un producto diferenciador en el mercado ecuatoriano.

El trabajo realizado por (Cruz, 2017) con el tema *Prenda Demi Couture con aplicación de telares andinos* puntualiza la creación de una marca que pretende el desarrollo de prendas elegantes rescatando la identidad de un pueblo, haciendo énfasis en el Demi Couture que según la autora es una producción de prendas en menor escala donde la calidad, la creatividad y el trabajo a mano son sus características principales. Así mismo, hace mención de la importancia de combinar lo industrial con lo artesanal, para poder generar fuentes de trabajo y dar un valor agregado al diseño ecuatoriano. Este trabajo se relaciona con el proyecto a realizar ya que propone un análisis estratégico para poder posicionar una marca en el mercado con un producto nuevo, poder desarrollar prendas innovadoras que respondan con las necesidades del consumidor y mediante la moda tratar de expresar el talento creativo del diseñador.

### **1.3. Justificación**

La industria de la moda en el Ecuador tiene grandes falencias y una de ellas es la posición de marcas extranjeras en el mercado ecuatoriano donde la competencia es más fuerte consiguiendo a afectar el costo del producto nacional (Revista lideres, 2015). De la misma manera la imitación de productos que realizan las empresas del sector ya que no realizan la investigación necesaria para poder ser diferenciados en la industria. Es por ello la importancia de este proyecto ya que propone desarrollar una colección de vestidos mediante la metodología proyectual que aporta un análisis del mercado, del usuario o cliente para obtener un producto innovador con identidad, que sea competitivo y que cumpla con estándares de calidad, de igual manera que sea exclusivo para el usuario y que se adapte a sus gustos y necesidades.

El aporte de este proyecto es dar a conocer que, mediante la combinación de la moda y la riqueza cultural del país se puede desarrollar un producto diferenciador, que tenga valor agregado y que marque un estilo propio. Es por ello que la propuesta a realizar es una colección de vestidos de gala inspirados en la vestimenta Tsá'chila, donde se verán reflejados los elementos más relevantes de la indumentaria en este caso su amplia gama cromática, sus formas iconográficas, sus texturas, sus accesorios, etc. siendo este su factor innovador. El tomar a la etnia Tsá'chila como inspiración le da la originalidad necesaria a la colección ya que esta, no se ha tomado en cuenta como

referente en el diseño de indumentaria aportando con la creatividad suficiente para obtener una prenda poco convencional a su vez estética para el usuario.

Es fundamental realizar este tipo de proyectos ya que como diseñadores se debe tomar en cuenta los aspectos culturales de los pueblos y nacionalidades del Ecuador, para que de esta manera se pueda eliminar la falta de conocimiento sobre las culturas existentes. Por lo cual el presente trabajo es utilitario ya que se analiza a la etnia Tsa'chila llegando a conocer sus tradiciones y costumbres, su forma de vida y la importancia de su vestimenta, el cual es un factor principal para el desarrollo del proyecto. De igual manera, se hace una recopilación de información sobre el proceso de diseño para sacar una colección que comunique un concepto, misma que será un apoyo a futuros profesionales del diseño ya que podrán visualizar como la moda es un vehículo difusor cultural.

La elaboración de este proyecto beneficiará principalmente al público objetivo en este caso a las mujeres entre 25 a 35 años, que buscan un producto exclusivo y que estén dispuestas a usar nuevas propuestas, así mismo que tenga en mente valorizar un producto ecuatoriano con identidad y que elijan lo hecho en Ecuador. De igual manera beneficiará a la autora del proyecto ya que en la culminación del presente trabajo se desarrollará el logo de una marca mediante la ayuda de un diseñador gráfico, misma que contribuirá con el desarrollo de su profesión. Cabe recalcar aportaría al cambio de matriz productiva en el Ecuador, con nuevos ideales de emprendimientos, generando nuevas fuentes de trabajo y aportando con innovación para el desarrollo del país, cumpliendo con uno de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.

Este proyecto es factible debido a que se cuenta con toda la información necesaria para poder llevar a cabo el proyecto ya que se encuentran los datos y documentos bibliográficos precisos que servirán para encaminar la investigación y sustentar la propuesta. Por otro lado, los materiales e insumos necesarios para desarrollar la colección son de fácil acceso ya que se pueden encontrar en varios mercados locales y en diversas ciudades del país. Es importante mencionar que el estudio de mercado será realizado en la provincia de Santo Domingos de los Tsa'chilas y por ende se tiene accesibilidad de transportarse a dicha ciudad. Por último, cabe resaltar que se cuenta con los recursos económicos para desarrollar la investigación y el desarrollo del producto.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Diseñar una colección de vestidos de gala basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsa'chila.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Indagar en el análisis semiótico de la vestimenta Tsa'chila según el proyecto de investigación realizado por Prado Liliana para la selección del punto de inspiración.
- Determinar los parámetros del diseño según la metodología proyectual para vestidos de gala.
- Elaborar vestidos de gala inspirados en la vestimenta Tsa'chila de acuerdo con los códigos de diseño establecidos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1.Marco Teórico**

##### **2.1.1. Alta costura**

El nombre Haute Couture proviene del francés Haute que significa alto o elegante y couture que significa costura y es el término que se utiliza para referirse al negocio de prendas hechas a la medida con textiles e insumos costosos de alta calidad y para una clientela exclusiva. Este segmento está orientado a crear una imagen y mostrar un contenido artesanal de gran valor obteniendo trajes perfectamente confeccionados tanto en el derecho como en el revés. Por lo tanto, para que una marca pueda ser llamada casa de Alta costura debe cumplir con normas muy estrictas dictaminadas por la Cámara Sindical de la Alta costura la misma que fue creada por Charles Frederick Worth en el año de 1868 para velar por la calidad de la alta costura y luchar contra las copias (Pertile, 2010)

Entre los requisitos establecidos de la alta costura esta que sus diseños deben ser únicos elaborados completamente a mano y solo se debe vender un diseño para cada continente, adicional a esto sus talleres de confección deben estar ubicados en París con un mínimo de 20 artesanos de tiempo completo, así mismo se debe presentar 2 veces al año (otoño- invierno y primavera – verano) una colección de 50 diseños para uso de día y de noche frente a la prensa de París, este evento suele presentarse en los hoteles parisinos más prestigiosos, por ello que esta categoría de la Moda es tan costosa (Pertile, 2010)

Quienes hacen alta costura son una gran influencia cuando se trata de imponer moda, conceptos y tendencias ya que de ellos depende muchas de las veces el beneficio creativo de los diferentes mercados de la moda, como el pret a porter y el mercado en masa. Cabe resaltar, que la alta costura es considerada una obra de arte debido al trabajo detallado en cada pieza que realizan los modistas en sus casas de moda, sin embargo, debido a la poca acogida al ser exclusivo y con un costo elevado, pocas son las casas que realizan alta costura entre ellas está la casa Chanel, Dior, Givenchy, Versace, Armani y Ralph Lauren, quienes han buscado la manera de generar ingresos mediante la venta de perfumes, cosméticos y accesorios (Grose, 2012)

### **2.1.1.1. Charles Frederick Worth primer diseñador**

Para (Cosgrave, 2005) la contribución de Worth a la historia de la moda es legendaria. Está considerado el creador de la alta costura. Fue el primer couturier en producir una colección completa de prendas para cada estación y no simple vestidos asilados. Muchas de sus creaciones marcaron la moda femenina de finales del siglo XIX y el siglo XX. La vida de Worth estuvo llena de cambios con 13 años su madre lo envió a Londres para que trabajara como aprendiz en Swan & Edgard, en 1845 entro en Lewis y Allenby, comerciantes de tejidos de lujo y proveedores de la reina Victoria. Se cree que su gusto por la moda parisina nació cuando desempaquetaba sombreros y vestidos franceses en Swan & Edgard, en su tiempo libre visitaba, solo, la National Gallery donde estudiaba las prendas que aparecían en los cuadros de los viejos maestros.

En 1846 Worth se traslada a París para probar suerte donde encontró trabajo en Gagelin-Opigez, un prestigioso comercio de tejidos, en aquel lugar conoció a su esposa Marie Augustine Vernet y elabora un vestido con cola de corte de seda bordada en oro ganando una medalla de primera clase premio que le dio alas para crear sus propias casas de modas. Grande fue el éxito de Worth que una de sus fieles clientas fue la Emperatriz Eugenia para ella diseñó un extenso guardarropa de vestidos para el día y la noche. El ambiente de la *maison* Worth tenía absoluta discreción y estaba estratégicamente diseñada para mostrar sus vestidos a sus clientas desde un muestrario de finas telas, hasta cuartos de espejos lujosos donde se realizaba la prueba de vestidos (Cosgrave, 2005).



**Imagen 1.** Frederick Worth

**Fuente:** Manganelli, 2012

### **2.1.2. Moda**

Según la (Real Academia Española, 2019) la moda es el uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo en determinado país. El término moda se relaciona con el vestir y adornar el cuerpo, lleva en ella la caducidad incorporada, es decir su ciclo es corto y cambiante, hablar de moda es hablar de actualidad. Es una forma de distinción del ser humano donde siente la necesidad de diferenciarse del resto, es una práctica consumista. La moda en la actualidad es cada vez más rápida, más exigente es por ello, que los diseñadores sienten la necesidad de indagar y encontrar nuevas ideas, nuevas formas para interpretálas en colecciones y desarrollar su proceso creativo.

Para (Medina, 2008), el tema de la moda, lejos de ser un asunto meramente banal, un tema frívolo, constituye un documento estético sociológico que da clara cuenta de las sensibilidades de una época, de los factores importantes del cambio social, de los estilos de vida dominantes y de los estilos particulares en un momento histórico. Es un mecanismo educador del gusto y de la sensibilidad, de la forma de mirar, sentir y experimentar, de las posibilidades de la expresión. Es un indicador de lo que el hombre es capaz de hacer con él mismo, de su poder de transformación personal y de su libertad. No es un asunto individual, es un fenómeno de dimensiones masivas y globales que abarca a un gran número de la población.

### **2.1.2.1.Diseño de moda**

Cuando se habla de diseño básicamente se refiere a dar soluciones a problemas y a satisfacer las necesidades del ser humano mediante la creación de productos innovadores que se obtienen al realizar un proceso investigativo y donde se cumpla con sus características como la estructura, la forma y la función. En la moda el término diseño se refiere a la creación de prendas de vestir, textiles, accesorios, entre otros donde la creatividad se ve reflejada en cada uno de estos. El diseño de moda está relacionado con la estética y aunque es un componente primordial, cabe resaltar que este, es mucho más complejo debido a que involucra no solo la creación de un producto sino su introducción en el mercado. Parte del diseño es la innovación y en la moda se la ha visualizado en la invención de prendas que han marcado a la sociedad debido a las influencias culturales y sociales de un determinado periodo (Carvajal & Villaplana, 2017)

### **2.1.2.2.Proceso creativo del diseño de moda**

El concepto en el diseño es uno de los factores más importantes, es lo que le da forma a toda una colección y a su vez es la parte comunicativa y expresiva. Para crear una colección única un diseñador necesita de una fuente de inspiración y en el mundo del diseño son muchos los elementos, entre ellos esta las películas, personajes literarios, ciudades, formas arquitectónicas, influencias culturales, acontecimientos históricos, épocas, etc. De igual manera el diseñador debe realizar un estudio minucioso del universo de vestuario para el cual estará dirigido sus diseños y a su vez que se adapte a sus necesidades ya sea funcionales, estéticas o técnicas (Fernández, 2012)

Por otro lado, para el proceso creativo del diseño se debe tomar en cuenta tres aspectos importantes en la investigación, la primera es la inspiración aquella que brinda el tema o concepto de la colección y la que desarrolla la identidad de la misma, por medio de esta el diseñador empieza a interpretar variedad de siluetas, texturas, formas, detalles, colores, estampados. Como segundo punto se encuentra la elección de materiales tangibles y prácticos, los materiales son muy importantes ya que de ellos depende como se visualice y que comunica la colección. Por último, se debe realizar un amplio estudio del mercado, quien es su competencia y al consumidor cuáles son

sus gustos y necesidades, con estos aspectos el desarrollo del diseño de propensa ser innovado y creativo evitando caer en la copia (Seivewright, 2013)

### **2.1.3. Pret à Couture**

El Pret à Couture es un tipo de confección a medio camino entre la alta costura y el Pret à porter (listo para usar) surge el mercado de la moda que combina el trabajo industrial con el artesanal y que surge como una necesidad de adquirir una prenda personalizada con precios accesibles. La producción de este tipo de prendas es limitada, es decir no se reproducen en grandes cantidades, así mismo la calidad es uno de los factores primordiales, esta puede ser visualizada en los materiales e insumos, en los detalles, en la confección y los acabados, por ende, la moda de obra debe estar capacitada. Una de las características del Pret à Couture es que en sus prendas es habitual el uso de bordados y apliques (pedrería) así mismos textiles elaborados a mano como industriales (Mirabella, 2012).

Según (Mirabella, 2012) algunas de las marcas o diseñadores optan por modificar el patrón industrial a las necesidades de las clientas, sin embargo parten de un mismo patrón. Si bien se encuentra que la mayoría es de carácter industrial, se detectan diseñadores que deciden incursionar a través de misma para generar diseños originales; también se incursiona en la transformación de las siluetas en el desarrollo de volumetrías. En otros casos, a partir de la moldería industrial, se generan acabados sobre los géneros o mismos sobre las piezas terminadas, que a las prendas de calidad y diferenciación (2012).

El usuario del Pret à Couture son mujeres de clase alta que tienen una vida social amplia y que no cuentan con el tiempo suficiente para realizarse las diversas pruebas de vestido tal como lo requiere la alta costura, así mismo aquellas que no están dispuestas a pagar grandes cantidades de dinero por un vestido de Alta costura, este tipo de consumidor busca diferenciarse y su vez obtener prendas creativas, innovadoras y originales. Por lo general en este grupo se encuentran las celebridades, mujeres con poder adquisitivo, magnates de oriente y occidente (Mirabella, 2012)



**Imagen 2.** Vestido Pret a Cuture

**Fuente:** (Giuliana, 2012)

#### **2.1.4. Vestidos de gala**

La palabra gala proviene en su etimología del francés antiguo “gale”, que puede traducirse como diversión, ornamento, lujo, placer, ostentación; varios son sus significados dependiendo del contexto en que se la utilice. Una de las acepciones más comunes para la palabra es aquella que se aplica a los vestidos que sobresalen del resto, y que son conocidos como vestidos de gala los cuales pueden ser elaborados con telas fina y diseños poco comunes, además casi siempre son realizados por algún diseñador de alto renombre (Enciclopedia culturalia, 2017).

Un vestido de gala es una de las prendas con más etiqueta en el armario de una mujer que se utiliza en eventos sofisticados y elegantes y por ende son pocas las oportunidades de portarlo, esta prenda por lo general es realizada a la medida, con textiles sutiles y de buena calidad donde se implementa el trabajo manual ya sea en bordados o en la implementación de apliques. Básicamente un vestido de gala debe ser largo que cubra en su totalidad los pies, en cuanto al color son muchas las opciones a elegir, tomando en cuenta la tonalidad de la piel y el tipo de evento al que se va asistir. Cabe recalcar que en estos vestidos se aprecia el delicado y minucioso trabajo artesanal, los buenos acabados y una excelente confección.



**Imagen 3.** Vestido de gala

**Fuente:** (Nouraco, 2018)

#### **2.1.4.1. Siluetas**

Según (Ferrán, 2018) la industria de la moda tiene ciertas especificaciones en función a las características físicas del cuerpo, por lo cual a partir de estudios morfológicos y de las propias prendas, se ha determinado qué cortes, patrones y detalles debe tener un tipo de vestido para que se adapte a un tipo de cuerpo en función de sus características, con el objetivo de crear una estética determinada y una guía con la que orientar para poder jugar con los distintos cortes y estilos.

##### **2.1.4.1.1. Silueta tipo A**

Es una de las siluetas clásicas y la que más favorece al cuerpo femenino, su nombre se debe a que visualmente esta refleja una A mayúscula ya que la parte superior es entallada ajustando la cintura y en la parte inferior la falda se abre de manera gradual o se va ampliando. Esta silueta es una de las más elegantes sus puntos focales son el busto y la cintura de la mujer logrando así ser equilibrada.



**Imagen 4.** Vestido tipo A

**Fuente:** (Nouraco, 2018)

#### **2.1.4.1.2. Silueta tipo Imperio**

Se caracteriza por tener un talle corto el cual termina debajo del busto estilizando el cuerpo, esta silueta es ideal para que la mujer se sienta más delgada y alta, así mismo, es favorecedora ya que crea un efecto óptico de esbeltez y por ende logra disimular la cintura poco definida.



**Imagen 5.** Vestido tipo imperio

**Fuente:** (Nouraco, 2018)

#### **2.1.4.1.3. Silueta tipo Sirena**

Es una de las siluetas más insinuantes ya que el cuerpo se exhibe casi en su totalidad marcando el busto, la cintura y las caderas, esta se caracteriza por el entalle que comienza desde el busto hasta los muslos o las rodillas y en estas comienza una falda con amplio vuelo. Esta silueta es muy sensual y divertida.



**Imagen 6.** Vestido tipo sirena

**Fuente:** (Nouraco, 2018)

#### **2.1.4.1.4. Silueta tipo princesa**

Es una de las siluetas reinterpretadas por Dior en los 50's esta se caracteriza por entallar la cintura y resaltar el busto, en la parte inferior la falda es totalmente amplia, parecida a la silueta en A, pero se diferencia en la amplitud de la falda. Por otro lado, esta silueta es muy favorecedora logrando hacer que la mujer se vea más delgada y alta.



**Imagen 7.** Vestido tipo princesa

**Fuente:** (Nouraco, 2018)

#### **2.1.4.2. Textiles**

En una colección de moda usar el textil adecuado es casi siempre esencial para su éxito, ya que este es el elemento visual de la prenda. Conocer de textiles es

importante para los diseñadores de moda pues estos definen la forma de la prenda, la caída y el tacto sobre el cuerpo, la apariencia y su calidad. Elegir un textil dependerá siempre de la finalidad que se le quiere dar, es decir de la función, las prestaciones y las cualidades estéticas de la prenda así mismo guarda relación con la temporada ya sea invierno o verano (Seivewright, 2013).

A la hora de realizar un vestido de gala los textiles son muy importantes, ya que estos definen la caída, la calidad, los acabados y el precio de la prenda. Eligiendo los textiles adecuados en un vestido de gala se logra proyectar una imagen de delicadeza, elegancia y sensualidad para quien lo porte. En el mercado existen varios tipos de telas cada una con características propias y diversidad de color, las cuales se pueden combinar para crear propuestas diferentes.

**Tabla 1.** Textiles para vestidos de gala.

<b>TEXTILES PARA VESTIDOS DE GALA</b>			
<b><i>Chifón</i></b>		<b><i>Encaje</i></b>	
Es una tela fina y transparente de tacto liso y suave a su vez flexible.		Tejido ornamental con motivos florales, es transparente, con un tacto áspero.	
<b><i>Brocado</i></b>		<b><i>Terciopelo</i></b>	
Es un tejido de lujo, cargado de diversas figuras, tiene una textura rustica y es un textil no liviano.		Se caracteriza por tener brillo, tiene un tacto muy suave, este tipo de tela se adhiere al cuerpo con facilidad y es muy duradera.	
<b><i>Georgette</i></b>		<b><i>Crepé</i></b>	
Tela de seda natural ligeramente arrugada. Es semitransparente, liviana y fina un poco más gruesa que el chifón.		Tela delgada de superficie algo granulosa, tiene buena caída, suave al tacto, posee doble cara (opaca y brillo natural).	
<b><i>Organza</i></b>		<b><i>Charmeuse</i></b>	

Tejido ligero de seda o algodón, transparente y semirrígido, tiene un tacto suave y liso.		Es una tela suave y ligera, tiene un frente brillante y el posterior es opaco, es un tejido fino	
<b>Guipiur</b>		<b>Seda</b>	
Tejido de encaje de malla gruesa bordado sobre tul y con aplicaciones de pedrería.		Tiene una estructura plana y bastante flexible, con textura suave y ligera, tiene una excelente caída y se la considera un textil lujoso y elegante.	
<b>Tafeta</b>		<b>Satén</b>	
Esta tela es brillante, no se arruga fácilmente, tiene un tacto suave y sutil.		Se caracteriza por tener un brillo elegante, su tacto es suave y liso, es ligera por lo tanto tiene buena caída.	
<b>Malla</b>		<b>Popelina</b>	
Tela fina y delicada de tacto suave de ligera caída		Es una tela delgada, generalmente de algodón que se utiliza para forro de vestidos	

Elaborada por: Evelyn Carrera

### 2.1.4.3. Abalorios e insumos

Para los vestidos de gala existe una infinidad de adornos y apliques que se utilizan para decorarlos, de esta manera se le proporciona relieve a la prenda y mayor vistosidad lo cual la hace más llamativa dándole este toque de elegancia y lujosidad, cada detalle cuenta en un vestido muchos de estos abalorios son utilizados de forma manual para elaborar bordados lo cual hace que el costo de la prenda se eleve. Por otro lado, se tiene los insumos que son lo que ayudan a producir el producto final, para este tipo de prenda los insumos son delicados y tienen ciertas características debido al tipo de textiles que por lo general son más finos y frágiles.

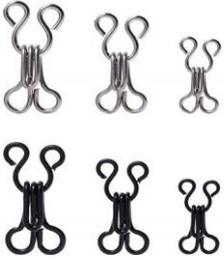
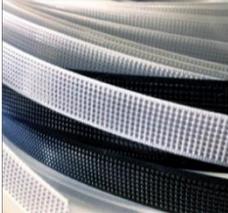
**Tabla 2.** Tipo de abalorios para vestidos de gala

<b>Abalorios</b>		
		
<i>Canutillos</i>	<i>Chaquirra checa</i>	<i>Chaquirón</i>
		
<i>Lentejuelas</i>	<i>Pedreria checa</i>	<i>Perlas</i>
		
<i>Cristales tornasol para coser</i>	<i>Cristales multicolor para coser</i>	<i>Swarovski</i>

Elaborada por: Evelyn Carrera

**Tabla 3.** Tipo de insumos para vestidos de gala

<b>Insumos</b>		
		
<i>Agujas de máquina 12/80</i>	<i>Hilo para coser</i>	<i>Agujas de mano</i>

 <p><b>Alfileres</b></p>	 <p><b>Cremalleras</b></p>	 <p><b>Botones</b></p>
 <p><b>Gafetes</b></p>	 <p><b>Corchetes</b></p>	 <p><b>Alamares</b></p>
 <p><b>Tela fusible</b></p>	 <p><b>Varilla</b></p>	 <p><b>Copas</b></p>
 <p><b>Crinolina</b></p>	 <p><b>Cola de rata</b></p>	 <p><b>Cautín para pegar pedrería</b></p>

Elaborado por: Evelyn Carrera

#### 2.1.4.3. Ocasión de uso de un vestido de gala

Varios son los eventos sociales aquellos de mucho realce que exigen cierta etiqueta en cuanto a la vestimenta femenina y, por ende, es obligado portar un vestido de gala donde la mujer trata de lucir su belleza y elegancia. Ser elegante es estar a la altura de cada ocasión por lo tanto es indispensable conocer el tipo de evento al que se va asistir, entre estos están las cenas de gala que tiene un carácter corporativo y donde los asistentes lucen sus mejores prendas. De igual manera están las ceremonias ya sea

una graduación, una quinceañera, una comunión o un bautizo los cuales son actos importantes y donde el código de vestimenta también prevalece.

Así mismo, uno de los eventos que más sobresale y donde las mujeres buscan tener sus mejores galas son las bodas ya que para este tipo de ceremonia existe una variedad de estilos, colores y diseños para lucir, con la excepción del color blanco ya que este es privilegio de la novia. Por último, uno de los eventos en donde más valor significativo tiene el vestido de gala es en los certámenes de belleza pues aquí se valora mucho la apariencia física a más de la inteligencia y, por ende, el vestido debe marcar sus atributos y su personalidad. Muchos diseñadores explotan al máximo su creatividad para realizarlos ya que este traje expone moda y tendencia en las pasarelas y mediante estos ganan un nombre en la industria.

#### **2.1.5. Cultura**

Según la Unesco la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo, es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones, el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo (UNESCO, 2017).

La cultura es lo que le da vida al ser humano, en ella se encuentran las tradiciones, fiestas, costumbres, saberes, creencias, vestimenta, moral, etc. de un pueblo o de una sociedad. La cultura aporta con el desarrollo de las capacidades intelectuales del hombre de la misma manera con lo espiritual ya que en la actualidad el término está ligado a un visón más humanista. La combinación de los elementos del pasado y las influencias actuales que se van presentando en la sociedad y su vez adoptando da como resultado la manera de cómo se compone la cultura (Molano, 2007)

### **2.1.6. Diversidad Étnica**

La diversidad étnica trata de la variedad de pueblos o etnias existentes en una determinada región de un país, cada uno de estos grupos poseen elementos y características propias como sus costumbres, tradiciones, gastronomía, lengua, religión, vestimenta, música, etc., que los hace únicos y que la diferencia de la sociedad. Esta diversidad se conceptualiza como una herencia ancestral de saberes y conocimientos que cuentan la historia natural de la vida y que abarca un conjunto de valores espirituales, simbólicos, estéticos, tecnológicos que han aportado a la historia de dicho pueblo o etnia (Aguirre, 2017)

Según (Almeida, 2007), el Ecuador ha contado con una exquisita diversidad étnica, a lo largo del país se puede encontrar una diversidad increíble de culturas, todas ellas con costumbres propias, muchas de ellas ancestrales que las hace diferente de las demás. Una etnia significa un colectivo humano que tiene una cultura común, o sea idioma, vestimenta, formas de enfrentar los problemas e idiosincrasia iguales y que se encuentran de un determinado territorio donde se enfrenta en una posición de desventaja ante una cultura jerárquicamente mayor que tiene más poder que ella dentro de la circunscripción territorial en la que cohabitan.

#### **2.1.6.1. Pueblos y Nacionalidades del Ecuador**

De acuerdo (Unda, 2016) director del Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), existen en el país 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas, por ende, es necesario conocer la diferencia entre nacionalidad indígena y pueblo indígena.

**¿Qué es una nacionalidad indígena?** Es un conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado ecuatoriano, que se autodefinen como tales, que tienen una identidad histórica, idioma, y culturas comunes, que viven en un territorio determinado mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica, jurídica, política y ejercicio de autoridad.

**Tabla 4.** Nacionalidades indígenas

Costa	Amazonía	Sierra
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awa</li> <li>• Chachis</li> <li>• Épera</li> <li>• Tsa'chila</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achuar</li> <li>• Andoa</li> <li>• Cofán</li> <li>• Huaroní</li> <li>• Secoya</li> <li>• Shiwiar</li> <li>• Shuar</li> <li>• Siona</li> <li>• Zápara</li> <li>• Kichwa (Amazonía)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kichwa (Sierra)</li> </ul>

Fuente: (CARE, 2016)

**¿Qué es un pueblo indígena?** Se definen como las colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y lega (CARE, 2016).

**Tabla 5.** Pueblos indígenas

Sierra	Costa	Amazonía
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chibuleo</li> <li>• Cañari</li> <li>• Karanki</li> <li>• Cayambi</li> <li>• Kisapicha</li> <li>• Kitukara</li> <li>• Panzaleo</li> <li>• Natabuela</li> <li>• Otavalo</li> <li>• Purwá</li> <li>• Palta</li> <li>• Salasaka</li> <li>• Saraguro</li> <li>• Waranka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huancavilca</li> <li>• Manta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secoya</li> <li>• Siona</li> <li>• Cofán</li> </ul>

Fuente: (CARE, 2016)

### 2.1.7. Nacionalidad Tsa'chila

El pueblo indígena Tsa'chila, conocido por el termino castellano de *Colorados* por su costumbre de pintarse el cuerpo y el cabello de color rojo con achiote, viven en una región de montaña baja y clima subtropical en el cantón Santo Domingo de los Colorados, al sureste de la provincia de Pichincha, su idioma es el Tsáfiqui que significa verdadera palabra. Su economía se basaba en la agricultura itinerante, la caza, la pesca y la recolección. Actualmente los Tsa'chilas participan de la economía del mercado mediante la comercialización del plátano, café y cacao, así como la medicina tradicional con fines comerciales, siguen practicando la pesca como principal actividad de subsistencia y en menor medida la caza (Juncosa & Ventura, 2000)



**Imagen 8.** Familia Tsa'chila

**Fuente:** (Enciclopedia del Ecuador, s.f)

#### 2.1.7.1.Historia

Son pocas las certezas en cuanto al pasado de los Tsa'chilas, las primeras referencias a un grupo indígena al que llamaron *Colorados*, los sitúan en una reducción de los Jesuitas en 1590 en Angamarca, por donde habrían habitado hasta comienzos del siglo XVIII. Tanto Pedro Vicente Maldonado, Coleti, Alcedo y Hervás se refieren a dos grupos de *Colorados* unos en Santo Domingo y otro en Angamarca (Ventura, 1997)

La población Tsa'chila, según algunos autores, habría alcanzado la cifra de hasta 30.000 habitantes en los inicios de la Colonia, a principios del siglo XVII sufrió una disminución debido a diversos factores, siendo afectada por varias enfermedades como la difteria, la fiebre amarilla y la viruela (Ventura, 1997). En busca de ayuda los curanderos (*ponés*) probaron con varios infusiones de hierbas pero las enfermedades

no desaparecían, por ello, deciden consultar a sus Dioses los cuales los guiaron hasta los arboles de achiote se lo colocaron por todo el cuerpo y así se curaron, desde entonces como símbolo de vida se pintan la cabeza de achiote (El comercio, 2017)



**Imagen 9.** Historia Tsa'chila

**Fuente:** (Enciclopedia del Ecuador s.f)

### **2.1.7.2.Ubicación geográfica**

Actualmente esta nacionalidad está ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsa'chilas, en el cantón Santo Domingo. Su territorio es aproximadamente de 9060 ha y su población según el censo realizado en 1997 es de 2640 habitantes actualmente cuenta con 2956 habitantes que se encuentra agrupada en ocho comunidades: Cóngoma, Los Naranjos, El Búho de los Colorados, El Poste, Peripa, Chigüilpe, Otongo Mapalí y Filomena Aguavil (Tahuaza), esta última se ha perdido por la invasión de blancos mestizos que lograron romper con el sentido comunitario de sus pobladores, logrando privatizar las tierras (CONAIE, 2014).

### **2.1.7.3.Organización política y social**

Su organización social se centraba a partir de las familias extensas dispersas bajo la autoridad de un jefe, muy a menudo el chamán. Los Tsa'chilas contemporáneos están organizados políticamente como Gobernación Tsa'chila y dividen su territorio en comunas para asegurar la protección de sus tierras (Ventura, 1997).

Los Tsa'chilas tiene dos formas de organización, en primer lugar, está el Cabildo, esto corresponde a una organización establecida por el estado y por otro lado se encuentra la autoridad denominado *miya* (jefe), tiene la responsabilidad de preservar una lucha y defensa de la identidad y la cultura de la comunidad. Es por tal motivo que ante los demás es considerado como un guía tanto espiritual como social y político. Así mismo es una persona representativa que se encarga de salvar lo que sería la memoria colectiva y conservar a través de los años el saber del pueblo.

#### **2.1.7.4. Vestimenta Tsa'chila**

##### **2.1.7.4.1. Femenina**

Las mujeres utilizan la *tunán* una falda de colores que representa el arcoíris, el largo depende de la edad, el pañuelo que se utiliza para cubrir el dorso se denomina *kachi donum* este por lo general son brillantes y de colore llamativos, cabe resaltar que en la antigüedad las mujeres tenían su dorso descubierto. Entre los adornos esta la *bitadé* o manilla fabricada de abalorios multicolores, también el *bípode* o collar es uno de los más complicados que distingue a las mujeres Tsa'chilas este accesorio esta realizado con pepas de San Pedro, huesos de aves o animales, semillas y mullos. En cuanto al cabello lo llevan suelto y lo adornan con cintas de colores, decoran su cuerpo con rayas horizontales más delgadas (Quezada, 2014).



**Imagen 10.** Vestimenta femenina

**Fuente:** (Prado, 2018)

#### 2.1.7.4.2. Masculina

En la vestimenta del hombre una de las prendas principales es la falda corta de nombre *manpe tsanpá*, en el castellano llamada chumbillina con rayas horizontales de color azul y blanco, el *sendori* que complementa a la falda, es una faja larga de color rojo que se sujeta a la cintura, el *panu* es un pedazo de tela de algodón o de seda con colores llamativos que se lo coloca sobre el hombro izquierdo. En cuanto a los adornos está el *mishili* que es una especie de coronita de algodón colocada en la cabeza y lo conoce como el tocado del indio colorado, adornan sus muñecas con la *kalateshili* es un pulsera de plata maciza de unos 6 a 7cm de ancho, decoran su cuerpo con rayas horizontales de color negro con *huito o mali* en el tórax, cara, brazos y piernas, se ubican el *mu* achiote en el cabello (Quezada, 2014)



**Imagen 11.** Vestimenta masculina

**Fuente:** (Prado, 2018)

#### 2.1.7.5. La vestimenta Tsa'chila y su significación

La información sobre la significación de la vestimenta Tsa'chila ha sido tomada del proyecto de investigación de (Prado, 2018). La autora ha realizado una ardua recopilación de datos mediante entrevistas profundas a los habitantes de las 5 comunidades Tsa'chilas de la provincia, así mismo realizó un levantamiento fotográfico de toda la indumentaria la cual es de gran aporte para el desarrollo del presente proyecto.

Tabla 6. Vestimenta femenina

---

---

## VESTIMENTA FEMENINA

---

---



### **Tunan (falda multicolor)**

Prenda rectangular semi armada en colores llamativos, cómoda, que se lleva sobre el alto de las rodillas y sirve para cubrir la parte inferior del cuerpo.

**Significación:** es la representación de *shuyun* arcoíris en todo su resplandor en el cielo, también comparado con la alegría, elegancia y brillo que refleja la mujer Tsa'chila.



### **Panó Kachi Donan (cubre pecho)**

Imita a una blusa suelta con escote en V y se utiliza para cubrir los pechos, esta prenda es decorada con flecos, su base textil es brillante y sintética. Su largo esta entre los 8 y 12 cm más debajo de la cintura.

**Significación:** El color blanco simboliza la paz y tranquilidad de los Tsa'chilas. El color rojo es símbolo de Dios *Pipoa* o crepúsculo del atardecer.



### **Panú Onun (Capa corta)**

Prenda suelta que cae sobre la espalda cubriéndola y protegiéndola del clima, se la realiza en un textil brillante con lentejuelas y sus colores varían.

**Significación:** El color rojo es el símbolo de la conexión con el Dios *Pipoa* (Sol rojo), celeste representa al cielo, el azul la fuerza y el verde la vegetación

---

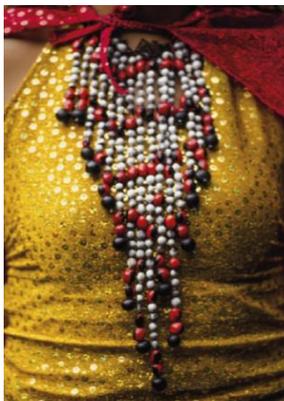
---



### **Shinta (Cintas de colores)**

Complemento del vestuario usado en la cabeza, es una especie de diadema con cintas de colores de diferentes tamaños, van acorde con el largo del cabello de quien lo porte.

**Significación:** Los colores lucen como contraste del arcoíris en conjunto con el tunán, en representación de alegría y desenvolvimiento de la mujer Tsa'chila.



### **Win (Collar)**

Accesorio en forma de V o cascada, está elaborado en semillas naturales como las pepas de san pedro, shilato y huaruro. Es un accesorio que adorna la vestimenta y es de uso cotidiano.

**Significación:** Las semillas de color rojo son protección de malas energías y auras. Las demás semillas son para la absorción de malas energías. El color rojo significa salud o vida.



### **Win'tede (Pulsera)**

Accesorio de las muñecas que se lleva en ambas manos, son de diferente color y se las realiza en semillas naturales y mullos, son de uso frecuente y adornan el indumento.

**Significación:** Las semillas o mullos de color rojo en la mano derecha son para protección de las malas energías y auras.



### **Mali wito (Pintura corporal)**

Se presentan líneas horizontales, puntos y figuras en el rostro y brazos adornando el cuerpo.

**Significación:** Las rayas horizontales son en representación de los caminos recorridos por sus antepasados. Los puntos es la representación de los recuerdos. Las figuras representan a los diferentes astros en los que ellos creen como el sol, estrellas, luna, entre otros. De forma general significa protección de enfermedades; el retraso de la muerte

---

---

**Fuente:** (Prado, 2018)

Tabla 7. Vestimenta masculina.

---

---

## VESTIMENTA MASCULINA

---

---



### Manpe Tsampá (Falda bicolor)

Pieza rectangular, holgada y recta tejida en franjas de 2 colores y 2 tamaños con un, el largo de la prenda es sobre la rodilla y cubre la parte inferior del cuerpo.

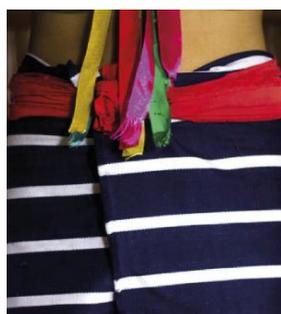
**Significación:** Los colores son usados en representación de animales como: tigre o tigrillo, *tsa pini*. También es símbolo de: contacto con la naturaleza, fortaleza, rapidez y agilidad en la cacería, el color blanco significa pureza y paz; el color oscuro significa seguridad y protección.



### Panú onun (Manto)

Tela de forma rectangular usada como cobertor sobre la espada o el hombro, su uso es frecuente en las actividades diarias por lo q no es incomoda.

**Significación:** No tiene ningún símbolo específico, pero si se usan colores de flores silvestres, como: la flor de clavellín.



### Sendori (Faja)

Es una tira rectangular que se emplea como faja alrededor de la cintura, mide de 2 a 3 m de largo por 15cm de ancho y su color es rojo.

**Significación:** Refleja poder, fuerza, además, el color rojo simboliza al Dios *Pipoa* o crepúsculo del atardecer; a la vez, se relaciona con la mu, símbolo de sanación o vida.



### Win (collar de semillas o huesos de animales)

Accesorio largo que llega hasta el abdomen, realizado con semillas y huesos, sus formas son orgánicas ya sea redondas ovaladas, en punta y sus colores son diversos, rojo, negro, café, beige, blanco y gris.

**Significación:** Se deriva de las propiedades de las semillas protección, poder, fuerza y energía de la naturaleza.

---

---



### **Panú Winnun (Corbata)**

Es un adorno parecida a una corbata, elaborada con telas satinadas en diferentes colores llamativos a la cual se le adhiere cintas de colores.

**Significación:** Los colores tienen la representación de algún elemento de la naturaleza o del arcoíris. El color blanco es símbolo de pureza.



### **Kalátachili (Pulsera)**

Accesorio de plata pura en forma cilíndrica utilizado en ambas manos. Tiene una dimensión de 6 a 10 cm, denota la fuerza del hombre Tsa'chila.

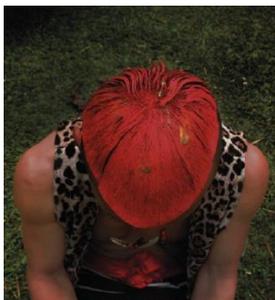
**Significación:** Protección y fortalecimiento. Cuando un Tsa'chila está enojado choca pulsera con pulsera para emitir sonido.



### **Malí wito (Pintura corporal)**

Efectuada con rayas horizontales, inclinadas y zigzag finas y gruesas además se aprecian figuras de la naturaleza, se realiza con pintura natural llamado malí y tiene una duración de 12 días

**Significación:** Fortalecimiento del cuerpo, protección de enfermedades y malas energías.



### **Mu (Pintura del Cabello)**

El corte de cabello tiene aspecto de visera donde se aplican una pasta de achiote elaborada por lo Tsa'chilas.

**Significación:** Es símbolo de sanación, salud y vida, se inició a pintar el cabello después de la enfermedad de la viruela, la misma que terminó con la vida de varios Tsa'chilas.

---

---



### **Mishilí (Corona)**

Es una especie de corona elaborada con algodón, tiene una forma de circunferencia que se coloca sobre la cabeza y que se adhiere a la pasta de achiote

**Significación:** Símbolo de conocimiento o de sabiduría. El *mu* y *mishilí* juntos es la insignia de paz y armonía con la naturaleza.

---

---

**Fuente:** (Prado,2018)

## **2.2.Marcas referentes**

### **2.2.1. Alejandro Carlín**



ALEJANDRO CARLÍN

Alejandro Carlín nació en la ciudad de México finales de los 70's. Su gusto por la moda lo demostró desde joven y en 1999 se fue a estudiar Diseño de Modas y Patronaje en el Instituto Marangoni de Milán, Italia; en el 2003 decidió complementar sus estudios con un Diplomado de Diseño de Modas Experimental que cursó en la Central Saint Martins de Londres, estudios que lo ayudaron a explotar su creatividad. En el mismo año regresa a México y crea su propia marca "*Lola de Alejandro*" con la cual se lanza al mercado nacional e internacional, siendo una propuesta de piezas básicas convertidas en moda, la línea se enfoca en una mujer moderna y actual que gusta de prendas elegantes, prácticas y de diseñador. Para el 2011 nace la marca Premium "*Alejandro Carlín*" donde el lujo, la exclusividad y el glamour son los elementos básicos de esta línea.

El prestigioso diseñador cuenta con una trayectoria larga y reconocida que se encuentra en constante ascenso, pues su éxito se debe a que sus diseños reflejan originalidad y estilo propio ya que sus creaciones se reinventan cada temporada, para ello realiza una investigación ardua, analiza tendencias, siluetas y busca inspiración ya sea en épocas, cultura, sucesos, etc., para que su producto sea diferenciado del resto. Varias son las razones por la que sus productos son tan apetecibles, el tipo de tejido utilizado es completamente natural excluyendo lo sintético pues la comodidad es

importante en su marca, así mismo busca la perfección, la correcta confección y los buenos acabados en las prendas. De esta manera viste a una mujer elegante, femenina y glamurosa donde cada corte y diseño plasma la necesidad de realzar los atributos y la silueta femenina

Varias son las estrategias para su reconocimiento pues ha participado en pasarelas como Colombia Moda, International Designers México, Fashion Week México, Fashionista de MTV, SIMM (Semana Internacional de La Moda en Madrid), SKYY Fashion Travel o Sony México Top Model, así mismo, ha vestido a la primera dama de México Angélica Rivera y a varias famosas mexicanas y extranjeras, las redes sociales son otro factor para promocionarse. Busca la internacionalización y lograr concretar más puntos de venta en México, cuenta con tiendas online para poder distribuirse de manera más rápida a nivel mundial.



**Imagen 12.**Pasarela

**Fuente:** (Villaseñor, 2018)

### 2.2.2. Ana Torres



Ana torres nacida en Córdoba lleva tres décadas en el mundo de la moda, su profesionalismo la han consolidado en el mercado nacional e internacional siendo una de las firmas de referencia en el mundo de los trajes de novia y de fiesta. Ha sido galardonada con numerosos premios como el prestigioso Dedal de Oro de la moda española, la Medalla Europea del Mérito al Trabajo, así como con el premio de la revista “Estilo y Moda Magazine” a la labor empresarial en el mundo de la moda. La

firma presenta sus colecciones en las pasarelas más importantes de moda nupcial y participa en prestigiosos certámenes de moda como son Barcelona BridalWeek, la Semana Internacional de la Moda de Madrid y Sposaitalia de Milán, habiendo participado también en CPD de Düsseldorf, Alemania, Cibeles Madrid Novias o Fira dos Novios en Lisboa, Portugal.

Sus creaciones se han caracterizado por tener un estilo elegante y sofisticado que apuestan por la innovación con renovadores diseños cada uno elaborado con tejidos de calidad ya que la comodidad es prioritaria y buenos acabados, así mismo se adaptan a cualquier mujer que desee lucir su belleza y distinguirse del resto. Su clientela la prefiere ya que como diseñadora brinda un excelente asesoramiento vistiéndolas de manera correcta según la ocasión y su fisionomía. La marca tiene una gran aceptación no solo en el mercado español si no que se comercializa en diferentes países como Francia, Grecia, Portugal, Italia, Alemania, Arabia Saudita, Kuwait, Jordania, Emiratos Árabes, Estados Unidos, Panamá y México, entre otras.



**Imagen 13.**Ana torres

**Fuente:** (Padilla, 2018)

### 2.2.3. **Rapsodia**

Rapsodia nace en agosto de 1999 en Buenos Aires, Argentina, de la mano de Josefina Helguera y Sol Acuña quienes pensaron crear una marca que saliera de los estándares minimalistas de los 90's y se arriesgaron por un concepto lleno de colorido. Desde sus orígenes, Rapsodia crea una impronta propia y distinta con mucha coherencia en todos sus productos, en la decoración de sus locales y en su comunicación, logrando acercarse a un público femenino específico. Su estilo

bohemio, romántico y Rocknrolero recrea una propuesta que fusiona variedad de estampados, colores y texturas, de esta forma la marca permite a cada mujer encontrar su estilo en una indumentaria colorida y atractiva.

Lo interesante de esta marca y lo que la distingue es que sus colecciones se encuentran inspiradas en diferentes culturas, décadas, arte, músicas, etnias, viajes creando una identidad propia. El mensaje de la marca es claro, está pensado para un público específico en este caso mujeres que les gusta el arte, leer, estar en contacto con la naturaleza que tiene un espíritu libre e intelectual que prefieran calidad y diseños exclusivos. Actualmente cuenta con tiendas en países como Chile, México, Paraguay, Uruguay y Colombia, hace un impecable trabajo de fidelización, puesto que agasaja a sus clientes en eventos como festivales de música, actividades y cocteles pensados exclusivamente para el público femenino fanático de la marca.



**Imagen 14.** Rapsodia

**Fuente:** (Vela, 2017).

## **2.3.Visionario**

### **2.3.1. Christian Dior**



Nace en Granville en 1905, fue un modisto francés que provino de una familia burguesa y tras la quiebra de su empresa familiar se convierte en dibujante de modas para Agnés y Schiaparelle. En 1946 fundó su propia firma de alta costura en París la

misma que lleva su nombre y que en la actualidad sigue siendo una de las marcas más representativas del mercado de lujo. Dior impulso su negocio a varios países y diversifico sus productos a otros segmentos logrando alcanzar un grande éxito. El diseñador francés ha marcado hitos históricos como el cambio que le dio al rostro de la moda en 1947 con su estilo llamado New Look enfocado a una mujer de cintura fina y falda amplia devolviéndole la elegancia y la feminidad que había caído tras la Segunda Guerra Mundial, fue el más prestigioso diseñador, sus líneas elegantes y escultóricas influirían en las mujeres y diseñadores durante décadas.

La casa Dior es una de las más respetables en el mundo de la moda, como empresa trascendió fronteras ya que se expandió por varios países del mundo abriendo tiendas y presentando sus colecciones en las más prestigiosas pasarelas, así mismo su marca tiene diversas líneas como alta costura, perfumería, cosméticos, joyería, moda, vinos, entre otros. Tan grande es el legado de su firma que ha formado parte del vestuario de muchas películas, tiene el honor de seguir vistiendo a distintas personalidades del espectáculo, la política y la realeza entre ellas destaca la princesa Diana de Gales. Esta firma hasta hoy en día mantiene su éxito conservando los pilares de elegancia con la cual fue fundada, Dior sabe cómo dominar la industria de la moda y el mundo digital pues con este medio ha generado millones de dolores a la industria.



**Imagen 15.** Christian Dior

**Fuente:** (Chiuri, 2018)

## **CAPÍTULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1. Análisis Externo**

##### **3.1.1. Análisis PESTEL**

Para el desarrollo de un plan empresarial se ve la necesidad de analizar el entorno macroeconómico con la finalidad de conocer cuáles son las oportunidades y amenazas que se pueden presentar en una empresa. El análisis PESTLE es un plan estratégico que estudia aquellos sectores que no dependen directamente con la empresa si no a sus contextos como lo político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Mediante este análisis se puede conocer las ventajas competitivas dentro del mercado y prevenir los efectos negativos del mismo para el proyecto a desarrollarse.

##### **3.1.1.1. Entorno político**

Para el desarrollo del proyecto es importante analizar los diferentes cambios políticos y legislativos que se dan en un determinado gobierno ya que estos a su vez, pueden ser de beneficio o afectar al desarrollo empresarial. De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo en el objetivo N°5 plantea: impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria objetivo que busca una producción nacional con alto valor agregado, diversificada, inclusiva y responsable tanto en lo social como en lo ambiental (Plan nacional de desarrollo, 2017)

Dentro de este objetivo se plantean políticas y lineamientos estratégicos los cuales giran en torno al proyecto, como la de generar trabajo y empleo digno fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas, así mismo promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación. Por último, promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la

transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, para impulsar el cambio de la matriz productiva.

La Cámara de Comercio de Guayaquil proclamó que en el año 2015 la economía ecuatoriana entro en recesión, factores como la apreciación del dólar y la caída del precio del petróleo contribuyeron al deterioro de la economía ocasionando una pérdida de competitividad, por esta razón el Gobierno implementó una serie de medidas para restringir la salida de divisas e impuso salvaguardias a las importaciones del 7% y 21% a Perú y Colombia. Debido a estas medidas el gobierno tuvo una recaudación de más de \$1,640 millones en total sin embargo no se tomó en cuenta los efectos negativos en el nivel de vida de los ciudadanos, la capacidad de producción de las empresas se redujo ante la escasez de bienes de capital importados ya que Ecuador, no produce suficientes bienes de capital, por lo que es imperativo que las empresas puedan importar para poder producir eficientemente (Briones, 2018)

Para la producción nacional dentro del sector textil, se han planteado políticas para ofrecer varias oportunidades para poder fortificar este sector y de esta manera contribuir con el cambio de la matriz productiva. El gobierno ha establecido convenios directos para la obtención de financiamientos con el banco del Pacífico, el BIESS, Corporación Financiera Nacional y BanEcuador. Así mismo, promover el producto nacional y que este sea consumido y valorado lo realizan mediante la campaña primero ecuador a cargo del ministerio de industria y productiva y el ministerio de producción, empleo y competitividad (Torres, 2016)

Muchas de las medidas políticas del Ecuador son positivas para el proyecto, como evitar la salida de divisas, de esta manera el producto ecuatoriano puede ser consumido y valorado por el consumidor apreciando lo hecho en el país. Los aspectos negativos también se hacen presentes, ya que en el sector de la moda las medidas arancelarias afectan a la importación de materia prima, lo cual dificulta en mucho de los casos una producción de variedad y calidad. Por ende, el gobierno debe centrarse al control del contrabando, el aumento de las exportaciones y reducir costos en materia prima para dar una mejor competitividad.

### **3.1.1.2. Entorno económico**

Las Pymes en el Ecuador desempeñan un rol fundamental puesto que generan fuentes de empleo a los ciudadanos y dinamizan la economía mediante las aportaciones a la producción nacional y a la adaptación de nuevos cambios ya sea tecnológicos o sociales. Debido a su importancia estas suelen ser financiadas por fondos propios o créditos bancarios, sin embargo, es difícil acceder a este tipo de créditos debido a que muchas Pymes no alcanzan a cumplir con los altos estándares de garantía y los múltiples requisitos que solicitan las instituciones financieras (Delgado & Chávez, 2018).

La industria textil en el Ecuador constituye una fuente sustancial generadora de empleo lo cual contribuya al crecimiento del sector manufacturero según estimaciones de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), la industria genera 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas, constituyéndose como el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea. Este sector es fundamental para el desarrollo social, productivo y económico del país aportando con más de 1.040 millones de dólares al PIB nacional (AITE, 2016).

En el Ecuador la producción de materiales textiles, prendas de vestir y artículos de cuero para los años 2009, 2011 y 2013 tuvo un crecimiento que superó el 6% anual de igual forma también se presentaron decrecimientos de -7,7 y -6,5% en el 2012 y 2016. Estas variaciones han afectado a las empresas que producen este tipo de bienes, tanto la competencia externa como por las medidas de restricción comercial que afecta al sector dada la necesidad de insumos. Este sector cubre a la demanda existente en el mercado interno, pero también se orienta a los mercados externos y en el 2016 las exportaciones de producción fueron de USD 81,26 millones resultado de un año complejo, el mayor monto exportado se dio en el 2010 (EKOS, 2018)

El contrabando en el Ecuador es uno de los factores que más afecta a la economía del país y al sector textil, esto se debe a los altos costos internos ya que confeccionar ropa en el Ecuador es caro frente a los competidores asiáticos y centroamericanos, por ende, el consumidor se ve atraído por mercadería ilegal ya que sus costos son baratos. El costo de la mano de obra es una de las razones para que la producción sea cara, la mano de obra representa entre 30 % hasta un 70 % del precio

de la prenda de vestir, todo depende de lo complejo que es la confección. Según un estudio comparativo de la AITE entre el 2015 al 2018 un 64% de prendas de vestir y un 51% de telas ingresan subdeclaradas al país afectando al sector textil y a su vez al estado (Zambrano, 2019)

### **3.1.1.3. Entorno social / cultural**

Según el INEC el crecimiento de la población anual tuvo un crecimiento del 2% lo que corresponde alrededor de 300.000 nuevos ecuatorianos factor que va en contra con la economía del país generando un incremento de desempleo. Para Carlos Loaiza socio de consultoría de PWC Ecuador explica que este crecimiento hace del Ecuador un país pobre (Tavra, 2018). Este tema ocurre a nivel mundial y uno de los mayores retos es controlarlo, ya que este fenómeno trae complicaciones sociales y de inversión para las autoridades. En el Ecuador se busca estrategias para poder reducir el índice de crecimiento y fortalecer a futuro los presupuestos de gasto de los organismos estatales (Tavra, 2018)

Durante el censo 2010 los datos del INEC arrojaron una nueva realidad social ecuatoriana, ya que el país ha evolucionado en términos de equidad de género, pues las diferencias en acceso a educación, empleo y tecnología entre hombres y mujeres ha disminuido. Así mismo, ha provocado mejoras en acceso de oportunidades, reducción de matrimonios y de número de hijos por hogar. La mujer tiene un rol más activo en la economía y la vida social del país, alejándola del modelo clásico de ama de casa con menores niveles de educación y a cargo del cuidado de niños. La población económicamente activa en el 2010 estuvo compuesta por 6,1 millones de personas, de los cuales el 36,8% fueron mujeres.

Las condiciones de vida de las ecuatorianas han dado un cambio rotundo, pues muchas de ellas ya no son dependientes, sino mujeres trabajadoras y con poder adquisitivo que les permite tomar decisiones propias al momento de comprar. Por esta razón el mercado de la moda ecuatoriana ha tenido un mayor crecimiento y ha empleado estrategias de compra, una de ellas el uso de las redes sociales como Instagram, Pinterest o Facebook donde dan a conocer su producto para que este se adquirido, de esta manera brindan facilidad de compra al mercado femenino y por ende el consumo es mayor en internet (Alvarado A. , 2015)

#### **3.1.1.4. Entorno tecnológico**

Las empresas en la actualidad tienen un nivel de competencia acelerado, de manera que son obligadas a estar en constante innovación y por ende invierten gran parte del capital en la tecnología ya que esta, facilita los procesos de producción con mayor rapidez, existe mayor eficacia en la mano de obra abaratando los costos de producción. Los avances tecnológicos ayudan al crecimiento y al desarrollo industrial, beneficiando la competitividad. En el Ecuador el gobierno conoce la importancia de la tecnología, por ello en el Art. 334 de la Constitución establece que se debe Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción (González & Romero, 2018)

La fabricación de prendas de vestir en el Ecuador ha tenido avances tecnológicos significativos ya que se presenta una variedad de maquinaria para la confección. Hoy en día el mundo computarizado facilita el trabajo del operario, pues en el mercado existen máquinas dedicadas a coser, perfilar y cortar en un solo paso, así mismo bordadoras capaces de realizar cualquier diseño en cuestión de minutos sobre una base textil, estampadoras que en cuestión de segundos plasman una imagen nítida en la prenda, de igual manera se ha desarrollado planchas industriales para buenos acabados en las prendas. Estos son algunos recursos tecnológicos que agilitan el proceso de producción y a su vez permiten responder a las exigencias del mercado.

Las redes sociales y las APP son de gran ayuda y beneficio para el proyecto, ya que, mediante estas, se puede dar a conocer el producto realizado y llegar en cuestión de minutos a un gran número de personas. Las aplicaciones son un medio de comunicación masivo y en la actualidad es la mejor manera de hacer publicidad a un producto. Son tantas las opciones que ofrecen al consumidor que mediante un clic logra que la compra sea rápida, fácil y cómoda, así mismo fideliza a los clientes y ayudan a la generación de ingresos económicos.

#### **3.1.1.5. Entorno ecológico**

En el Ecuador preservar la naturaleza y cuidar del medio ambiente son factores indispensables para el desarrollo de la humanidad, es por ello que se han establecido programas, proyectos y políticas que ayuden a su cumplimiento. En el Plan Nacional de Desarrollo uno de sus objetivos es garantizar los derechos de la naturaleza para las

actuales y futuras generaciones, donde se ha establecido el derecho de vivir en un ambiente sano por ende plantea fortalecer el desarrollo sostenible e implementar políticas que promuevan la conservación del patrimonio natural, mediante buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la mitigación y adaptación a los efectos del cambio climático. Así mismo dictamina promover la producción y consumo ambientalmente responsable, con base en los principios de la economía circular y bio-económica, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada (Plan nacional de desarrollo, 2017).

Las universidades del país también dan la iniciativa de proteger y cuidar al medio ambiente, como el caso de los estudiantes de la Universidad Central y su club ecológico. Dos emprendedores de este club realizaron diseños de vestidos y accesorios con materiales reciclados para ser presentados en una pasarela y demostrar a las empresas ecuatorianas que todo material puede ser reutilizado. Varios fueron los materiales como fundas plásticas, llantas, sacos de yute, ropa usada, manteles que se transformaron en vestidos de gala y chaquetas, así mismo tapas, alambre, botones, piedras se utilizaron para realizar bisutería. El mensaje de estos jóvenes diseñadores fue claro y demostraron que mediante la reducción, reutilización y reciclaje de residuos se logra productos innovadores y creativos.

El presente proyecto gira entorno a la protección y cuidado del medio ambiente, es por ello que toma en cuenta para futuras proyecciones las diferentes tendencias ecológicas en la moda, una de ellas es el cero desperdicio cuya finalidad es aprovechar al máximo el tejido textil evitando desperdiciarlo. Por otro lado, se encuentra la reutilización, ya que en la producción de vestidos los sobrantes de tela tienen un mayor porcentaje, es por ello que surge la necesidad de reutilizarlos en la elaboración de otro producto de moda de esta manera se aprovecharía al máximo los textiles y no se generarían desechos en el ambiente.

#### **3.1.1.6. Entorno legal**

La (Constitución Política del Ecuador, 2012) en el título II, sobre los derechos, sección octava establece que:

Art. 34.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las

personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

En el capítulo sexto sobre trabajo y producción menciona Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

Dentro del código de trabajo los artículos que debe tomar en cuenta para el desarrollo del presente trabajo es el art. 42.- obligaciones del empleador:

- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código.
- Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo.
- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.

Art. 45.- Son obligaciones del trabajador:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo.
- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.

Para todo tipo de emprendimiento empresarial es necesario el registro de una marca y en el Ecuador esto se lo realiza por medio del Instituto Ecuatoriano de la

Propiedad Intelectual, esta institución otorga los derechos de exclusividad y mientras la marca no se registre puede ser utilizada por cualquier persona o entidad. Varias son las ventajas del registro como la protección de la marca en el Ecuador y los países vecinos como Perú, Colombia y Bolivia.

### **3.1.2. Tendencias de consumo**

El conocer y reflexionar sobre las tendencias es uno de los procesos informativos claves para determinar estrategias al ofrecer un producto, así como conocer el estilo de vida y el comportamiento de los consumidores. Estar al tanto de lo que pasa en la actualidad es fundamental ya que los factores económicos, culturales, creativos, sociales, tecnológicos están en constante evolución y por ende es necesario estar al tanto de las necesidades y deseos del consumidor. Unos de los ejemplos que se puede visualizar hoy en día, tanto en los países desarrollados como en América Latina es que la moda en la actualidad está al alcance de casi todo el mundo y ya no pertenece a cierto grupo con poder adquisitivo. Esto se debe a que el momento actual está inmerso a un mundo digital donde las necesidades del usuario se las satisface mediante la visualización de pantallas (Shaw & Koumbis, 2014)

El informe "Tendencias Consumer 2019" elaborado por el Área de Consumer Engagement de (LLorente & Cuenca, 2019), revela las claves del comportamiento del consumidor las cuales se ha optado por aquellas que va acorde al tema.

#### **3.1.2.1. Consumidor Mestizo**

Se trata de un consumidor que reclama su identidad a través del consumo de productos y servicios que confieren originalidad y autenticidad. Esta tendencia nace ante la pérdida de la individualidad provocada por los rápidos efectos de la globalización ya que el mundo se dirige hacia una homogenización social y cultural, además por la lenta comprensión del concepto de diversidad. La tendencia es muy atractiva para jóvenes que desean exaltar su propia experiencia cultural y experimentar con lo novedoso y creativo, ya que aquí surge una mezcla de varios géneros y conceptos con la finalidad de que el consumidor tenga su propia personalización (LLorente & Cuenca, 2019).

### **3.1.2.2.Rethink Social**

Mantenerse en la vanguardia tecnológica es prioridad del consumidor actual, es por ello que en los hábitos de compra hacen uso de la tecnología ya que le proporciona variedad y rapidez, siendo una de las maneras más directas que tienen las marcas para interactuar con el consumidor. En la actualidad el día a día de los seres humanos es estar rodeado de dispositivos tecnológicos que proporcionan información y que cada día el consumidor depende de estos, se produce un aislamiento social dando un consumo masivo de tecnología elimina el contacto personal (LLorente & Cuenca, 2019).

### **3.1.3. Segmentación del mercado potencial**

El presente proyecto se enfoca a una de las generaciones conocida como Y o millennials quienes son nacidos en entre 1980 y 2000. Un millennial es aquella persona realista, enérgica, tecnológica y que le gusta asumir riesgos, son creativos e inteligentes y tienen como valor el cuidado del medio ambiente. Estos ciudadanos tienen grandes aspiraciones en lo académico y en laboral buscan un salario justo, crecimiento profesional y un buen ambiente laboral, así mismo tienen espíritu emprendedor.

#### **3.1.3.1.Variable Demográfica**

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 25 a 35 años

**Estado civil:** Soltera o casada

**Ingresos:** Según el tipo de trabajo

**Nivel de educación:** Superior

**Clase social:** Media alta

#### **Variable Geográfica**

**Continente:** América

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Santo Domingo de los Tsa'chilas

**Cantón:** Santo Domingo de los Colorados

**Zona:** Urbana

**Clima:** Lluvioso tropical

### **3.1.3.2. Variables Psicográficas y Conductuales**

**Personalidad:** es un consumidor independiente, capaz de tomar decisiones propias, entusiasta, competitivo y que cuidan de su imagen personal por ende son impecables y cuidan cada detalle.

**Estilo de vida:** mujeres activas que buscan nuevas opciones para su formación académica y profesional, se preocupan por una estabilidad laboral, tienen excelentes relaciones sociales sin dejar de lado a la familia. En cuanto a la alimentación tienen más conciencia de lo saludable sin embargo no lo involucran en su dieta. A la hora de vestir cuidan detalladamente sus prendas y accesorios ya que les preocupa lo que otras personas vean en ellas y se atreven a combinar nuevas opciones en vestimenta. Saben diferenciar muy bien lo masculino y lo femenino pues lo resaltan en el tipo de siluetas que llevan en sus prendas, a la hora de comprar se fijan mucho en la calidad, la comodidad y la variedad de productos.

**Intereses:** valoran su entorno familiar y social del cual buscan la aceptación, se interesan por el buen gusto y la etiqueta, aunque no la mantienen con rigor; la tecnología es una de sus mejores aliadas ya que se deja influenciar por todo lo nueva que va ocurriendo.

**Gustos:** explorar, viajar y conocer nuevos lugares son las actividades favoritas, además es una persona que admira y disfruta de la naturaleza, les gusta asistir a eventos sociales, la música es parte importante en su vida y estar conectados a una red social forma parte de su diario vivir.

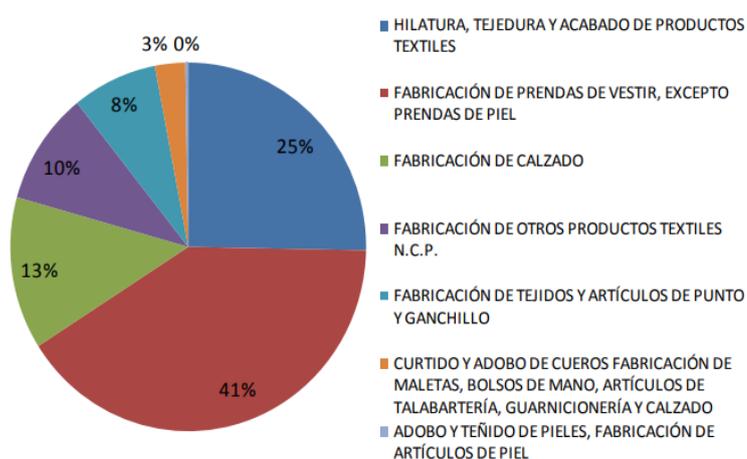
### **3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia**

La industria de la moda es uno de los sectores más exitosos a nivel mundial, que abarca una infinidad de productos con o sin marca reconocida, es un negocio que tiene un personal que se desenvuelve en varios ámbitos desde la predicción de tendencias

hasta la venta del producto. Se trata de una industria altamente creativa con un modelo de negocio sólido y quien se involucre en este negocio lo hace por obtener ganancias y buscar rentabilidad.

El sector textil del Ecuador presenta un crecimiento importante en las exportaciones del 2018, esta industria es la que más empleo genera con un aproximado de 185 mil plazas de trabajo a escala nacional llegando a ser el sector manufacturero que más mano de obra emplea y conjuntamente con el de confecciones provoca 33 encadenamientos con otros sectores productivos del país. La fabricación de prendas de vestir es la industria de mayor dinamismo del sector, alberga un gran número de personal ocupado del cual la mayoría son mujeres. En lo que concierne al consumo de artículos del sector más del 50% de los hogares realizan gastos en prendas de vestir y calzados e manera trimestral (INEC, 2010)

**Gráfico 3. 1 Personal ocupado en la industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero. Estructura porcentual 2007**



**Imagen 16.** Personal ocupado en la industria de productos textiles.

**Fuente:** (INEC, 2017)

En la provincia de Santo Domingo según el último censo se verificó que la principal actividad es el comercio al por mayor y menor, sin embargo, en un rango menor se encuentra el sector textil donde la fabricación de prendas es la actividad que más emprendimientos tiene la localidad. Existen empresas dedicadas a la confección de prendas y que han diversificado sus productos, ya que solo se centraba en la ropa deportiva y en los últimos años se han dirigido a la elaboración de prendas de vestir

para damas, caballeros y niños, así como lencería para el hogar, sin embargo, esta producción en su mayor porcentaje es local. Según datos del SRI el sector textil Santo Domingo está formado por empresas de índole artesanal –industrial, conjugación que muestra el crecimiento del sector, dando una mejor óptica de la industria por su contribución positiva al crecimiento de PIB ecuatoriano (Torres, 2016)

La producción de prendas en la provincia Tsa'chila también se enfoca en la confección de vestidos de gala los cuales son realizados a la medida según el gusto de la clientela, pero también se dedican al alquiler. Cabe resaltar, que quienes realizan este tipo de prendas son talleres de confección que cuentan con poco personal y que no tienen la práctica del diseño ya que los vestidos son similitudes de marcas extranjeras. Estos establecimientos no cuentan con una marca patentada y son poco reconocidas por el público, así mismo la inversión que estos talleres realizan ya sea en tecnología o capacitaciones es baja, por ende, son competencia directa en cuanto al precio.

### **3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial**

Los datos del INEC revelan que la población de mujeres en el Ecuador es del 50,2% superando a la población masculina, así mismo se estableció que en los próximos 6 años las mujeres se incrementarán y para el 2020 su esperanza de vida será de 79 años, cinco años más que los hombres. En la provincia de Santo Domingo la población económicamente activa en los varones es mayor que en las mujeres sin embargo se debe destacar, que en la actualidad las mujeres desempeñan roles importantes en lo académico y profesional (INEC, 2010).

En una investigación realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se determinó que la población ecuatoriana está un estrato medio, mientras que el estrato alto tiene un porcentaje de 1,9% y el bajo 14,9% este informe sirve para conocer el tipo de estrato que tienen los ecuatorianos por ende no guarda relación con los indicadores de pobreza y desigualdad. Debido a los datos presentados anteriormente, el crecimiento de la población femenina es un aspecto positivo para el presente proyecto ya que de esta manera se conoce que el mercado potencial no se encuentra saturado de tal forma que se puede capturar nuevas clientes para fidelizarlos ayudando así al crecimiento de la futura micro empresa (INEC, 2010).

Santo Domingo según estadísticas es una provincia donde su actividad económica es el comercio al por menor y mayor, debido a esto la comercialización de prendas es muy alta ya que se encuentra en un punto estratégico entre Sierra y Costa, así mismo existe una gran acogida de prendas colombianas y peruanas. Estos son factores por lo cual la fabricación de prendas de vestir en la provincia es baja, además los niveles de competencia son altos. Dentro de la producción de indumentaria el sector apuesta por la venta o alquiler de vestidos de gala, debido a que tiene buena demanda dentro de la ciudad ya que el consumidor tiende a asistir a los diferentes eventos sociales, sin embargo, pocos son los establecimientos reconocidos que se dedican a esta actividad comercial que ofrezcan un producto de calidad y exclusivo.

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

Para mejorar el desempeño de una empresa y lograr mayor eficacia en ella, es necesario conocer las ventajas de una estrategia competitiva ya que estas, permiten tomar las correctas decisiones para poder estar en una posición de defensa ante la competencia. Porter menciona estrategias valiosas para poder destacar ante los rivales empresariales, entre ellas está precio del producto, la segmentación y la diferenciación. Para lograr cada una de estas, es necesario que el producto mantenga calidad, que sea difícil de imitar, la funcionalidad y que las formas de distribución sean rápidas, sin embargo, no hay que dejar de lado la atención al cliente la cual debe ser correcta y cordial de esta manera se puede brindar excelentes servicios. Es indispensable señalar que estas estrategias competitivas pueden ser utilizadas de forma individual o combinadas (Potter, 2008).

De esta manera se procede a realizar un street vision en la ciudad de Santo Domingo para poder conocer los detalles de cada producto de las principales competencias en la elaboración de vestidos de gala.

**Tabla 8.** Detalles vestidos de gala

<i>Vestidos de Gala</i>			
<b>Empresa</b>	<b>Detalles del Producto</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Precio</b>
<i>Flor Toro</i>	Buenos terminados Venta y alquiler Copia de diseños	Boutique	\$80 a 500

<i>Amparo Grijalva Desing Store</i>	Buenos terminados Vestidos a la medida Copia de diseños	Boutique Redes sociales Televisión	\$200 a 800
<i>Milton Tejada</i>	Deterioro en las prendas Malos acabados Alquiler del vestido con accesorios Copia de diseños	Boutique	\$80 a 2500
<i>Elvis</i>	Deterioro en las prendas Alquiler de vestidos con accesorios Copia de diseños	Boutique	\$90 a 250

**Elaborada por:** Evelyn Carrera

Mediante la observación realizada se pudo constatar que estos talleres son unipersonales, conformados por modistos que no han tenido una preparación académica superior y en cuanto a diseño no realizan la adecuada investigación, por ende, proceden a la copia de modelos bajados del internet o según la preferencia del cliente. Así mismo, en cuanto a calidad no contienen una certificación que avale su producto y no poseen el conocimiento en cuanto a medidas o normas que favorezca al crecimiento y expansión de la microempresa. Por otra parte, la gestión empresarial la elaboran de una manera empírica, no cuentan con una misión, visión o valores empresariales a esto se le suma el incumplimiento de normas de seguridad y salud ocupacional.

En cuanto a la marca no existe el interés de adquirir identidad y que los diferencie de la competencia ni de generar valor agregado a la producción. Su forma de comercialización en su mayoría la realizan de manera directa (consumidor y producto), pocos establecimientos optan por el uso adecuado de las redes sociales, existe poco interés en la generación de publicidad. Por último, por cada uno de estos factores estos talleres plantean un precio bajo, sin embargo, no brindan el diseño ni la exclusividad en un vestido.

## **3.2. Análisis interno**

### **3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles**

El presente proyecto está basado en el diseño y confección de vestidos de gala tomando como inspiración a la vestimenta de la nacionalidad Tsa'chila, para su desarrollo en cuanto maquinaria se consta con una máquina de puntada recta y una overlock, así mismo se dispone de una plancha industrial a vapor. En lo que se refiere al recurso humano se cuenta con la experiencia en patronaje, corte y confección de la autora del proyecto, así mismo con los conocimientos adquiridos en la formación académica en cuanto al proceso de diseño. En el aspecto económico no se cuenta con un capital de dinero, por ende, se necesita de un préstamo que cubra con toda la inversión de materiales e insumos y maquinaria faltante. Se pretende el arrendamiento de un local para ubicar una boutique donde se puedan exhibir los vestidos y ubicar el taller de diseño y confección.

### **3.2.2. Análisis cadena de valor**

La cadena de valor hace referencia a la forma de descomponer y analizar cada una de las actividades empresariales, con la finalidad de obtener ventajas competitivas que ayuden a generar valor agregado al producto, así mismo a la toma de decisiones estratégicas frente a los proveedores, clientes, usuarios y la competencia. El proceso empieza desde la obtención de la materia prima, el terminado del producto y como punto final la entrega al consumidor, de igual manera engloba actividades de post venta y la atención al cliente parte fundamental para mantenerse arriba de la competencia e incrementar la confianza al cliente al momento de adquirir el producto (Sosa & Hernández, 2007)

#### **3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo**

La investigación es parte fundamental para el desarrollo de un producto dentro de una empresa ya que esta ayuda a definir un tipo de consumidor, conocer sus gustos y preferencias, estilo de vida, sus ingresos económicos, niveles de compra, entre otros. Así mismo, permite la recopilación de toda la información para obtener nuevos ideales y aplicarlas en el proceso del diseño.

Una diseñadora de modas estará a cargo del departamento de investigación quien realizará la recopilación de toda la información detallada en cuanto a tendencias

de moda, inspiración y paletas de colores, para poder ser aplicadas en las diferentes colecciones de vestidos. En base a la información se elaborarán los diferentes moodboards con la finalidad de establecer tipos de texturas, siluetas, detalles y materiales para ser representadas en los bocetos y establecer las propuestas finales que este más acorde a la necesidad del consumidor obteniendo así un prototipo exclusivo y con estilo. Al analizar el presente eslabón se puede detectar las posibles falencias en el producto y de esta manera evitar aspectos negativos para la empresa, de igual forma los aciertos para seguir fortaleciéndolos y poder ser competitivos.

### **3.2.2.2.Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima**

Para obtener la materia prima se contará con almacenes de la ciudad de Guayaquil, uno de ellos es Gentex el cual tiene una gran variedad de telas para la confección de vestidos de gala; ofrecen un producto que está en boga y tendencia además de buena calidad. Por otra parte, como proveedor de abalorios necesarios para la decoración de los vestidos se contará con el bazar Henry ya que cuenta con una gama de perlas, cristales, mullos, Swarovski, etc., todo lo necesario para realizar diferentes tipos de bordados. En cuanto a insumos el bazar Maritza proveerá con todo lo necesario para la confección de los vestidos, quienes son pioneros en distribuir hilos, cierres, botones, etc., en una variedad de tonalidades, de buena calidad y un precio justo.

Se puede contar con la confianza de cada uno de los proveedores, ya que ofrecen calidad y variedad de productos y en cuanto a su distribución son responsables puesto que, brindan seguridad e integridad a la mercancía con la finalidad de que llegue en un correcto estado. De esta manera, se contará con un espacio adecuado donde estará presente una persona apta para almacenar, registrar y controlar los materiales y poder seleccionar los idóneos para obtener un producto de calidad.

### **3.2.2.3.Eslabón de producción**

En esta etapa se procede la transformación de la materia prima al producto para ser vendido, este eslabón contiene actividades donde se emplea la maquinaria, la unión de piezas, el control de calidad, el empaquetado y el mantenimiento de maquinaria y herramientas. Por ende, se contará con un espacio donde se ubique la maquinaria para la producción, con una diseñadora que verifique la correcta elaboración de las prendas

y mano de obra que sea eficiente con el desarrollo de los vestidos. La producción requiere de diferentes procesos, para estos se contará con el personal calificado; una diseñadora empieza con la selección del material, se procede con el patronaje y molde del diseño, siguiente paso es el corte de las piezas tomado en cuenta forros, pasa al personal para que continúen con la confección, acabados, terminados y etiquetados para que el producto pueda ser exhibido.

#### **3.2.2.4.Eslabón de comercialización**

La comercialización forma un conjunto de todas las actividades que logran que el consumidor llegue adquirir al producto. Para llegar a este objetivo es fundamental la identidad de la marca de la empresa y de qué manera esta se proyecta para obtener el deseo de compra. Dentro de este eslabón se incluye la publicidad, las promociones, las ventas, los precios y las vías de distribución de un producto.

Para la comercialización se contará con un local ubicado en el centro de la ciudad de Santo Domingo, con el fin de que la clientela puede visualizar de mejor manera al producto. Así mismo, se procede a la creación de una página web donde se hará conocer las diferentes promociones y descuentos que atraigan la atención de la clientela, de la misma manera el uso de las redes sociales se hará presente, ya que en la actualidad es una de las mejores maneras de hacer publicidad puesto que, el producto se exhibe mediante imágenes de calidad y llegar a un gran grupo de personas de manera rápida y eficaz.

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Estudio del público objetivo**

Para el presente caso, el cliente aspirante corresponde a mujeres de 25 a 35 años de edad con un estrato socio económico medio alto, de cualidad creativa, carismática y armónica. Se ha escogido este rango de edad debido a que las mujeres son independientes, involucradas en un ámbito laboral, generadoras de su propio dinero, activas en las redes sociales y que les gusta asistir a eventos sociales o familiares. Así mismo tiene su propia decisión de compra, muestran interés por la exclusividad ya que anhelan destacar en su círculo social, en cuanto a la sensibilidad del precio, su pago es justo siempre y cuando el producto tenga diseño, sea innovador y tenga calidad.

##### **4.1.1. Modelo de encuesta**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA  
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

**Encuesta dirigida a mujeres de 25 a 35 años de la ciudad de Santo Domingo**

**Objetivo:** conocer los diferentes gustos y preferencias en cuanto a vestidos de gala para evaluar la factibilidad del proyecto.

**Indicaciones:** marque con una X una de las opciones

1. **¿Cuál de las siguientes opciones hace referencia a su estilo de vida?**

Conservador  Elegante  Sencillo  Recargado

2. **¿Por qué motivos adquiere un vestido de gala?**

Necesidad  Gusto  Moda

3. **¿Qué tipo de vestido le gustaría adquirir?**

A la medida y exclusivo  Alquilado

4. **¿Cuándo usted compra un vestido de gala en que se fija primero?**

Diseño  Marca  Calidad

5. **¿Qué detalles le gustaría que tenga un vestido de gala?**

Bordado  Pedrería  Apliques  Todas las anteriores

6. **¿Qué tipo de silueta prefiere en un vestido de gala?**



Línea A



Sirena



Princesa



Recto



Imperio

7. **¿En qué lugares adquiere un vestido de gala?**

Taller de Diseño  Boutique  Centros comerciales

8. **¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala?**

250 a 300  350 a 400  450 a 500

9. **¿Qué tan importante es para usted difundir mediante un vestido gala las diferentes culturas del Ecuador?**

Muy importante  Importante  Poco importante

10. **En el Ecuador existen diversas culturas como los Tsa'chilas, Saraguro, Salasacas, etc.**

**¿Compraría usted un vestido de gala inspirado en las culturas del Ecuador?**

Si

*Gracias por su colaboración*

#### 4.2. Selección de la muestra

La selección de la muestra ayuda a definir y conseguir la información necesaria de una determinada población, en este caso la investigación hace énfasis en las mujeres de 25 a 35 años de edad de la ciudad de Santo Domingo. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) establece que la población femenina de la provincia Tsa'chila dentro del rango de edad establecido es de 29.183 mujeres, de las cuales se obtendrá la muestra mediante la aplicación de la fórmula de muestreo para poder aplicar una encuesta y conocer sus diferentes gustos y preferencias para la elaboración del producto final (INEC, 2010).

**Tabla 9.** Descripción de la formula

Descripción de la Fórmula
<b>n:</b> Tamaño de la muestra
<b>PQ:</b> Probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0.5) (0.5) = 0.25
<b>N:</b> Universo de estudio 29.183
<b>e:</b> Error de muestro 5%: 0,05
<b>k:</b> coeficiente de error 95%: 1,96

(Fuente: Herrera, Medina y Naranjo, 2010)

#### Fórmula:

$$n = \frac{PQN}{(N - 1)\left(\frac{e^2}{k^2}\right) + PQ}$$
$$n = \frac{0,25 * 29.183}{(29.183 - 1)\left(\frac{0,05^2}{1,96^2}\right) + 0,25}$$
$$n = \frac{7295,75}{(29.182)\left(\frac{0,0025}{3,8416}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{7295,75}{19,2407} \quad n = 379$$

### 4.3. Técnicas de estudio

#### 4.3.1. Cualitativas

La presente investigación está relacionada con un enfoque cualitativo porque se apoya a la recolección de datos para poder analizar e interpretar las formas y los colores de la vestimenta Tsa'chila y poderla aplicar en el diseño de un nuevo indumento. Además, se procede al desarrollo de encuestas para poder tener un mayor entendimiento de las experiencias, gustos y preferencias de las personas para poder desarrollar un producto acorde a sus necesidades.

#### 4.3.2. Cuantitativas

Es una técnica donde su aplicación es de carácter numérico, que tiene como objetivo recolectar datos a través de instrumentos que puedan arrojar un resultado medible o contable, razón por la cual se hizo uso de la muestra para escoger un cierto grupo de personas de la población totalitaria para la aplicación de encuestas a mujeres, en donde se puede verificar el porcentaje sobre gustos, preferencias y requerimientos al momento de usar o adquirir un vestido de gala.

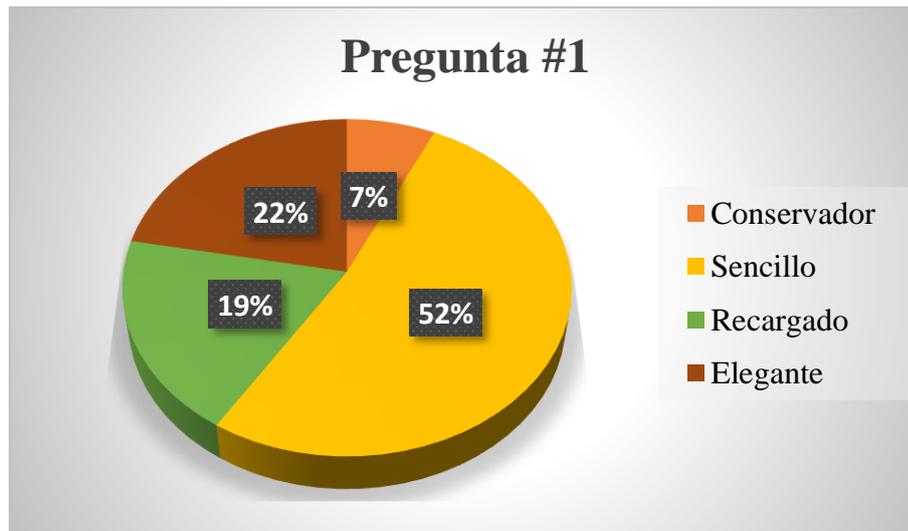
### 4.4. Elaboración e interpretación de datos

Encuesta realizada a mujeres de 25 a 35 años de edad de la ciudad de Santo Domingo.

#### 1. ¿Cuál de las siguientes opciones hace referencia a su estilo de vida?

Tabla 10. Estilos de vida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Conservador	23	7%
Elegante	83	22%
Sencillo	197	52%
Recargado	73	19%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 1.**Estilos de vida

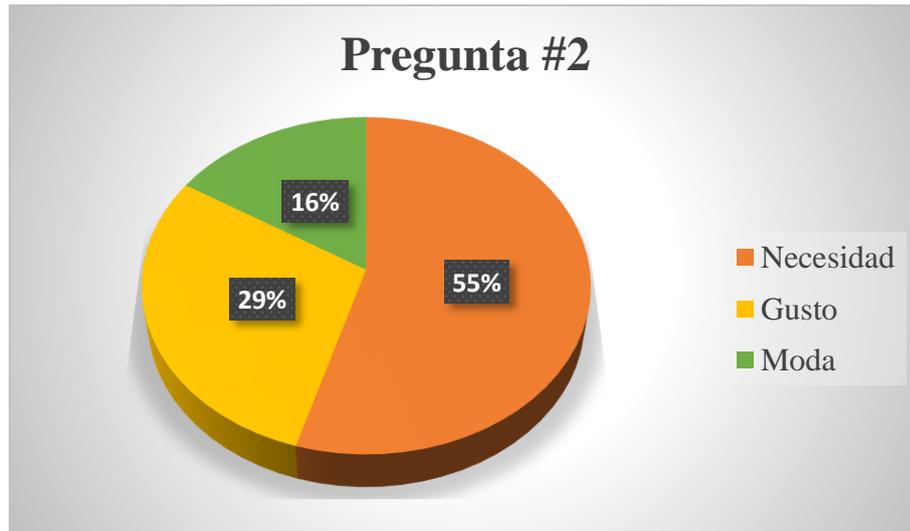
**Análisis:** En base a los datos recolectados, se obtiene que el 52% de las mujeres mantiene un estilo de vida sencillo, el 22% un estilo elegante, el 19% un estilo recargado y el 7% un estilo conservador.

**Interpretación:** Mediante esta pregunta se puede visualizar que en su mayoría mantienen un estilo de vida sencillo, ya que son mujeres que se preocupan por el orden, por adquirir siempre lo necesario, evitando el despilfarro al momento de consumir. Sin embargo, se puede deducir que el mercado es variado, puesto que, existen mujeres que aman el buen gusto y la distinción, que reflejan seguridad en sí mismas y que están dispuestas a pagar por calidad. Finalizando, pocas son las mujeres que viven una vida llena de excesos o, por el contrario, llevan modos de vida dictaminadas por tradiciones.

## 2. ¿Por qué motivos adquiere un vestido de gala?

**Tabla 11.** Motivos para adquirir un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad	207	55%
Gusto	111	29%
Moda	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 2.** Motivos para adquirir un vestido de gala

**Análisis:** de las encuestas realizadas se obtuvo que el 55% de las mujeres adquieren un vestido de gala por necesidad, un 29% lo adquieren por gusto y en menor porcentaje 16% lo adquieren por moda.

**Interpretación:** al ser un vestido de etiqueta y no de uso diario, las mujeres en su mayoría lo adquieren por la necesidad, ya que en varias ocasiones se presentan eventos donde se exige portar un vestido largo.

### 3. ¿Qué tipo de vestido le gustaría adquirir?

**Tabla 12.** Tipos de vestidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
A la medida y exclusivo	311	82%
Alquilado	68	18%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 3.**Tipos de vestidos

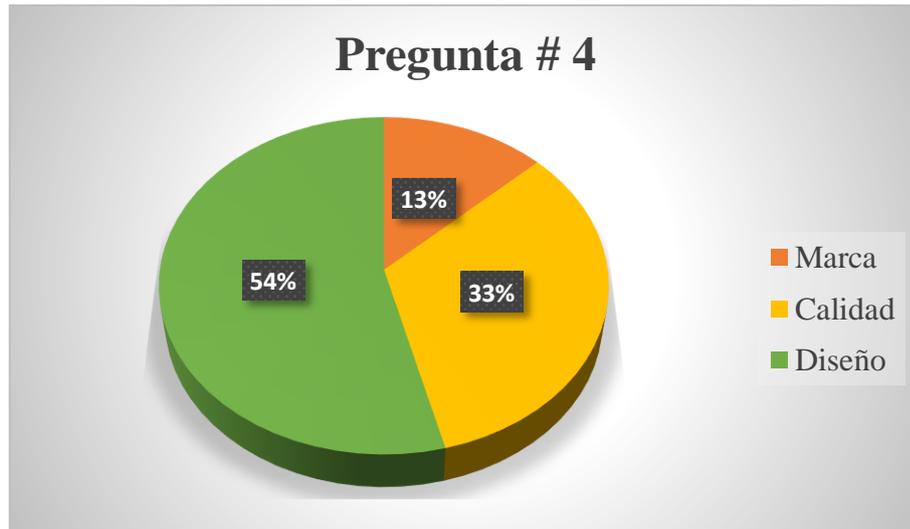
**Análisis:** según los datos recolectados se establece que el 82% de las mujeres prefieren un vestido de gala a su medida y exclusivo y que el 18% optan por un vestido de alquiler.

**Interpretación:** es un vestido que realza la belleza femenina, por ende, las mujeres prefieren uno a la medida y están pendientes que se cuide cada detalle en la confección y en los terminados para lograr la perfección en su silueta y fisionomía; además optan por la exclusividad ya que buscan sobresalir en los eventos que asisten.

#### 4. ¿Cuándo usted compra un vestido de gala en que se fija primero?

**Tabla 13.** Cualidades para adquirir un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diseño	205	54%
Marca	49	13%
Calidad	125	33%
<b>TOTAL</b>	379	100%



**Gráfica 4.** Cualidades para adquirir un vestido de gala

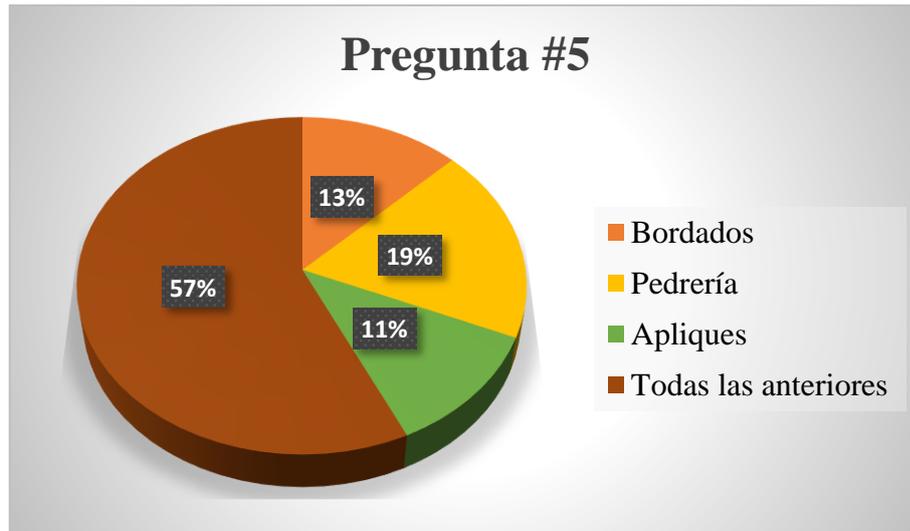
**Análisis:** el 54% de las mujeres se fijan en el diseño para adquirir un vestido de gala, seguido de un 33% quienes miran la calidad y un 13% se fijan en la marca.

**Interpretación:** a la hora de adquirir un vestido, lo más importante es presentar un buen diseño, ya que de este depende la acogida de una colección, seguido de esto la calidad en todo lo relacionado al producto, desde su corte y confección, elección de materiales y empaquetado pues esta debe predominar en todo momento. En menor cantidad, pero no menos importante esta la marca, pocas son las mujeres que se fijan o son fieles a una marca.

## 5. ¿Qué detalles le gustaría que tenga un vestido de gala?

**Tabla 14.** Detalles para un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bordados	48	13%
Pedrería	71	19%
Aplicues	44	11%
Todas la anteriores	216	57%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 5.** Detalles para un vestido de gala

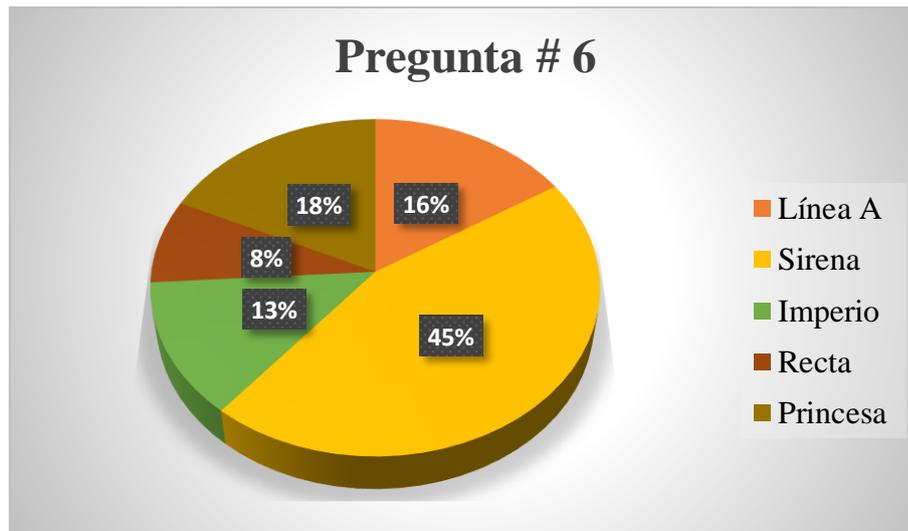
**Análisis:** de las mujeres encuestadas el 11% prefiere apliques en un vestido de gala, el 19% la pedrería, un 13% los bordados y un 57% prefieren todos los detalles.

**Interpretación:** se puede visualizar que las mujeres de la provincia Tsa'chila son amantes a la variedad de detalles existentes para los vestidos de gala, puestos que estos son los que embellecen a la prenda.

## 6. ¿Qué tipo de silueta prefiere en un vestido de gala?

**Tabla 15.** Siluetas para un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Línea A	59	16%
Princesa	69	18%
Sirena	169	45%
Imperio	51	13%
Recto	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 6.** Siluetas para un vestido de gala

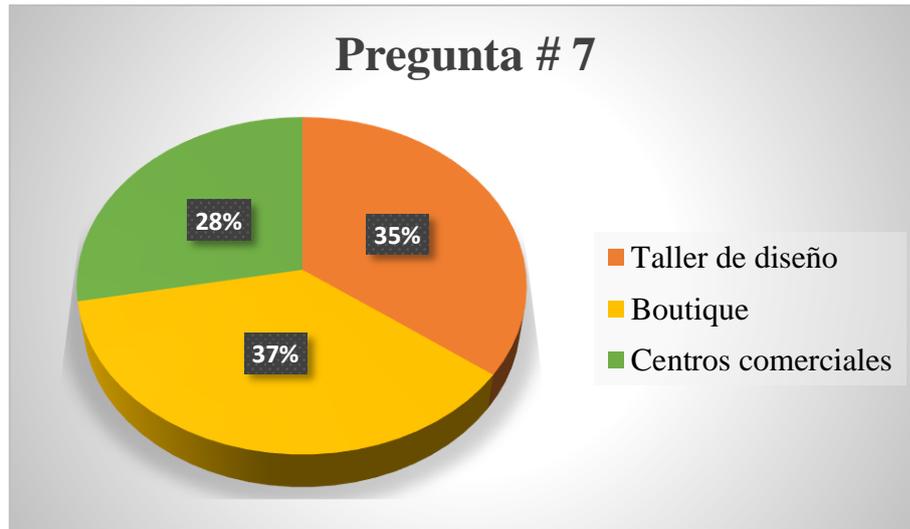
**Análisis:** en cuanto las siluetas existentes para vestidos un 45% prefiere la silueta sirena, el 18% prefiere la silueta princesa, seguido de un 16% que prefieren una silueta en línea A, el 13% de las mujeres optan por una silueta imperio y en menor rango esta un 8% que eligen una silueta recta.

**Interpretación:** la silueta de mayor preferencia es la sirena, al ser una de las que más exhibe al cuerpo femenino, seguida de la silueta princesa la cual marca la cintura dejando desapercibida ciertas partes del cuerpo, además de ser las más joviales adaptándose al rango de edad del público objetivo. Estas son las siluetas que se tomaran en cuanto a la hora de diseñar por ser las más acogidas por el público.

### 7. ¿En qué lugares adquiere un vestido de gala?

**Tabla 16.** Lugares para adquirir un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Taller de diseño	133	35%
Boutique	140	37%
Centros comerciales	106	28%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 7.**Lugares para adquirir un vestido de gala

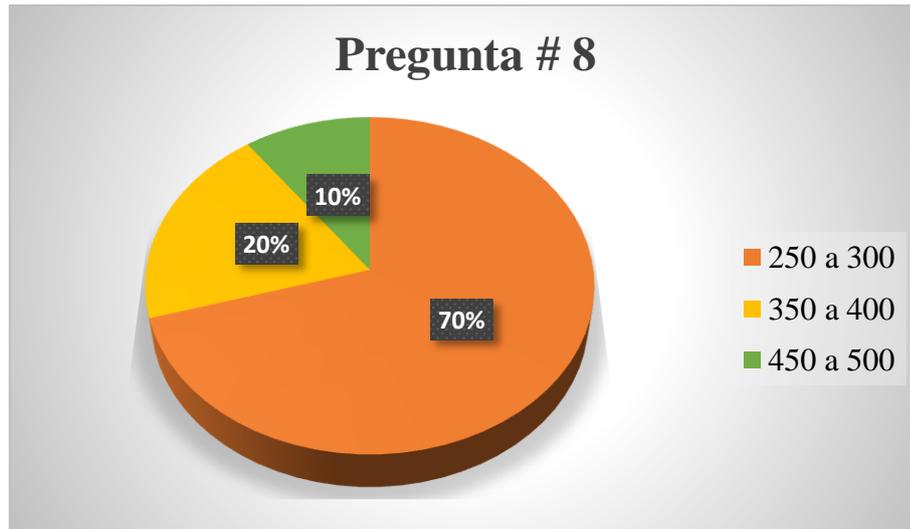
**Análisis:** para realizar la compra de un vestido de gala el 37% de las mujeres prefieren realizarlos en una boutique, el 35% en un taller de diseño y un 28% en los centros comerciales.

**Interpretación:** se puede concluir, que varias son las opciones sobre los establecimientos para vender un de vestidos de gala, ya que para las mujeres cualquier lugar es apto para comprar una prenda. Sin embargo, otra de las opciones que dieron a conocer fueron las redes sociales, para visualizar los nuevos diseños que presenta la marca.

#### 8. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala?

**Tabla 17.** Precio para un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
250 a 300	267	70%
350 a 400	74	20%
450 a 500	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 8.** Precio para un vestido de gala

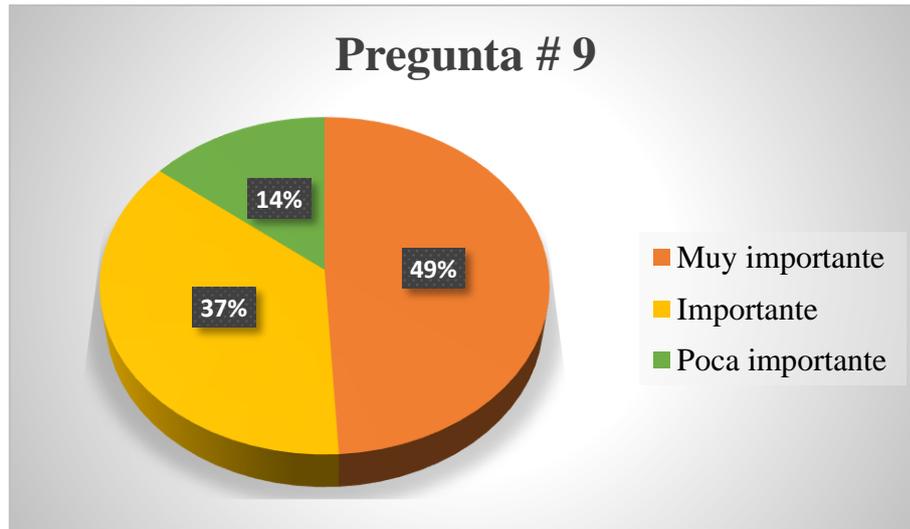
**Análisis:** un 70% de las mujeres están dispuestas a pagar 250 a 300 dólares por un vestido, el 20% de 350 a 400 dólares y un 10% pagaría entre 450 a 500 dólares.

**Interpretación:** según los datos arrojados, el precio del producto tiene una gran influencia para poder ser competitivo en el mercado, por ello la importancia de desarrollar una prenda de calidad y que esté al alcance del bolsillo del cliente, es una estrategia para que el producto tenga buena acogida. Así mismo, al ser un vestido utilizado para cierta ocasión y donde su uso es una sola vez, las mujeres no pagan un valor excesivo para este tipo de prenda.

### 9. ¿Qué tan importante es para usted difundir mediante un vestido gala las diferentes culturas del Ecuador?

**Tabla 18.** Difundir las culturas mediante un vestido de gala

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	186	49%
Importante	139	37%
Poco importante	54	14%
<b>TOTAL</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 9.** Difundir las culturas mediante un vestido de gala

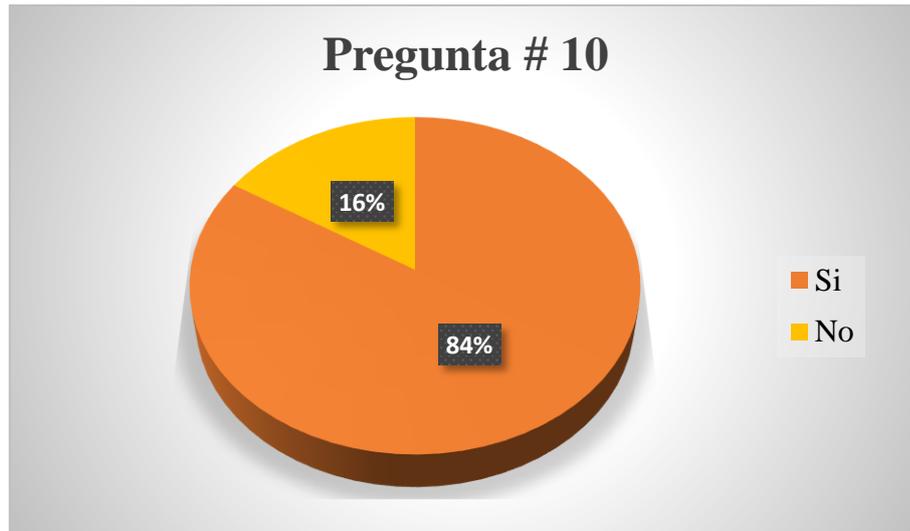
**Análisis:** un 49% de las mujeres en Santo Domingo consideran que es muy importante difundir las culturas ecuatorianas mediante un vestido de gala, el 37% piensa que es importante y un 14% considera que es de poca importancia.

**Interpretación:** la mayoría de las mujeres encuestadas, ven la importancia de dar a conocer el abanico cultural que tiene el Ecuador, y una de las formas a realizarlo es mediante la indumentaria, ya que esta, sea directa o indirectamente logra dar conocer la variedad cultural del país.

**En el Ecuador existen diversas culturas como los Tsa'chilas, Saraguros, Salasacas, etc. ¿Compraría usted un vestido de gala inspirado en las culturas del Ecuador?**

**Tabla 19.** Vestidos inspirados en las culturas del Ecuador

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	318	16%
No	61	84%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 10.** Vestidos inspirados en las culturas del Ecuador

**Análisis:** el 84% de las mujeres utilizaría un vestido inspirado en cualquiera de las culturas del Ecuador y un 16% no lo utilizaría.

**Interpretación:** de acuerdo con los datos recogidos se puede observar, que un gran porcentaje de mujeres aceptarían un vestido con inspiración cultural, lo cual determina que hay una disposición en experimentar nuevas cosas y a su vez diferentes a lo común que se ha presentado en este universo protocolario.

#### **4.5. Conclusiones**

En resumen, entro de las encuestas se analizaron varios datos generales, con la finalidad obtener información sobre el público objetivo y así poder desarrollar un producto acorde a sus gustos y preferencias. De acuerdo al análisis realizado se puede constatar que las mujeres tienen una vida activa, ordenada, que buscan el buen gusto y la distinción a la hora de vestir, posteriormente eligen un vestido de gala siempre y cuando sea necesario, pagando un precio moderado que englobe un buen diseño y que sea de calidad.

Para concluir, un vestido de gala es mejor realizarlo a la medida para evitar fallas en los terminados y para que este tenga una mejor adaptación en el cuerpo femenino, además, considerar que varias son las opciones para la venta del producto propuesto. Las nuevas propuestas, lo poco común en un vestido y su factor innovador son elementos de mayor aceptación por las mujeres encuestadas ya que lo interpretan como una forma de transmitir su personalidad y esencia.

## CAPÍTULO V

### TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

#### 5.1. Cronograma de producción

Dentro de una producción, es necesario llevar a cabo una programación para obtener una organización de las diferentes actividades dentro de una empresa y cumplir con los objetivos necesarios para llegar a la transformación de un producto. Este cronograma involucra la manera de efectuar cada operación en el desarrollo del producto, en los que interviene la mano de obra, maquinaria, los materiales e insumos y el tiempo, de esta manera evitar cualquier retraso en su proceso. Todo negocio involucrado en la moda o venta de ropa debe establecer un periodo ya sea quincenal, mensual, etc. con la finalidad de sacar a tiempo la producción (Navia, 2014).

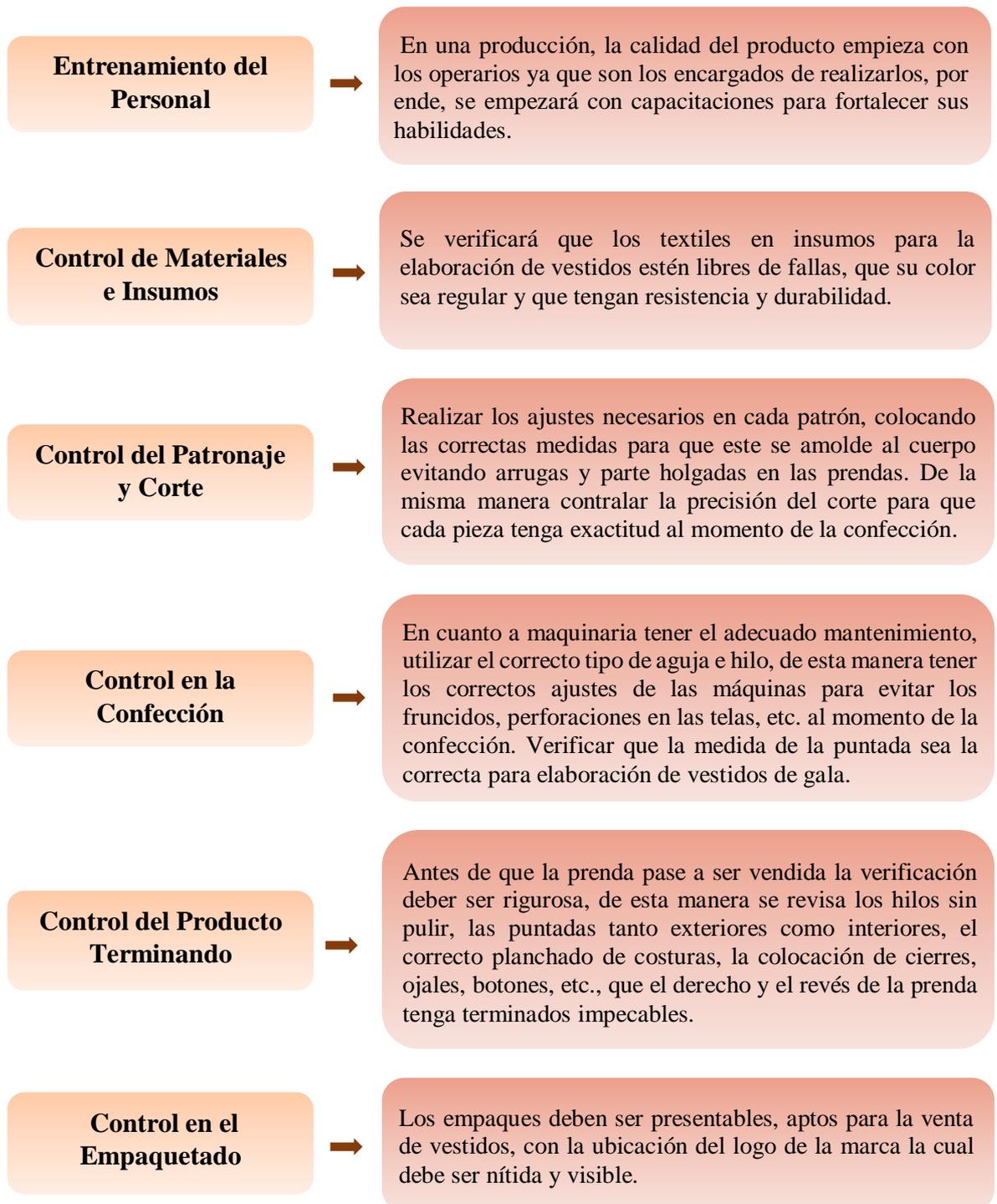
**Tabla 20.** Diagrama de Gantt

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN												
Actividad	Mayo Semanas				Junio Semanas				Julio Semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación	■	■	■	■								
Bocetos e ilustración de la colección					■							
Selección de prototipos						■						
Adquisición de materiales e insumos						■	■					
Elaboración de fichas							■	■				
Elaboración de patrones									■			
Corte									■			
Confección									■	■	■	
Terminado de productos												■
Empaques y etiquetas												■

**Elaborado por:** Evelyn Carrera

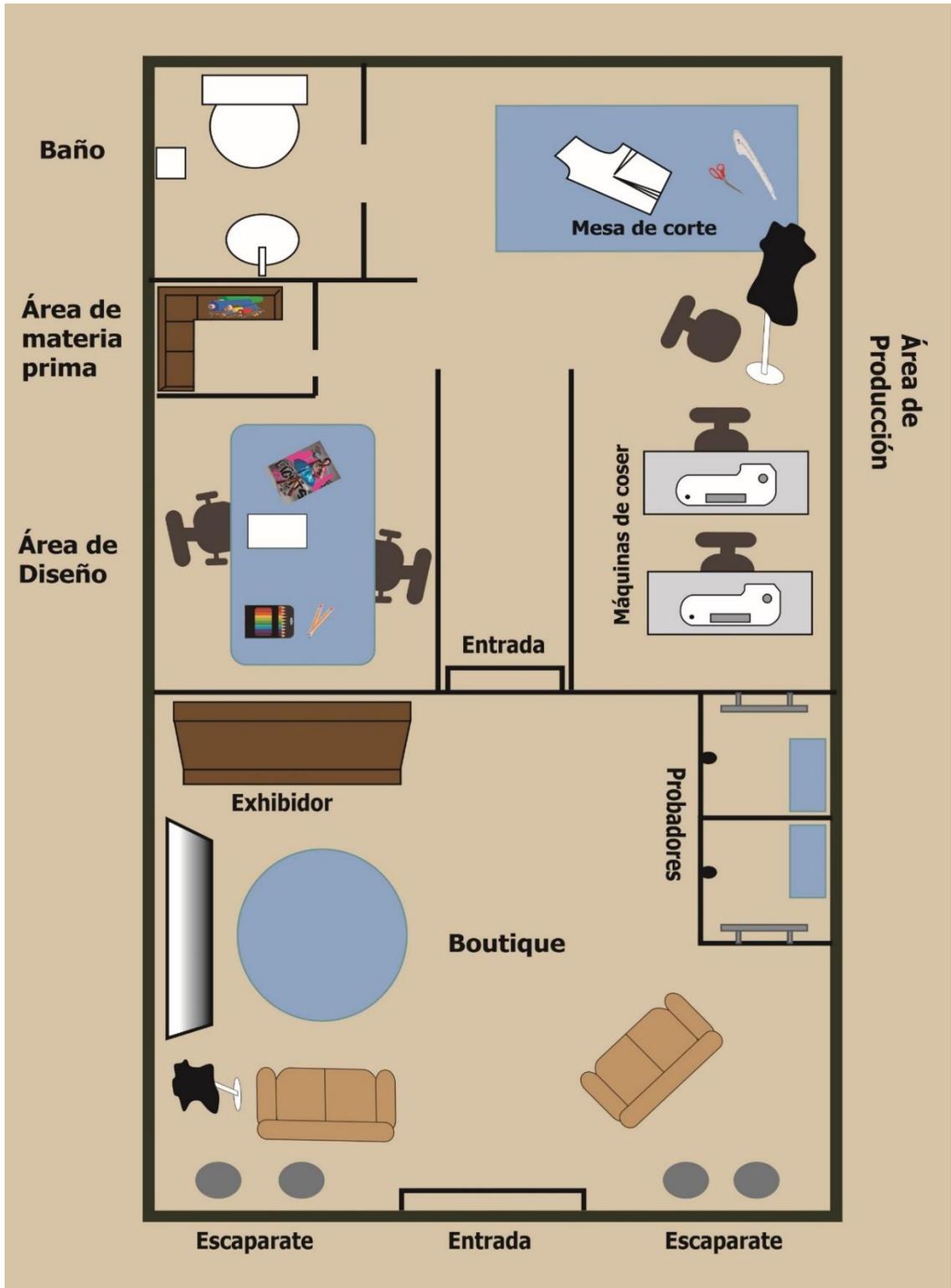
## 5.2. Control de calidad

El control de calidad para el presente proyecto es de vital importancia, de esta manera se lleva a cabo la correcta inspección de los productos evitando cualquier tipo de defecto antes de llegar al cliente o usuario. Cabe resaltar que la calidad en un producto es la herramienta competitiva de una empresa y marca, para que estas tengan supervivencia en el mercado.



Gráfica 11. Control de calidad.

### 5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto



Gráfica 12.infraestructura

Elaborada por: Evelyn Carrera

#### 5.4.Requerimientos de mano de obra

Para el proceso de producción es necesario contar con el personal adecuado y capacitado en cada área de manera que, cada uno desarrolle el trabajo de manera eficaz y eficiente. Para la producción de vestidos de gala es necesario contar con el siguiente personal:

**Tabla 21.** Requerimiento de mano de obra

<b>CANTIDAD</b>	<b>CARGO</b>	<b>ÁREA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
1	Diseñador de moda	Diseño e investigación, patronaje y corte	Manejo de la investigación, tendencias y el proceso del diseño, innovación del producto. Patronaje, moldería y corte de las piezas.
1	Operaria	Confección	Confección y terminado de las prendas.
1	Bordadora	Bordado	Colocación de apliques, bordados y pedrería.
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
1	Diseñador gráfico	Diseño	Manejo de la marca, empaques y etiquetas
1	Auxiliar contable	Administración	Manejo de la contabilidad

**Elaborado por:** Evelyn Carrera

## **5.5.Seguridad industrial y medio ambiente**

En cada lugar de trabajo es necesario cuidar de la seguridad de los trabajadores, por ende, se deben establecer las normas de seguridad para una mejor protección y vigilar a que sean cumplidas por cada miembro de la empresa.

### **5.5.1. Para el trabajador:**

- Cumplir con los reglamentos e instrucciones de seguridad establecidos por la empresa.
- Conocer el uso de la señalética, saber las precauciones básicas de seguridad.
- Mantener limpio y ordenado el lugar de trabajo.
- Portar ropa adecuada de acuerdo a la actividad que desempeñe.
- No introducir bebidas alcohólicas, ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo.
- Prohibido fumar dentro de las instalaciones, ya que se corre el riesgo de causar incendios.

### **5.5.2. Para el empleador:**

- Identificar y evaluar los riesgos, en forma inicial y periódicamente, con la finalidad de planificar adecuadamente las acciones preventivas.
- Informar a los trabajadores por escrito y por cualquier otro medio sobre los riesgos laborales a los que están expuestos y capacitarlos a fin de prevenirlos, minimizarlos y eliminarlos.
- Proporcionar al trabajador, las ropas y los equipos de protección individual adecuados para la actividad a realizar.
- Brindar al trabajador un ambiente de trabajo adecuado para el pleno desarrollo de sus actividades.
- Instalar la iluminación adecuada en cada área para evitar daños en la vista.
- Controlar que las instalaciones eléctricas cumplan con toda la seguridad pertinente.
- Colocar extintores.
- Proporcionar ventilación adecuada para la comodidad de los trabajadores.

## **CAPÍTULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **6.1.Descripción del producto**

##### **6.1.1. Brainstorming**

El presente proyecto, crea una colección de vestidos de gala la cual toma como inspiración a la vestimenta de la Nacionalidad Tsa'chila, la misma que ofrece los elementos necesarios ya sea en formas, colores o texturas para darle el concepto o tema a la colección y mantenga una cierta esencia cultural. De esta manera se crea prendas innovadoras con características étnicas adaptadas a la modernidad y que, a su vez, exprese riqueza visual y autenticidad. El producto pertenece a la línea de alta gala, reflejando el lujo y la elegancia en la aplicación de textiles e insumos de calidad como la pedrería, bordados y los buenos acabados, utilizados principalmente en las fiestas de etiqueta. Esta colección va dirigida a mujeres de 25 a 35 años de edad, de la ciudad de Santo Domingo de un estatus socio-económico medio alto.

##### **6.2.Perfil del cliente**

Mujeres neotradicionales, independientes que toman decisiones propias, que buscan nuevas opciones para su formación laboral y que se preocupan por su estabilidad económica; en cuanto a su vida social es activa y toman más conciencia en su forma de alimentación. A la hora de vestir cuidan cada detalle y se atreven a combinar nuevas opciones en indumentaria y accesorios, por ende, son impecables en su imagen personal; al momento de realizar una compra se fijan en la calidad, originalidad, comodidad y variedad del producto. Aprecian su entorno familiar del cual buscan su aceptación; sus intereses primordiales son el buen gusto y la etiqueta, aunque no la mantienen con rigor. Una de sus mejores aliadas es la tecnología, pues siempre están pendientes de las diferentes redes sociales o sitios web creadas en el internet las cuales forman parte de su diario vivir. Viajar y conocer nuevos lugares son las actividades que la dan mayor favoritismo, así mismo la música es parte importante en su vida.

## Ficha de usuario

FICHA DE USUARIO			
	Datos Generales	Características Socio-económicas	Estilo de vida
	<b>EDAD:</b> 25 - 35 años <b>GENERACIÓN:</b> Millenials <b>SEXO:</b> Femenino <b>ESTADO CIVIL:</b> Soltera y casada <b>PERFIL DE CONSUMIDOR:</b> Neotradicional <b>RAZA:</b> Mestiza	<b>ESTATUS:</b> Medio alto <b>OCUPACIÓN:</b> ocupaciones laborales y académicas <b>DEPENDENCIA:</b> independientes a nivel económico <b>RELIGIÓN:</b> Católica <b>MOVILIZACIÓN:</b> carro y transporte público	<b>ALIMENTACIÓN:</b> Dieta equilibrada <b>ACTIVIDAD FÍSICA:</b> Gimnasio <b>ACTIVIDAD SOCIAL:</b> reuniones laborales y de amigos <b>HOBBIES:</b> viajar, leer, escuchar música <b>REDES SOCIALES:</b> instagram, facebook y whatsapp
Concepto	Vestuario	Alimentación	Rol profesional
<p>Se define como un consumidor evolucionado, que se deja influenciar por nuevos y novedosos referentes, conceptos y propuestas adaptadas a sus propias convicciones.</p>	<p>Para cada ocasión seleccionan el vestuario adecuado, sigue la moda y es flexible y versátil a la hora de mezclar prendas, impecable y detallista con su imagen personal y asume nuevas ideas para actualizarla.</p>	<p>Mantiene tradiciones gastronómicas, conserva los horarios y costumbres en la práctica familiar y social, tiene mayor conciencia de lo saludable. La comida es arreglada, decorada y es un símbolo de prosperidad dependiendo de la cantidad.</p>	<p>Valoran los títulos y son presentados como requisito de aceptación profesional, buscan empresas con futuro y que les garantice estabilidad laboral, son comprometidas con su entorno profesional y trata de mantenerse actualizada para ser competitiva.</p>
Características	Valoraciones	Influencias	Personalidad y Actitud
<p>Mantiene equilibrio en la tradición y la actualidad construye su apariencia integrando fenómenos de moda y cultura a su estilo.</p>	<p>Detalles y ornamento Tecnología Acepta nuevas propuestas Curvas y moldeados</p>	<p>Tradición y familia Apariencia y estatus Etiqueta y protocolo Nuevos referentes</p>	<p>Actualizado Habitual Dominante Rol desde su sexo</p>

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Imagen 17. Moodboard perfil del cliente

Elaborado por: Evelyn Carrera

### 6.3. Identidad de la marca



# INTRODUCCION



*noriega*

*Noriega* es una marca de ropa dirigida a un público femenino, que nace por el deseo de emprendimiento en el sector de la moda textil. Con esta nueva marca quiero darle mayor importancia al diseño ya que es imprescindible un concepto de indumentaria con valores añadidos. Mi intención es que esta nueva marca sirva como referente a un público exigente y que este dispuesto a optar por nuevas propuestas.

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)





*noriega*

*ev* = *ev*  
nombre

*noriega* = apellido

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca EV se tienen que seguir una serie de normas genéricas. La marca EV está construida a base de unas iniciales tipo símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto. El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones. Las marcas de EV conforman todo su arquitectura en las líneas del diseño de a moda.

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)





*evnoriega*

*Queenstown Signature*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## PetitaBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La tipografía corporativa es la familia Queenstown Signature en sus versiones Light, Regular, Bold y Small Caps. Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño. Cuando ésta no sea posible se utilizará la secundaria PetitaBold.

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)





*Color Principal*



C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100  
R: 0 G: 0 B: 0  
#000000

*Colores Secundarios*



C: 38, M: 56, Y: 100, K: 10  
R: 154 G: 118 B: 126  
#9A7332



C: 16, M: 22, Y: 40, K: 0  
R: 212 G: 199 B: 126  
#D4B37E



C: 5, M: 10, Y: 20, K: 0  
R: 226 G: 222 B: 191  
#E2D9B5



C: 12, M: 18, Y: 42, K: 0  
R: 218 G: 199 B: 123  
#D9C078

Las referencias de color de Saba son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Este es el color principal de la marca y el que debe predominar. Este color forma parte de la identidad corporativa pero, es el color secundario.

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)





Fondo de color no corporativo  
oscuro



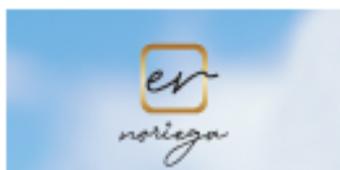
Fondo de color no corporativo  
claro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico oscuro claro



La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)



# USO INCORRECTO

Marca

Aplicación incorrecta color



Porcentajes de color



Deformación



Espaciado incorrecto



Ocultación



Tipografía incorrecta



El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Si el tamaño del logotipo es menor a 3cm, usar esta versión sin el texto "Noriega"

[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)



#### 6.4. Uso de la marca

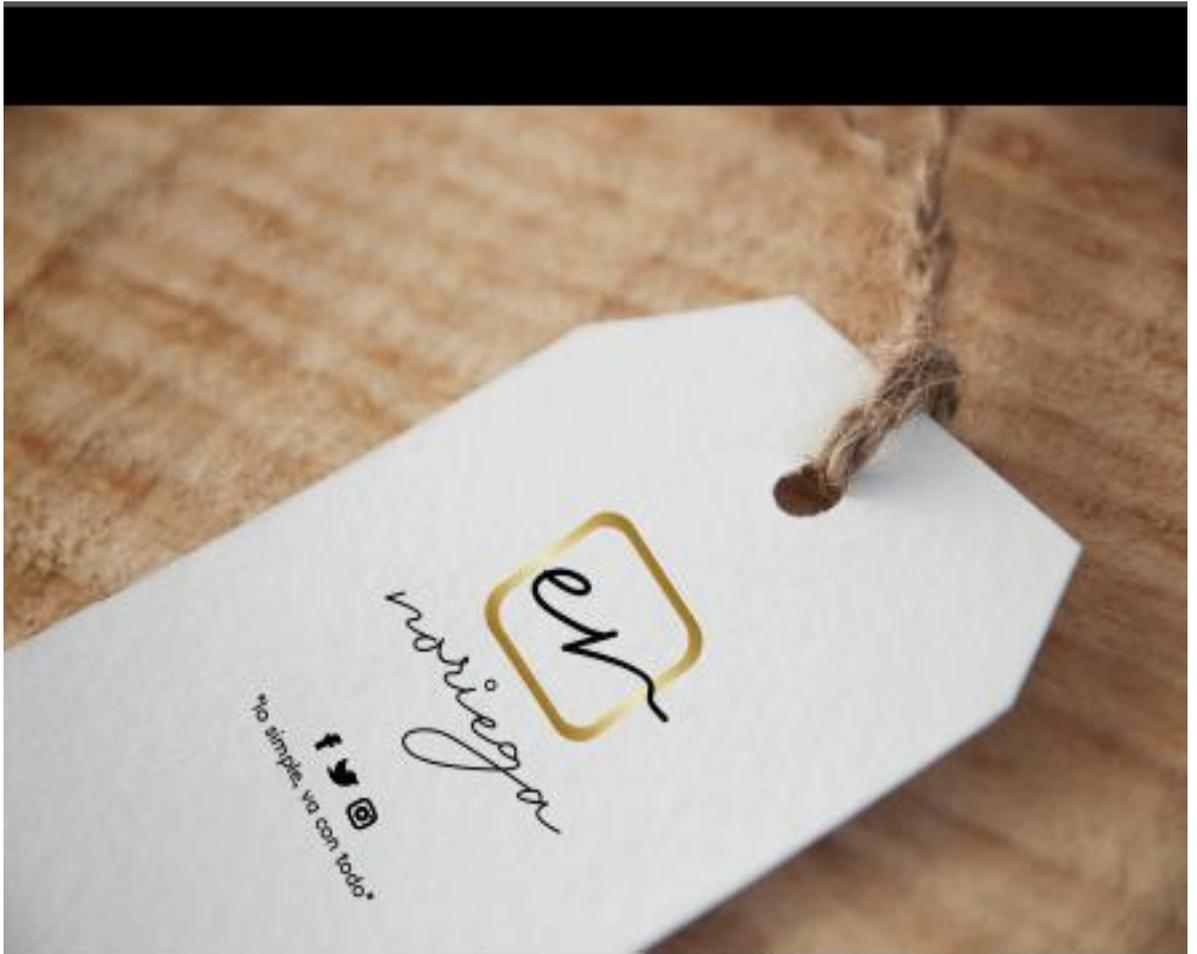
# BRANDING

Marca



[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)





[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)



# PAPELERÍA

Marca



[www.evnoriega.com](http://www.evnoriega.com)



## 6.5. Análisis de color de la propuesta

Los colores seleccionados para la presente colección se toman de la inspiración, en este caso la vestimenta Tsa'chila, quien contiene una gran variedad de colores vivos y llamativos. El color base siendo el que predomina, es el rojo puesto que es la forma en que se los identifica y a más de ello, tiene un significado fuerte en la vida de esta Nacionalidad, como color complementario se ha tomado el plateado, el cual significa la fuerza y coraje del hombre Tsa'chila, representado en una pulsera de plata maciza. Así mismo, se aplica la variedad de colores que tiene el Tunán femenino (falda) quien representa la alegría de la mujer Tsa'chila, esto se realiza mediante la colocación de pedrería en los vestidos, dando este toque étnico a la colección.

### 6.5.1. Paleta de color de la propuesta



**Imagen 18.** Paleta de color

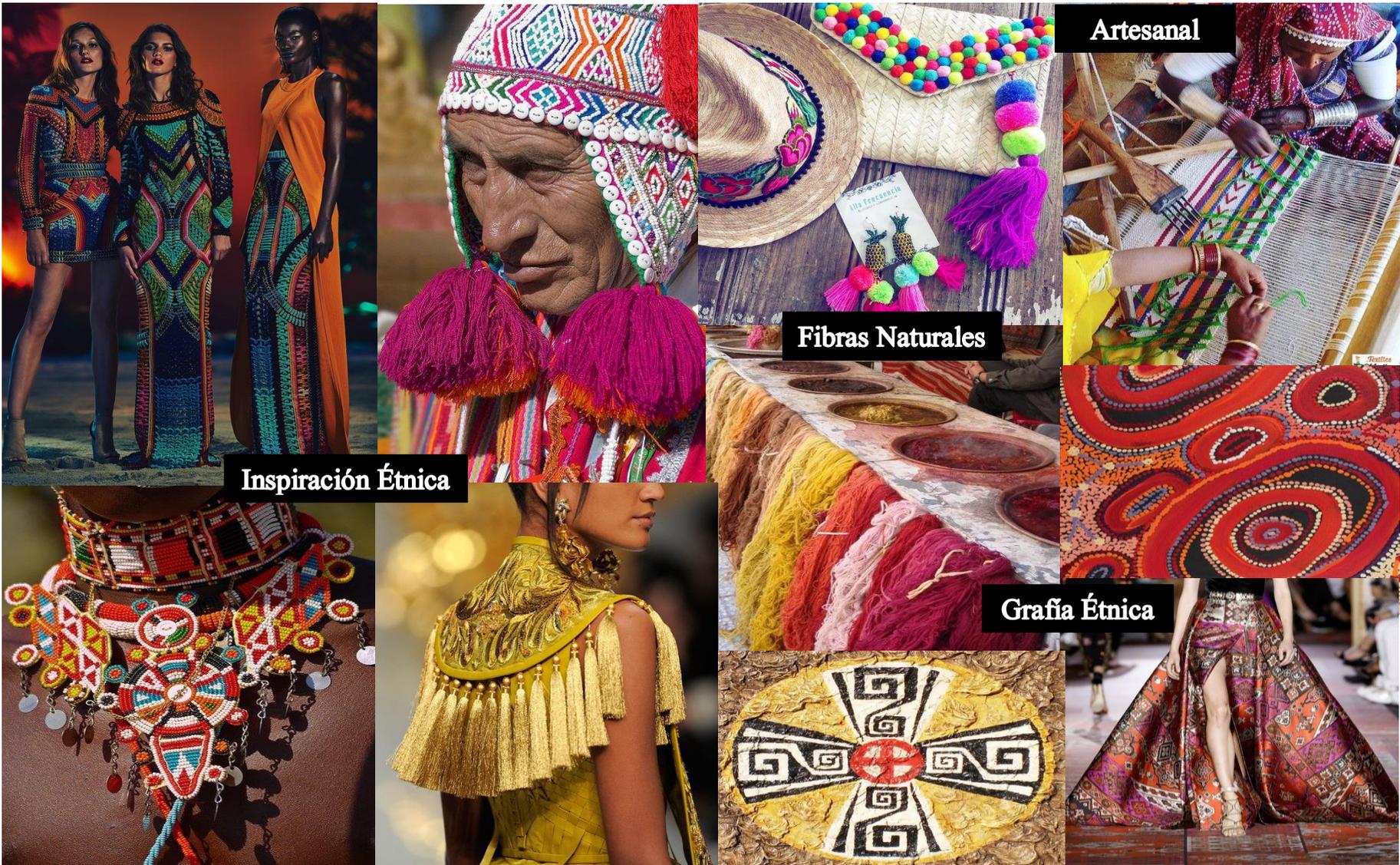
**Elaborado por:** Evelyn Carrera

## 6.6.Tendencia

Tabla 22. Tendencia.

		
<b>Tendencia Primavera / Verano 2019</b>		
<b>N°</b>	<b>Ámbito del Diseño</b>	<b>Código</b>
<b>1</b>	<b>Usuario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumidor responsable consciente por la naturaleza, que trata de recuperar lo autóctono y lo ancestral para usarlo en la actualidad.</li> <li>- Personas que buscan identidad, libres, amantes a lo artesanal.</li> </ul>
<b>2</b>	<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel cultural: Eco-friendly</li> <li>- Nivel étnico: Recuperación ancestral</li> <li>- Nivel económico: Medio alto</li> </ul>
<b>3</b>	<b>Funcional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Movilidad</li> <li>- Comodidad</li> <li>- Durabilidad</li> </ul>
<b>4</b>	<b>Contexto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma como base zonas del continente americano, Australia, la Amazonia.</li> <li>- Lugares selváticos</li> <li>- Clima tropical, cálido</li> </ul>
<b>5</b>	<b>Simbólico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Misticismo / Chamanismo</li> <li>- Sabiduría / Conocimiento</li> <li>- Espiritualidad</li> <li>- Libertad</li> </ul>
<b>6</b>	<b>Estilo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recargado / detallado</li> <li>- Mezcla cultural</li> <li>- Combinaciones</li> <li>- Colorido exuberante</li> </ul>
<b>7</b>	<b>Forma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Líneas y figuras geométricas / orgánicas</li> <li>- Silueta cuadrada / suelta</li> <li>- Contrastes</li> </ul>
<b>8</b>	<b>Inspiración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lo autóctono / lo ancestral</li> <li>- Tribus / Culturas indígenas / sus elementos y formas</li> <li>- Saberes ancestrales / fibras / textiles / pintura</li> </ul>
<b>9</b>	<b>Técnica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manual / artesanal</li> <li>- Nudos nativos / Crochet</li> <li>- Bordados / Adornos ancestrales</li> <li>- Flecos / Fibras naturales</li> <li>- Puntillismo / Grafías</li> </ul>

**MOODBOARD: TENDENCIA / ORIGENES 2019**



**Imagen 19.** Moodboard tendencia / orígenes 2019

**Elaborado por:** Evelyn Carrera

## 6.7. Inspiración

Tabla 23. Inspiración.

		<p><i>Vestimenta</i></p> <p><i>Tsa'chila</i></p>
Nº	Ámbito de Diseño	Código
1	<b>Usuario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas étnicas que mantienen tradiciones y costumbres propias, que utilizan saberes ancestrales y mantienen propio indumento.</li> </ul>
2	<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultural: cuidan del medio ambiente, tienen idioma propio.</li> <li>- Religión: politeísta</li> </ul>
3	<b>Funcional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comodidad</li> <li>- Cubrir el cuerpo</li> <li>- Protección de las malas vibras</li> </ul>
4	<b>Contexto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- País: Ecuador</li> <li>- Región: Costa</li> <li>- Provincia: Santo Domingo de los Tsa'chilas</li> <li>- Clima: lluvioso tropical</li> </ul>
5	<b>Simbólico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad</li> <li>- Espiritualidad / Conexión</li> <li>- Sabiduría / Conocimiento</li> <li>- Energía</li> </ul>
6	<b>Estilo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colorido / contraste</li> <li>- Recargado</li> </ul>
7	<b>Forma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figuras geométricas</li> <li>- Silueta rectangular</li> <li>- Texturas</li> </ul>
8	<b>Inspiración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La naturaleza</li> <li>- El pasado de sus ancestros</li> </ul>
9	<b>Técnica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tejidos en telar</li> <li>- Pintura corporal</li> <li>- Tejido con semillas naturales</li> </ul>

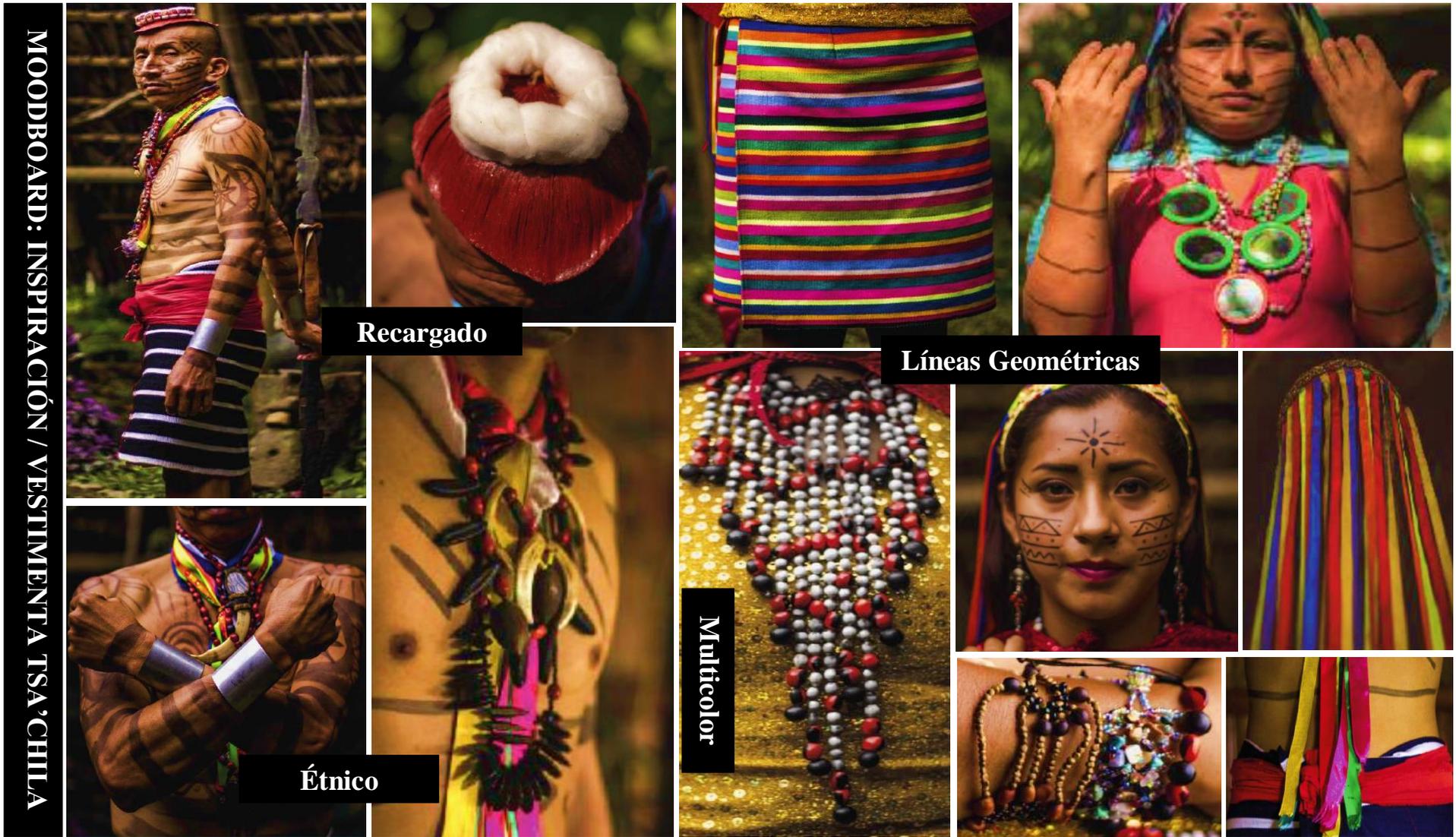


Imagen 20. Moodboard Inspiración / Vestimenta Tsa'chila

Elaborado por: Evelyn Carrera

## **6.8. Concepto de la propuesta**

La esencia y el hilo comunicativo de una colección de moda es el concepto, por ello, la presente propuesta trae una colección que tiene como concepto la búsqueda de las etnias como inspiración para reflejarlo en la modernidad, dentro de un universo protocolario, en este caso los vestidos de gala. Se hace presente la combinación del lujo, de la elegancia, la feminidad con la vestimenta ancestral de los Tsa'chilas donde se destaca un gran colorido, contrastes, variedad de formas y texturas que son elementos claves para el diseño de las propuestas.

## **6.9. Elementos del diseño**

### **6.9.1. Siluetas**

De acuerdo con las entrevistas realizadas al público objetivo y debido a sus preferencias de consumo, la silueta elegida para la colección es aquella con corte sirena la misma que acentúa el cuerpo y realza los atributos femeninos. Es una de las siluetas que se adhiere al cuerpo, marcando la cintura, busto y caderas logrando ser insinuante y provocativa de manera que muestra la sensualidad de la mujer Santo Domingueña.

### **6.9.2. Proporción y línea**

En el diseño de moda la proporción se refiere a la relación que compone el todo de una prenda, o a la manera en la que el cuerpo se divide mediante la combinación de líneas, cortes, bloques de color, texturas y tejidos (Jenkyn, 2013)a. Para la presente colección la proporción se divide con un corte en los vestidos, separando la parte superior e inferior de las prendas enfatizando la cintura, de igual manera, mediante la combinación de materiales se establece un equilibrio entre las caderas y el busto ya que se recarga la parte superior mediante la aplicación de apliques y pedrería y en la parte inferior se procede a dar amplitud en el largo de la falda.

El uso de la línea en el diseño intervine de varias maneras, ya sea en el tipo de cortes de las piezas de una prenda o en la aplicación de detalles lo cual va generado efecto visual interesante en el cuerpo. Varias son las aplicaciones de las líneas en la colección desde curvas que transmiten suavidad, delicadeza y feminidad en las prendas, o rectas que destacan la estilización del cuerpo femenino logrando que se visualiza alargado y elegante.

### **6.9.3. Función**

La presente colección tiene como prendas femeninas a los vestidos de gala, los cuales serán usados para eventos sociales o formales nocturnos respondiendo a las exigencias de cierto tipo de consumidor o usuario. Este tipo de indumentaria tiene como función cubrir las partes íntimas del cuerpo manteniendo los parámetros de pudor del usuario, cabe destacar, que estas prendas mantienen una funcionalidad estética que adorna y embellece el cuerpo.

### **6.9.4. Detalles**

El detalle es uno de los factores que reflejan ese toque diferenciador en una prenda. Por ello, varios son los detalles aplicados a cada vestido de la colección, tomados de la diferente forma que tiene la vestimenta de la Nacionalidad Tsa'chila, así mismo se hace el uso de pedrería, apliques y bordados realizados a mano. Además, se realizan diferentes tipos de escotes profundos y se juega con la aplicación de botones y cortes en los vestidos.

### **6.9.5. Estilo**

La fusión de culturas es el protagonismo del estilo tribal, una combinación de formas, estampados, bordados, plumas y una explosión de colorido abrazan a este estilo étnico dando ese toque original y jovial. Para esta colección se hace uso del estilo ya mencionado, puesto que toma como inspiración elementos relevantes de la vestimenta de la nacionalidad Tsa'chila, para lo cual se pretende dar a conocer una combinación de sus formas y su gran colorido y así, traer una propuesta diferente al universo protocolario.

## 6.10. Materiales e insumos

Tabla 24. Maquinaria e insumos.

Maquinaria y Equipos		
Materia Prima Indirecta		
		
Máquina industrial recta	Máquina industrial overlock	Maniquí sastre

Elaborado por: Evelyn Carrera

Tabla 25. Herramientas.

Herramientas			
			
Tijeras	Escuadras para patronaje	Hilos para confección y bordado	Agujas de mano para hilvanes y bordado

Elaborado por: Evelyn Carrera

**Tabla 26.** Materia prima.

<b>Materia Prima Directa</b>			
<b>Textiles</b>			
			
Podesua Sacha	Malla piel	Kiana	Tul con pedrería
<b>Insumos</b>			
			
Cristales tornasol	Cristales de colores	Cuentas de cristal tipo lágrimas	Cuentas de cristal redondas

**Elaborado por:** Evelyn Carrera

### Usuario

**Edad:** 25 a 35 años  
**Género:** Femenino  
**Perfil de consumidor Neotradicional:** tradicional evolucionado / equilibrio entre la tradicional y la actualidad / influenciado por nuevos conceptos la tecnología.  
**Generación Millenials:** 1980 – 2000 / asume riesgos / creativos e inteligentes / tecnológicos / realistas.

### Social

**Nivel económico:** Medio alto  
**Nivel cultural:** Responsable con el ambiente / interesados por preservar tradiciones y costumbres propias de la región / influencia de varios tipos de religiones.  
 Profesionales con experiencia laboral y formación académica superior.

### Funcional

- \* Indumentaria femenina para presentación en eventos sociales formales nocturnos.
- \* Cubrir las partes íntimas del cuerpo manteniendo los parámetros de pudor del usuario.
- \* Adornar el cuerpo.

### Contexto

**País:** Ecuador  
**Región:** Costa  
**Provincia:** Santo Domingo de los Tsa'chilas  
**Clima:** lluvioso tropical

### Estilo

- Estilo tribal:** mezcla de culturas étnicas / los orígenes / explosión de color.
- \* Variedad de detalles: estampados, bordados, plumas, flecos.
  - \* Look jovial y distinguido.

### Inspiración

- Vestimenta Tsa'chila**
- \* Colores
  - \* Elementos
  - \* Formas

Simbólico

- \* Elegancia
- \* Lujo
- \* Femenidad

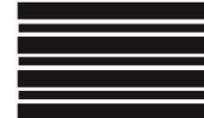
Técnico

- \* Textiles e insumos para la confección y bordado
- \* Patronaje y moldería
- \* Cortes de piezas en tela de forma manual
- \* Colocación de pedrería
- \* Ensamblaje de piezas forma industrial (máquinas de coser)
- \* Pulido y planchado manual

Forma

- \* **Tipología de prenda:** vestidos largos
- \* **Silueta:** corte sirena / se adhiere al cuerpo.
- \* Líneas orgánicas de acuerdo a la figura del cuerpo.
- \* Escotes profundos para estilizar el talle de la mujer.
- \* Fluidez volumétrica.
- \* Contraste de color, texturas y materiales.
- \* Cortes y detalles que permiten disimular los defectos de la silueta femenina.
- \* **Características Compositivas**  
**Principios compositivos:** simetría y asimetría / radiación / gradación / movimiento real y aparente.  
**Relaciones formales:** distanciamiento / unión/ toque / superposición .  
**Características físicas:** textura / color / proporción / tamaño.

- \* Uso de formas geométricas seleccionadas de la inspiración (vestimenta Tsa'chila).
- \* **Ideas Rápidas:** observación del moodboard / analizar las imágenes / boceto de las formas observadas.



- \* **Abstracción de las formas:** separar las formas más representativas de la vestimenta Tsa'chila, como su pintura facial, corporal y formas de la indumentaria / formar composiciones de módulos extraídos de los símbolos de la indumentaria Tsa'chila y Drepresentarlos en la colección.



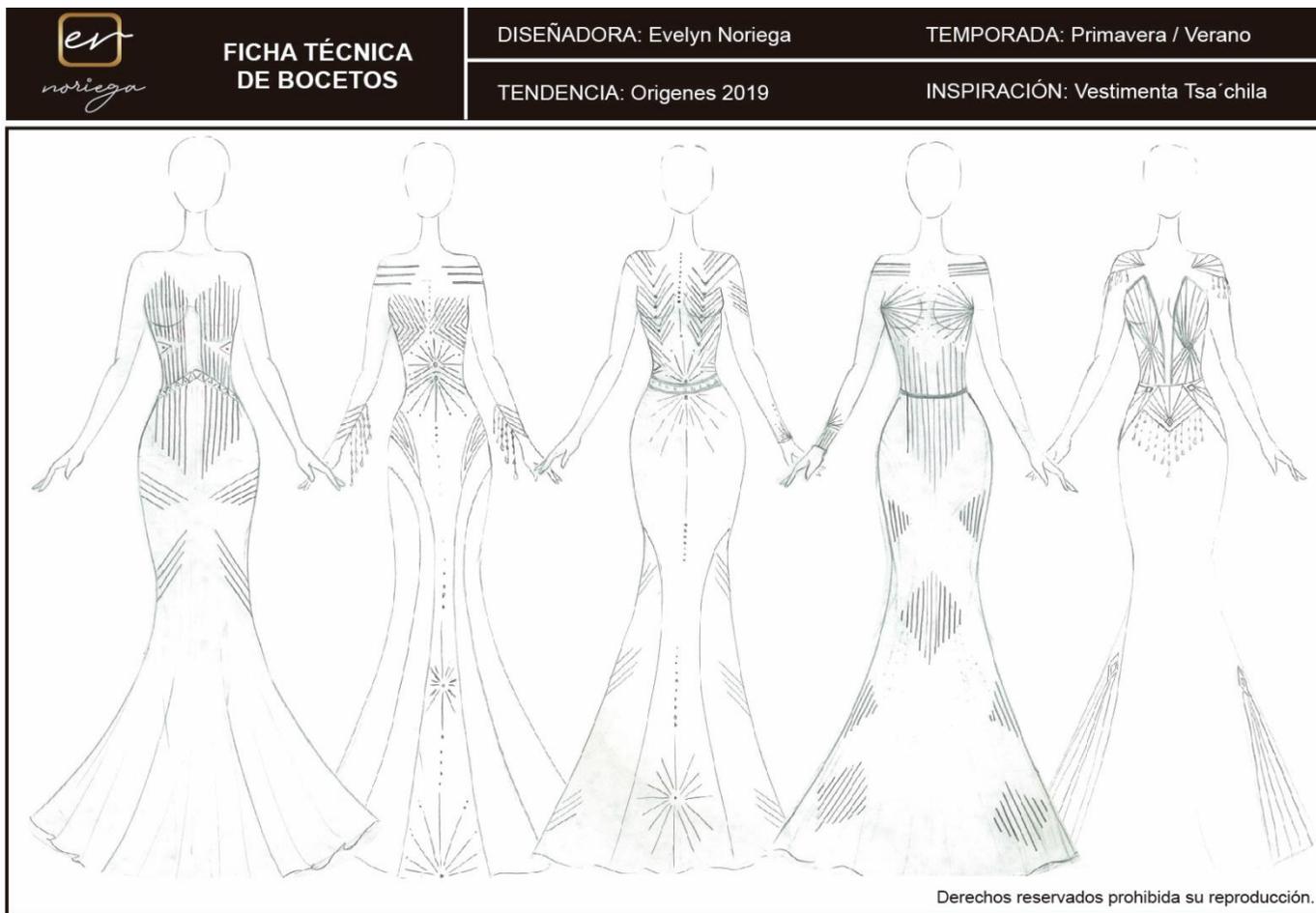


MOODBOARD: COLECCIÓN

Imagen 21. Moodboard Colección

Elaborado por: Evelyn Carrera

## 6.11. Bocetos e ilustraciones





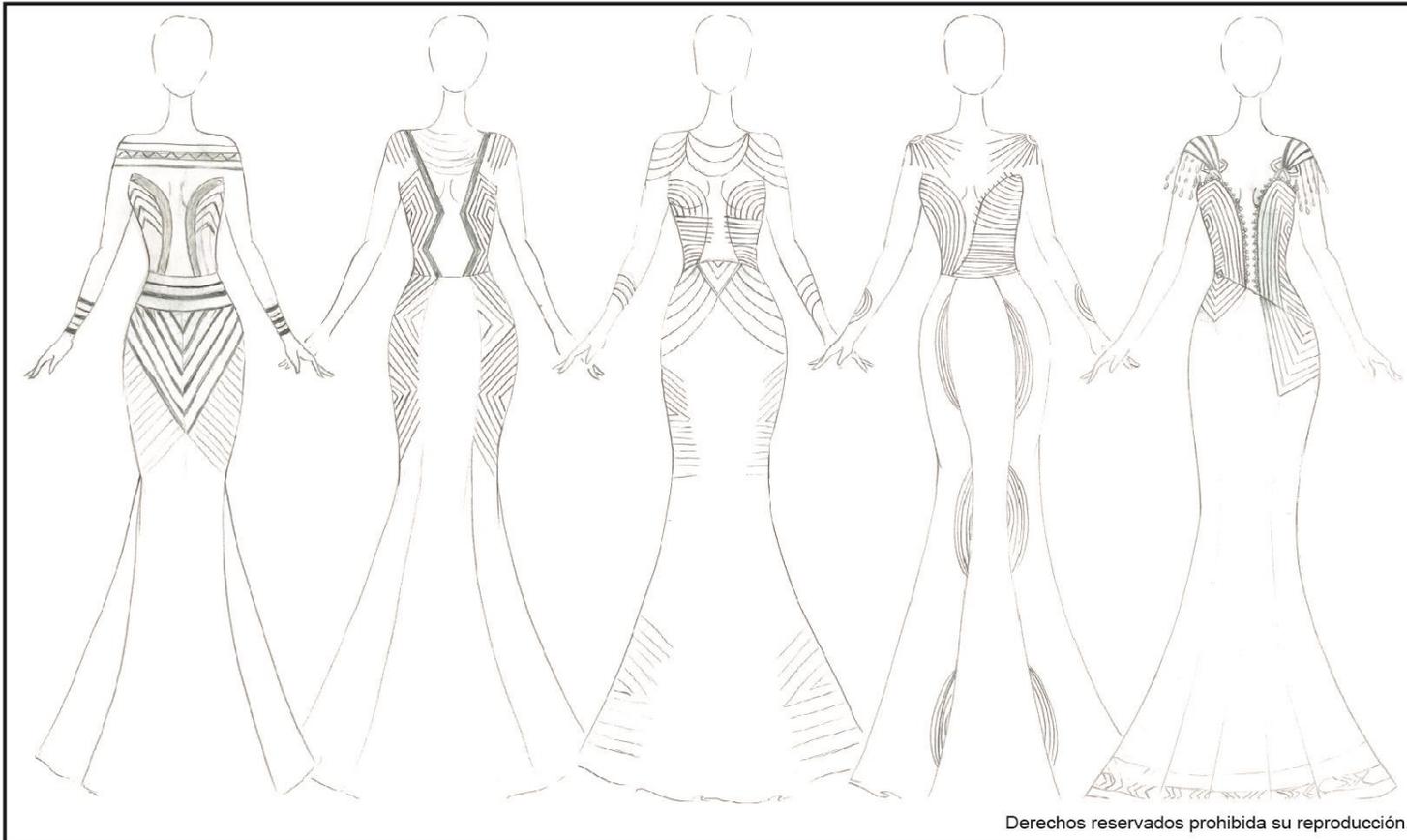
**FICHA TÉCNICA  
DE BOCETOS**

DISEÑADORA: Evelyn Noriega

TEMPORADA: Primavera / Verano

TENDENCIA: Origenes 2019

INSPIRACIÓN: Vestimenta Tsa'chila



Derechos reservados prohibida su reproducción.



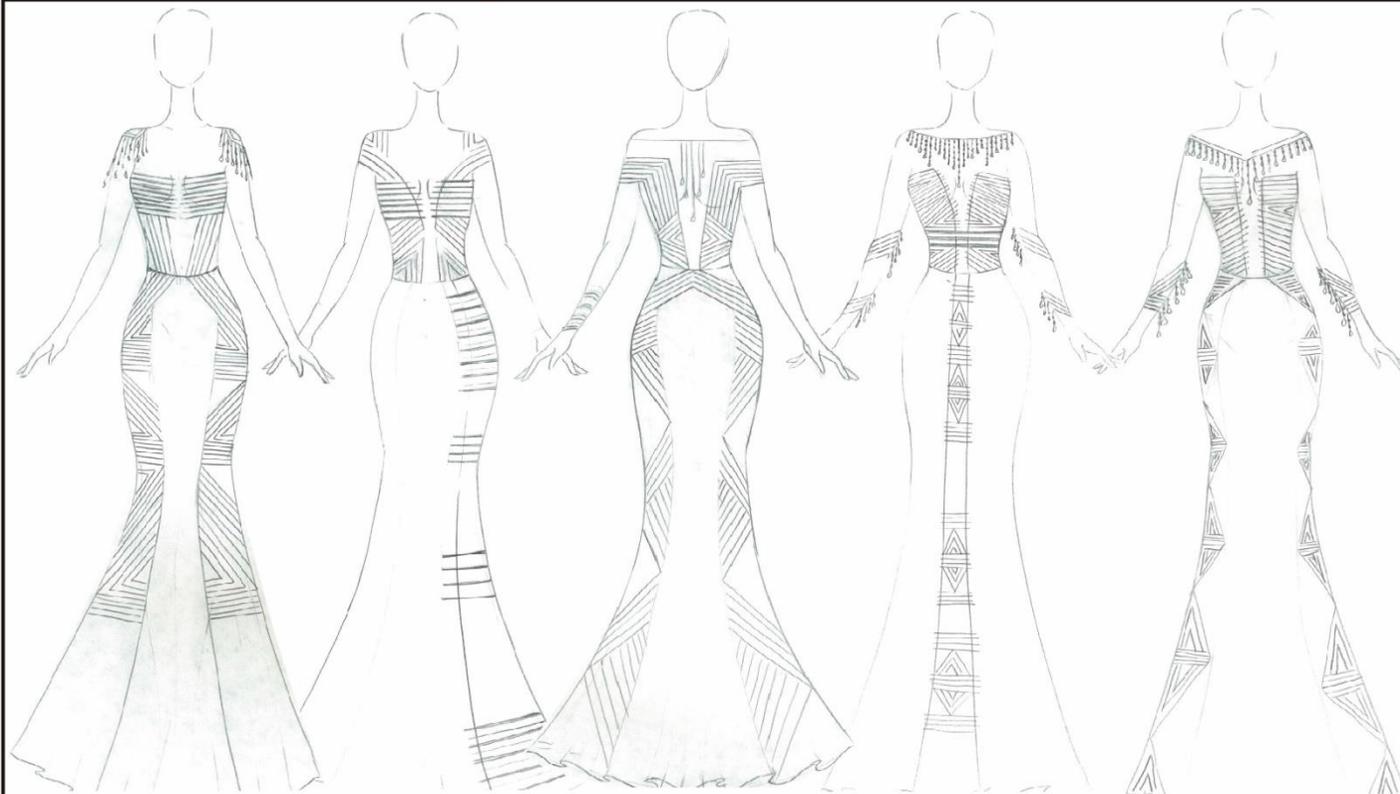
**FICHA TÉCNICA  
DE BOCETOS**

DISEÑADORA: Evelyn Noriega

TEMPORADA: Primavera / Verano

TENDENCIA: Origenes 2019

INSPIRACIÓN: Vestimenta Tsa'chila



Derechos reservados prohibida su reproducción.



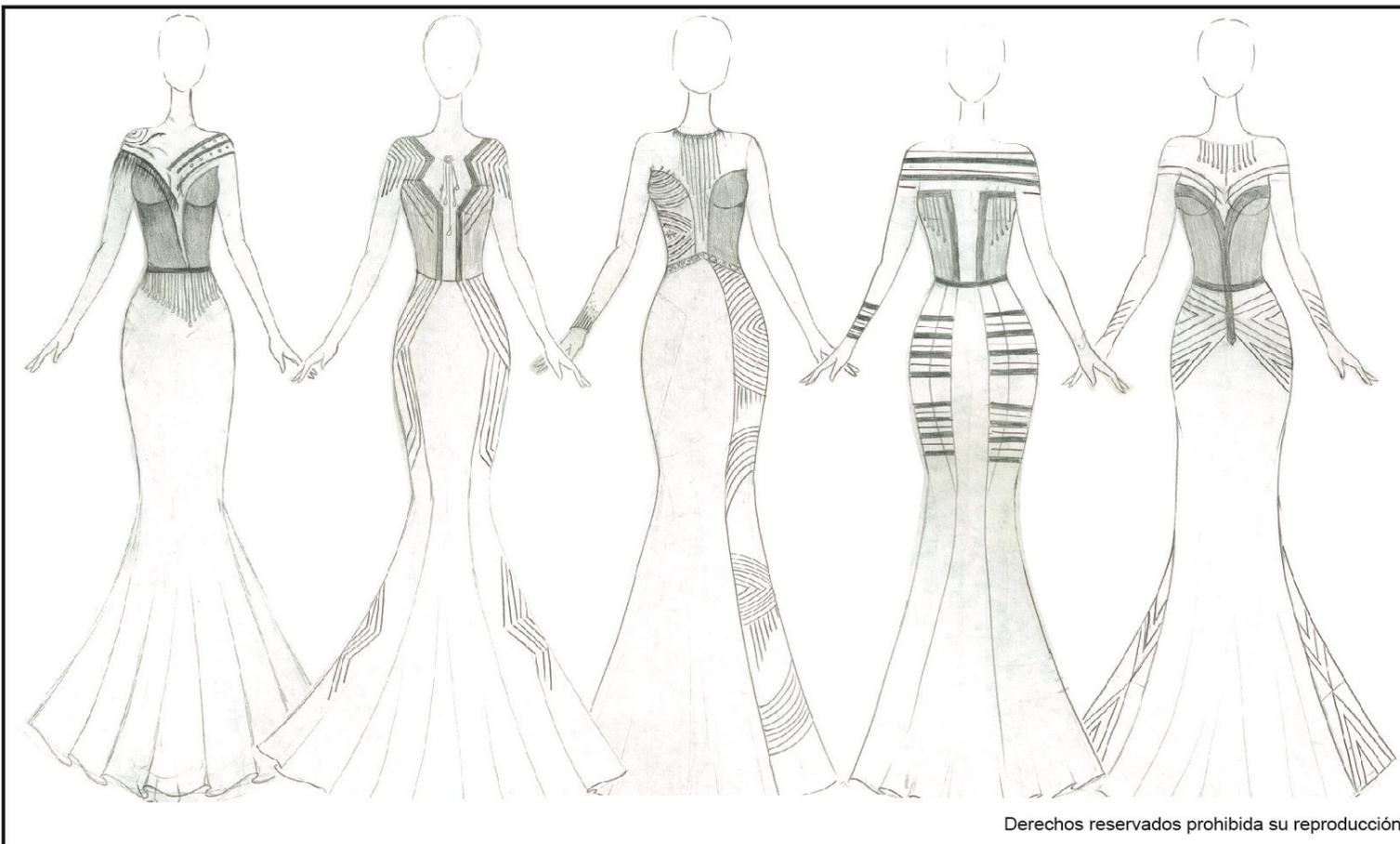
**FICHA TÉCNICA  
DE BOCETOS**

DISEÑADORA: Evelyn Noriega

TEMPORADA: Primavera / Verano

TENDENCIA: Origenes 2019

INSPIRACIÓN: Vestimenta Tsa'chila





**FICHA TÉCNICA  
DE BOCETOS**

DISEÑADORA: Evelyn Noriega

TEMPORADA: Primavera / Verano

TENDENCIA: Origenes 2019

INSPIRACIÓN: Vestimenta Tsa'chila



Derechos reservados prohibida su reproducción.



**FICHA TÉCNICA  
DE BOCETOS**

DISEÑADORA: Evelyn Noriega

TEMPORADA: Primavera / Verano

TENDENCIA: Origenes 2019

INSPIRACIÓN: Vestimenta Tsa'chila



Derechos reservados prohibida su reproducción.



## 6.12. Fichas técnicas

**FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN**

 **Inspiración:** Vestimenta Tsa'chila      **Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega      **Referencia:** VGF01



**Elaborado por:** Evelyn Noriega      **Prohibida su reproducción, derechos reservados**

## FICHA TÉCNICA DE INSUMOS Y MATERIALES



**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF01



### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Podesua Sasha  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Malla  
**Composición:** 80% Poliéster, 20% Elastano  
**Color:** Nud  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Tul con pedrería  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$52  
**Proveedor:** Gentex

### Cuidados de la Prenda



Limpeza en seco



Planchar a temperatura media



No usar cloro



No retorcer

## INSUMOS

### Características Generales

**Nombre:** Pasamanería de pedrería  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$1.00  
**Cantidad:** 2 metros



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería de colores  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 5.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería tornazonol  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería plateada  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



Elaborado por: Evelyn Noriega

Prohibida su reproducción, derechos reservados

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



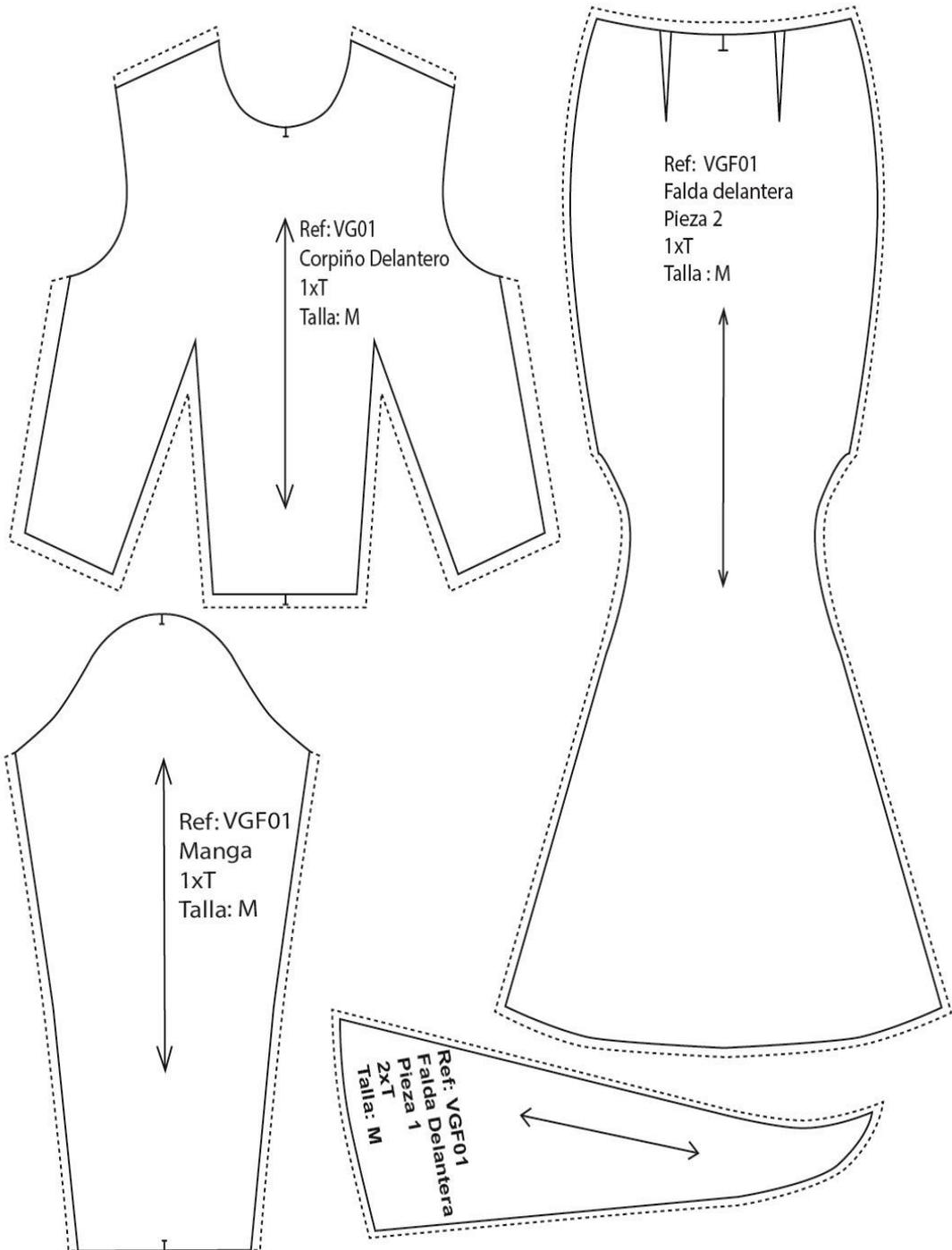
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF01

**Delantero**



### Simbología

Doblez de Tela	Línea de Corte	Pinza
⋅	—	V
Hilo de Tela	Piquete	Sesgo de tela
↱	⊥	/

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



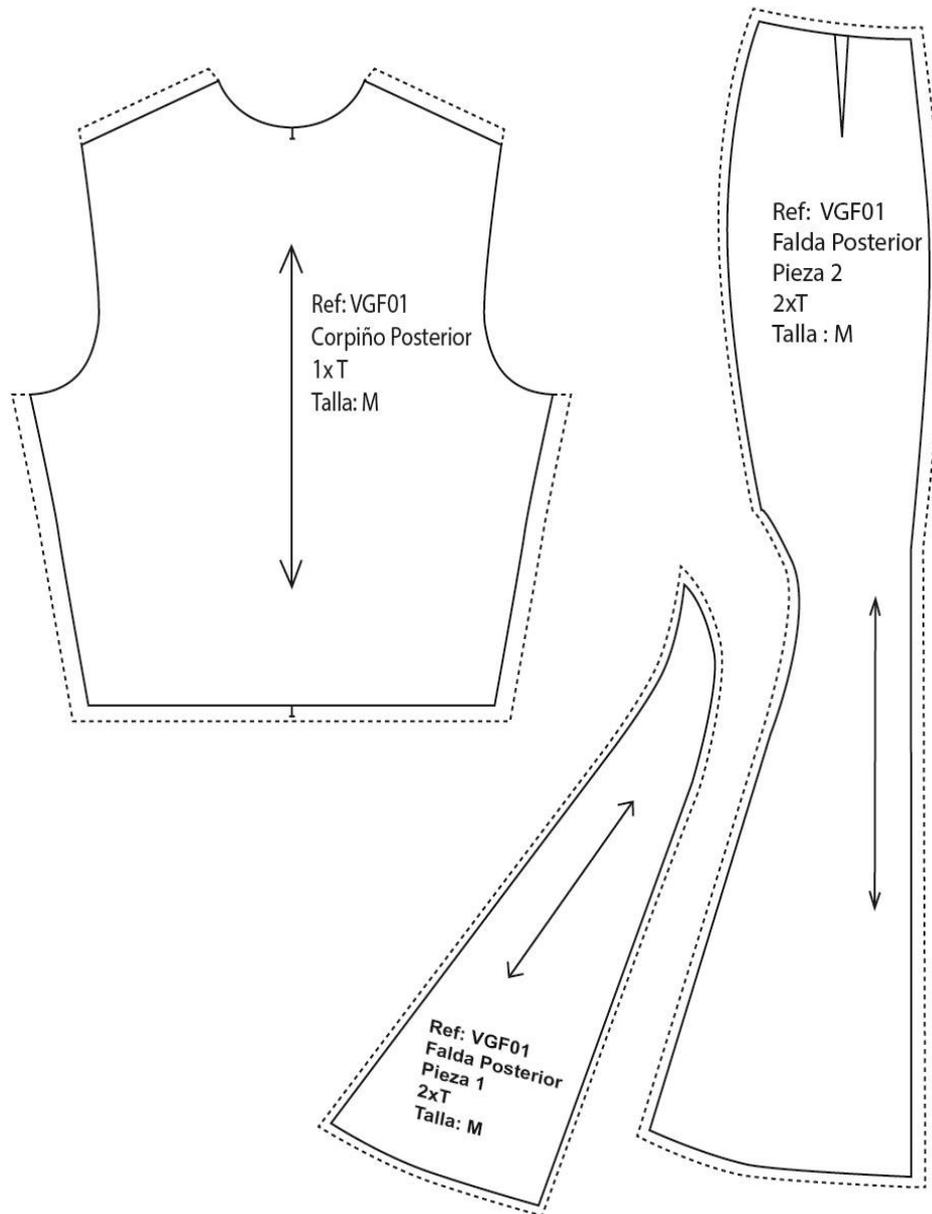
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF01

**Posterior**



### Simbología

Doble de Tela	••	Línea de Corte	—	Pinza	V
Hilo de Tela	↕	Piquete	⊥	Sesgo de tela	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



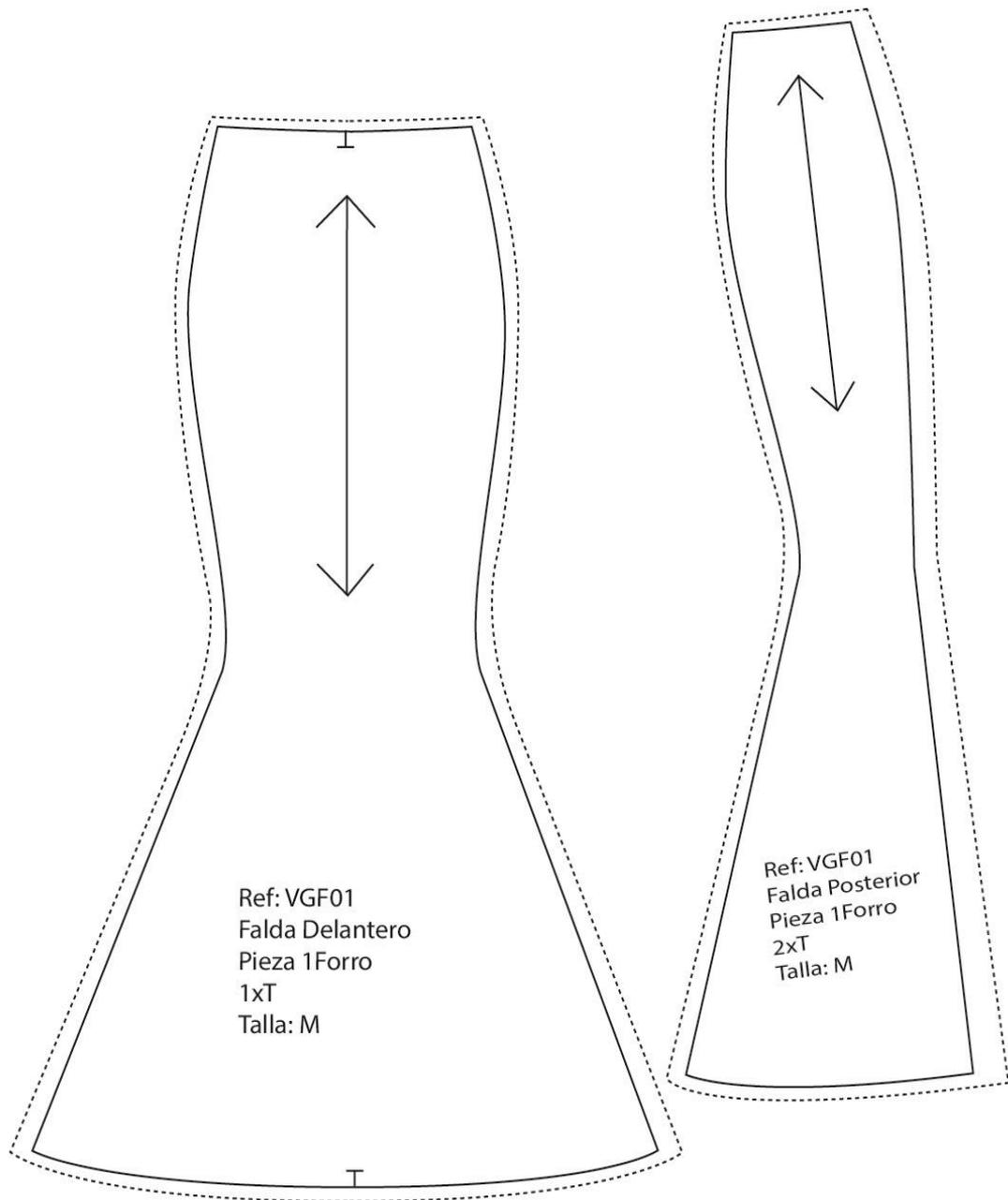
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF01

**Forro**



### Simbología

Doble de Tela	••	Línea de Corte	—
Hilo de Tela	↱	Piquete	⊥
		Pinza	V
		Sesgo de tela	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL



**Prenda:** Vestido de gala

**Colección:** Chilachi'To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF01

Nº	Descripción	Maquinaria	Tiempo / Seg.
1	Confección de pinzas en el delantero del corpiño	Recta 301	200 seg
2	Confección de cubre varillas en el delantero del corpiño	Recta 301	550 seg
3	Unión de hombros y costados del corpiño	Recta 301	300 seg
4	Planchado de costuras en el corpiño	Plancha	250 seg
5	Unión de manga en el corpiño	Recta 301	180 seg
6	Unión de piezas de la falda y forro del delantero	Recta 301	480 seg
7	Unión de piezas de la falda y forro del posterior	Recta 301	480 seg
8	Pasar overlock en lo orillos de las piezas de la falda y forro	Overlock	650 seg
9	Planchado de costuras de la falda y forro	Plancha	550 seg
10	Unión de costados delantero y posterior de la falda	Recta 301	300 seg
11	Unión de costados delantero y posterior del forro de la falda	Recta 301	300 seg
12	Planchado de costuras de los costados de la falda y forro	Plancha	600 seg
13	Unión del corpiño y falda	Recta 301	200 seg
14	Embolsado del forro de falda con el original de la falda	Recta 301	270 seg
15	Planchado de costuras	Plancha	540 seg
16	Colocación de copas en el corpiño	Manual	240 seg
17	Colocación de cierre en el costado del vestido	Recta 301	200 seg
18	Planchado de costura del cierre	Plancha	170 seg
19	Embolsar cierre	Recta 301	200 seg
20	Pasar overlock en bajo del vestido y forro	Overlock	250 seg
21	Realizar doblado en el bajo del vestido y forro	Recta 301	360 seg
22	Planchar doblados	Plancha	600 seg
23	Recorte de apliques	Manual	18000 seg
24	Colocación de apliques en la parte superior e inferior del vestido	Manual	39600 seg
25	Colocación de pedrería en el vestido	Manual	28800 seg
<b>Tiempo total de fabricación</b>			<b>94270 seg</b>

### Ilustración Delantero y Posterior



### Cuadro de Medidas

Contorno de busto	95
Contorno de cintura	65
Contorno de cadera	110
Talle delantero	45
Talle posterior	41
Ancho de espalda	34
Ancho de pecho	33
Ancho de hombro	12
Largo de manga	65
Contorno de muñeca	25
Alto de cadera	21
Alto de rodilla	60
Contorno de rodilla	50
Largo de falda	115

#### Observaciones

El número de puntada para el corpiño es de 2,5 mm y para falda y forro de 3,5 mm.

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, Prohibida su reproducción

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN



Inspiración: Vestimenta Tsa'chila

Colección: Chilachi'To SS / 2019

Diseñadora: Evelyn Noriega

Referencia: VGF02



Elaborado por: Evelyn Noriega

Prohibida su reproducción, derechos reservados

## FICHA TÉCNICA DE INSUMOS Y MATERIALES



**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF02



### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Podesua Sasha  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

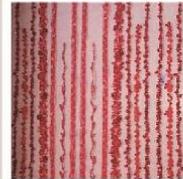
### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Malla  
**Composición:** 80% Poliéster, 20% Elastáno  
**Color:** Nud  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Tul con pedrería  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$52  
**Proveedor:** Gentex

### Cuidados de la Prenda



Limpieza en seco



Planchar a temperatura media



No usar cloro



No retorcer

## INSUMOS

### Características Generales

**Nombre:** Pedrería de colores  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 5.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pasamanería de pedrería  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$1.00  
**Cantidad:** 1 metro



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería plateada  
**Proveedor:** Almacén Gentex  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería tornazol  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Cuentas cristal lágrima  
**Proveedor:** Almacén Arbolito  
**Precio:** \$ 0.70 ctv.  
**Cantidad:** 1 sarta



### Características Generales

**Nombre:** Cuentas cristal redonda  
**Proveedor:** Almacén Arbolito  
**Precio:** \$ 0.70 ctv.  
**Cantidad:** 1 sarta



Elaborado por: Evelyn Noriega

Prohibida su reproducción, derechos reservados

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



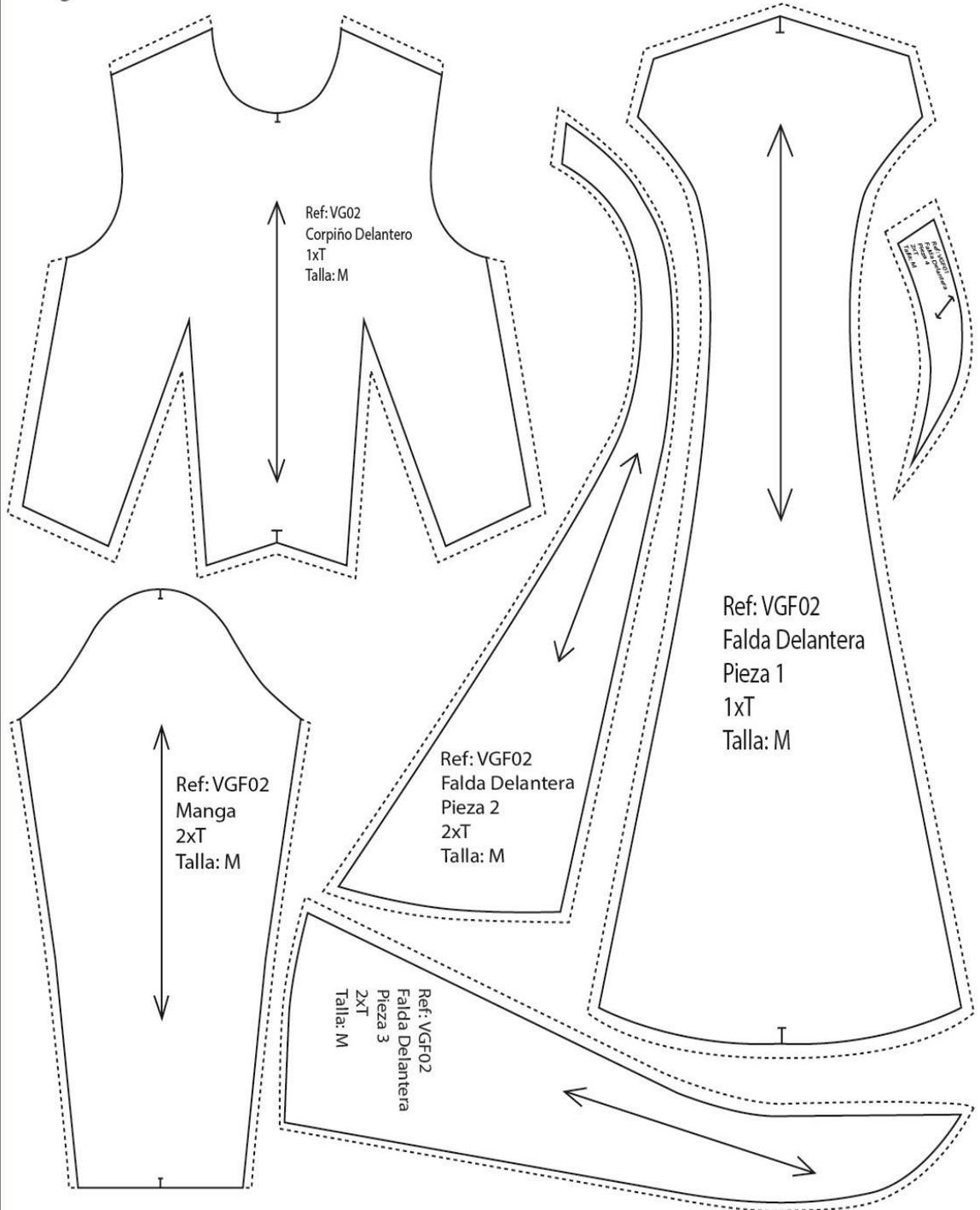
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF02

**Delantero**



### Simbología

Doble de Tela	Línea de Corte	Pinza
Hilo de Tela	Piquete	Sesgo de tela

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



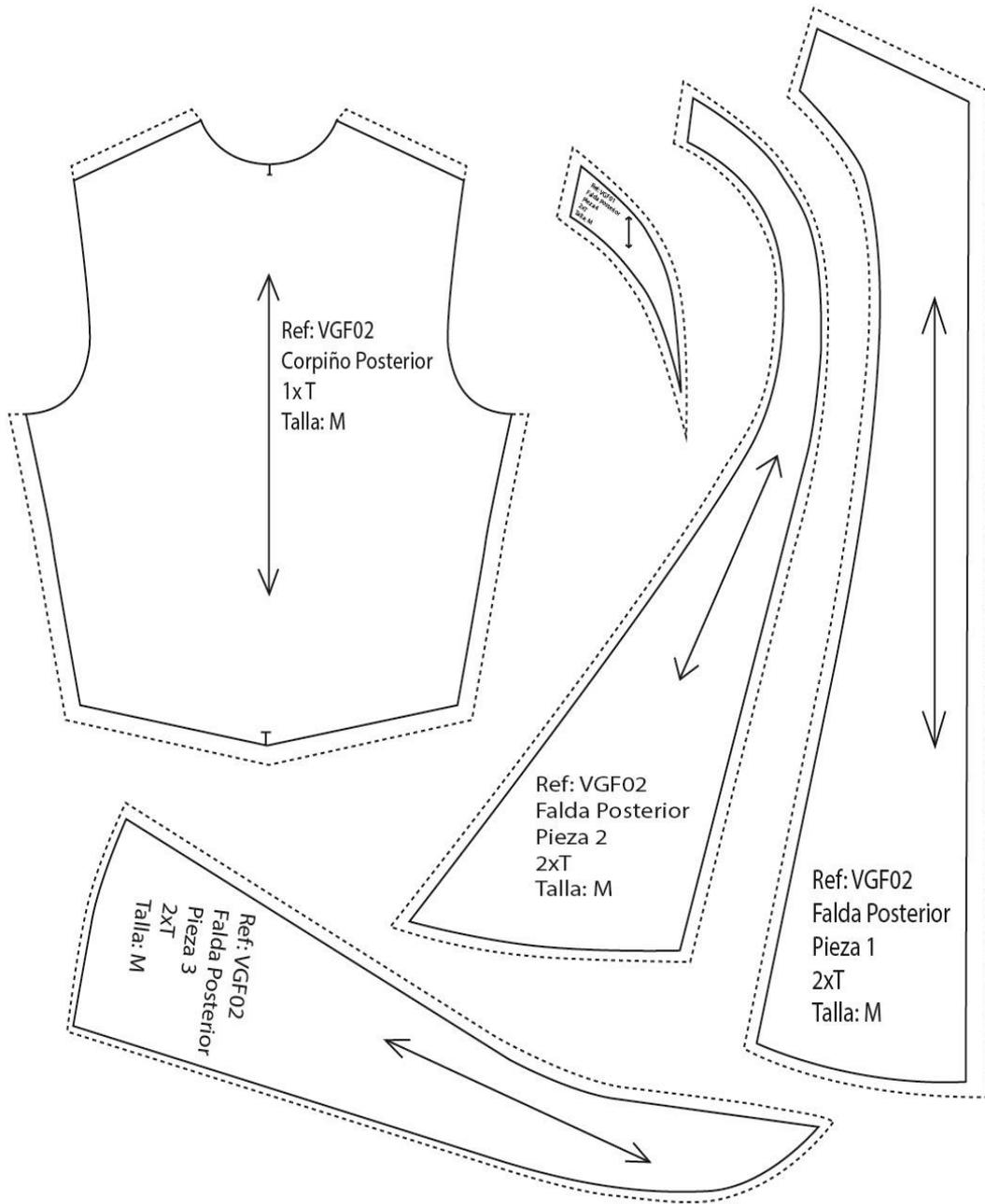
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF02

**Posterior**



### Simbología

Doble de Tela	●●	Línea de Corte	—	Pinza	V
Hilo de Tela	↓	Piquete	⊥	Sesgo de tela	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



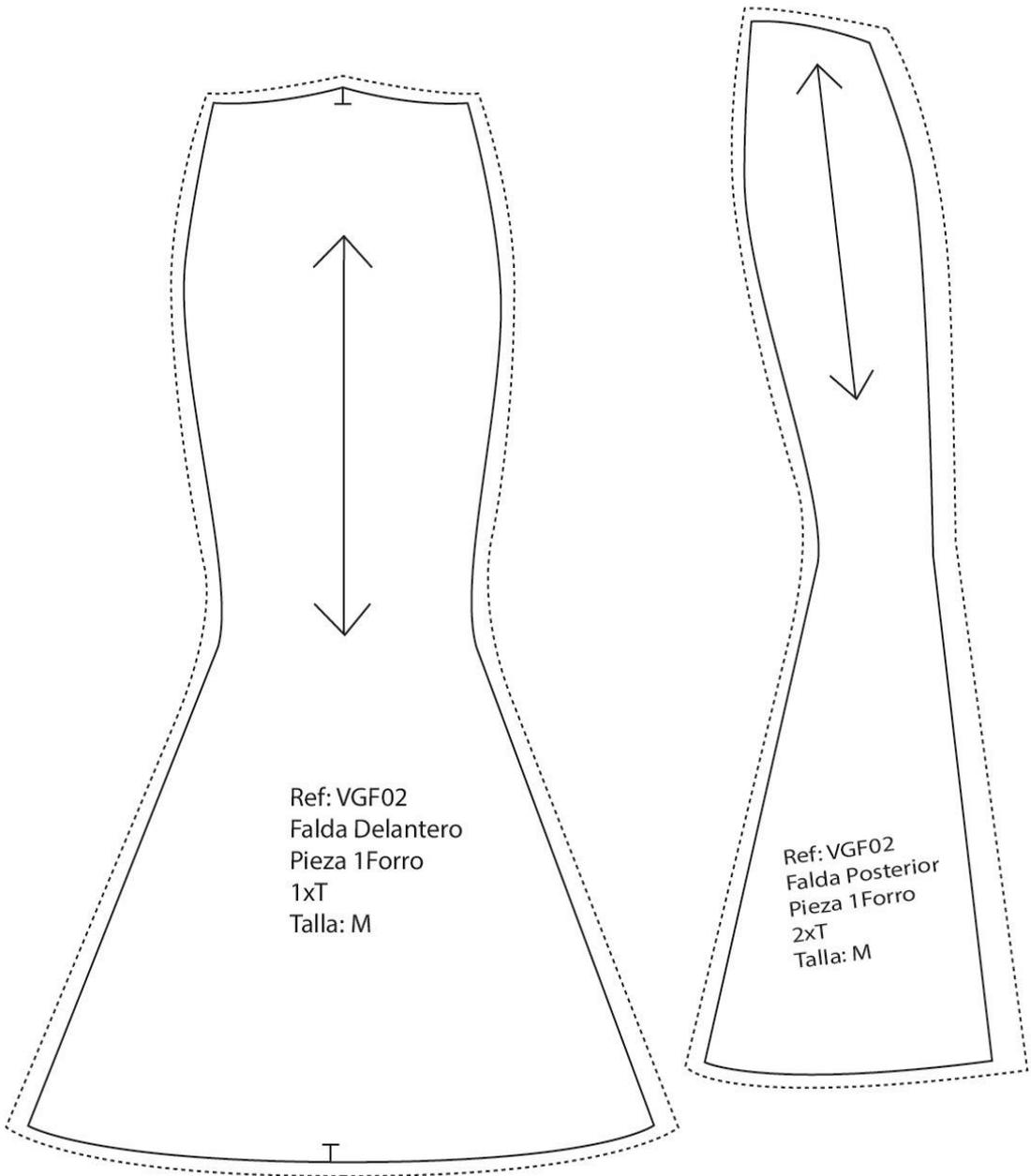
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF02

**Forro**



Ref: VGF02  
Falda Delantero  
Pieza 1Forro  
1xT  
Talla: M

Ref: VGF02  
Falda Posterior  
Pieza 1Forro  
2xT  
Talla: M

### Simbología

Doble de Tela	Línea de Corte	Pinza
Hilo de Tela	Piquete	Sesgo de tela

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL



**Prenda:** Vestido de gala

**Colección:** Chilachi To SS 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF02

N°	Descripción	Maquinaria	Tiempo
1	Confección de pinzas en el delantero del corpiño	Recta 301	200 seg
2	Confección de cubre varillas en el delantero del corpiño	Recta 301	550 seg
3	Confección y pegado de ojalillos en el posterior del corpiño	Recta 301	1320 seg
4	Unión de hombros y costados del corpiño	Recta 301	300 seg
5	Planchado de costuras en el corpiño	Plancha	260 seg
6	Confección de costados de mangas	Recta 301	240 seg
7	Unión de mangas en el corpiño	Recta 301	360 seg
8	Unión de piezas de la falda y forro del delantero	Recta 301	480 seg
9	Unión de piezas de la falda y forro del posterior	Recta 301	480 seg
10	Pasar overlock en lo orillos de las piezas de la falda y forro	Overlock	650 seg
11	Planchado de costuras de la falda y forro	Plancha	550 seg
12	Unión de costados delantero y posterior de la falda y del forro	Recta 301	600 seg
13	Unión del corpiño y la falda	Recta 301	200 seg
14	Embolsado del forro de falda con el original del la falda	Recta 301	270 seg
15	Planchado de costuras	Plancha	540 seg
16	Colocación de copas en el corpiño	Manual	240 seg
17	Colocación del cierre en el posterior de la falda	Recta 301	170 seg
18	Planchado de costura del cierre	Plancha	540 seg
19	Embolsar cierre	Recta 301	160 seg
20	Planchado de costura del cierre	Plancha	140 seg
21	Pegado de botones en el posterior del corpiño	Manual	360 seg
22	Pasar overlock en bajo del vestido y del forro	Overlock	250 seg
23	Realizar doblado en el bajo del vestido y del forro	Recta 301	360 seg
24	Planchar doblados	Plancha	600 seg
25	Recorte de apliques	Manual	18000 seg
26	Colocación de apliques en la parte superior e inferior del vestido	Manual	39600 seg
27	Elaboracion de detalles colgantes con mullos en las mangas	Manual	21600 seg
28	Colocación de pedrería en el vestido	Manual	28800 seg
<b>Tiempo total de fabricación</b>			<b>117820 seg</b>

### Ilustración Delantero y Posterior



### Cuadro de Medidas

Contorno de busto	95
Contorno de cintura	65
Contorno de cadera	110
Talle delantero	45
Talle posterior	41
Ancho de espalda	34
Ancho de pecho	33
Ancho de hombro	12
Largo de manga	65
Contorno de muñeca	25
Alto de cadera	21
Alto de rodilla	60
Contorno de rodilla	50
Largo de falda	115
<b>Observaciones</b>	
El número de puntada para el corpiño es de 2,5 mm y para falda y forro de 3,5 mm.	

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados prohibida su reproducción

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN



Inspiración: Vestimenta Tsa'chila

Colección: Chilachi'To SS / 2019

Diseñadora: Evelyn Noriega

Referencia: VGF03



Elaborado por: Evelyn Noriega

Prohibida su reproducción, derechos reservados

## FICHA TÉCNICA DE INSUMOS Y MATERIALES



**Prenda:** Vestido de Gala

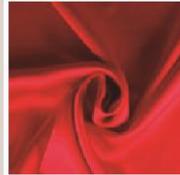
**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF03



### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Podesua Sasha  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Malla  
**Composición:** 80% Poliéster, 20% Elastano  
**Color:** Nud  
**Costo por metro:** \$9.50  
**Proveedor:** Gentex

### Muestra del Textil



### Características Generales

**Nombre:** Kiana  
**Composición:** 100% Poliéster  
**Color:** Rojo  
**Costo por metro:** \$2.00  
**Proveedor:** Gentex

### Cuidados de la Prenda



Limpieza en seco



Planchar a temperatura media



No usar cloro



No retorcer

## INSUMOS

### Características Generales

**Nombre:** Pedrería plateada  
**Proveedor:** Almacén Gentex  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería de colores  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 5.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Pedrería tornazol  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$ 9.00  
**Cantidad:** 1 funda



### Características Generales

**Nombre:** Cuentas cristal lágrima  
**Proveedor:** Almacén Arbolito  
**Precio:** \$ 0.70 ctv.  
**Cantidad:** 1 sarta



### Características Generales

**Nombre:** Cuentas cristal redonda  
**Proveedor:** Almacén Arbolito  
**Precio:** \$ 0.70 ctv.  
**Cantidad:** 1 sarta



### Características Generales

**Nombre:** Pasamanería de pedrería  
**Proveedor:** Almacén Henry  
**Precio:** \$1.00  
**Cantidad:** 1 metro



Elaborado por: Evelyn Noriega

Prohibida su reproducción, derechos reservados

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



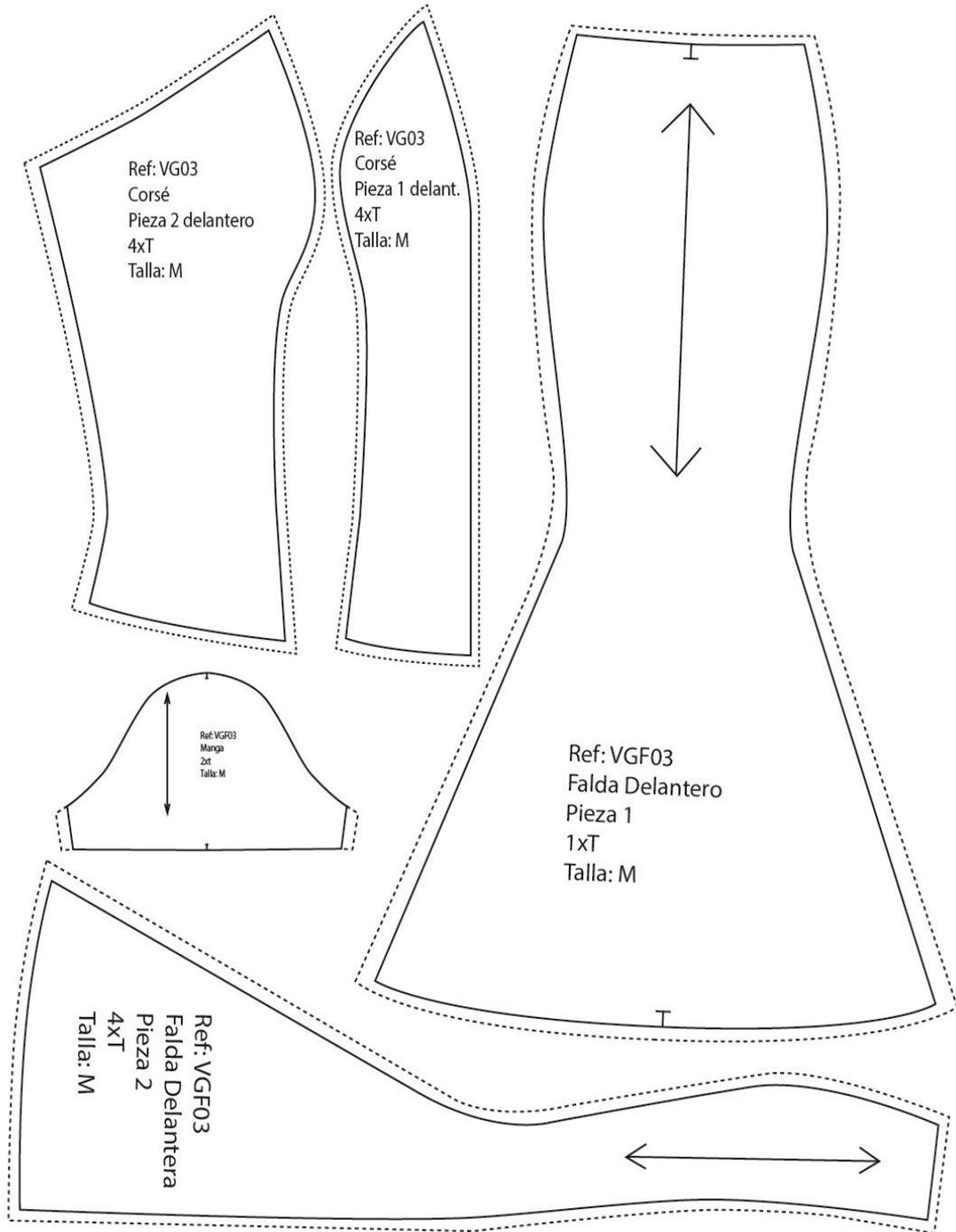
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF03

**Delantero**



### Simbología

Doble de Tela	Línea de Corte	Pinza
••	—	V
Hilo de Tela	Piquete	Sesgo de tela
↱	⊥	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



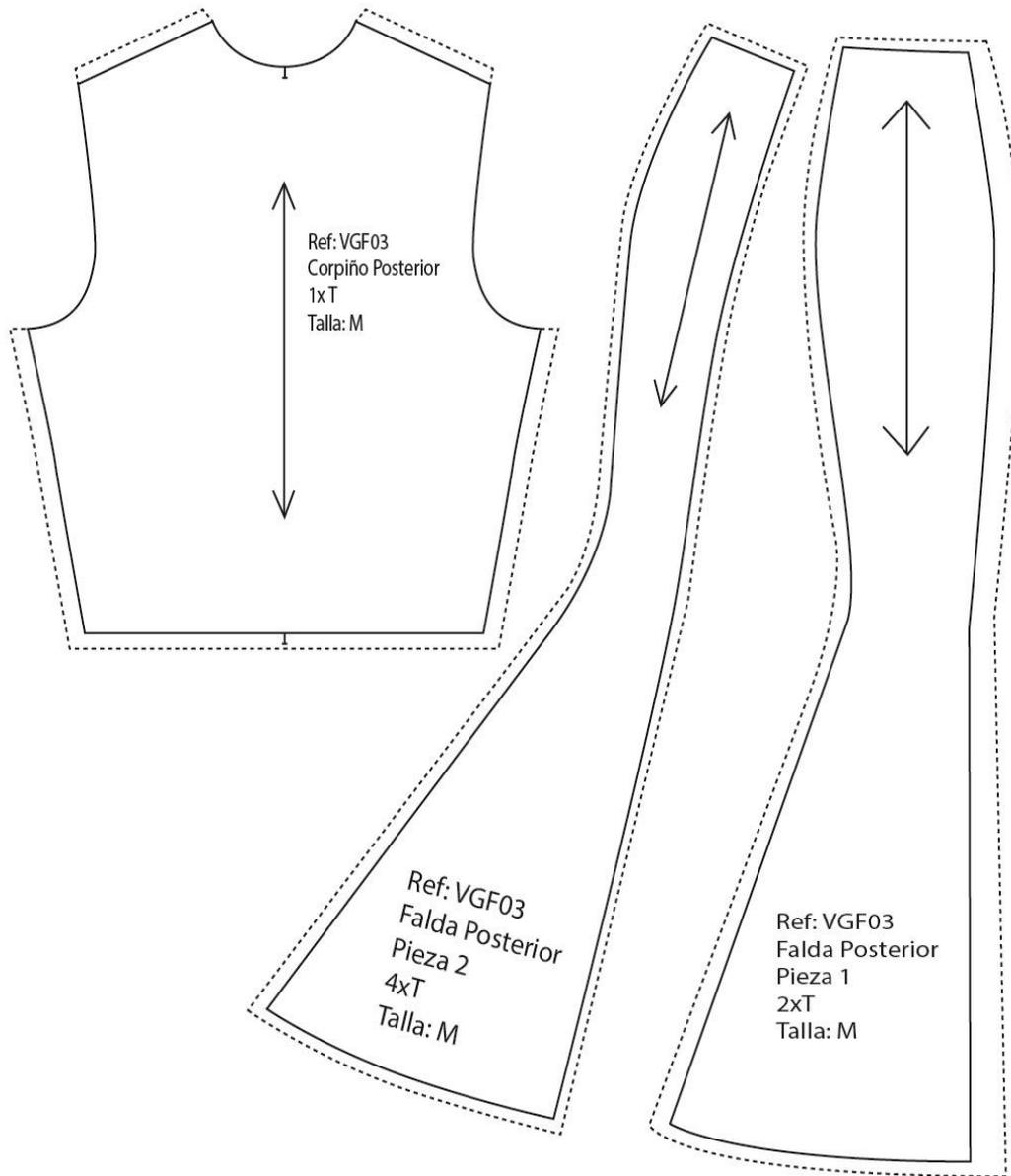
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** ChilachiTo SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF03

**Posterior**



### Simbología

Doble de Tela	••	Línea de Corte	—	Pinza	V
Hilo de Tela	↱	Piquete	⊥	Sesgo de tela	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



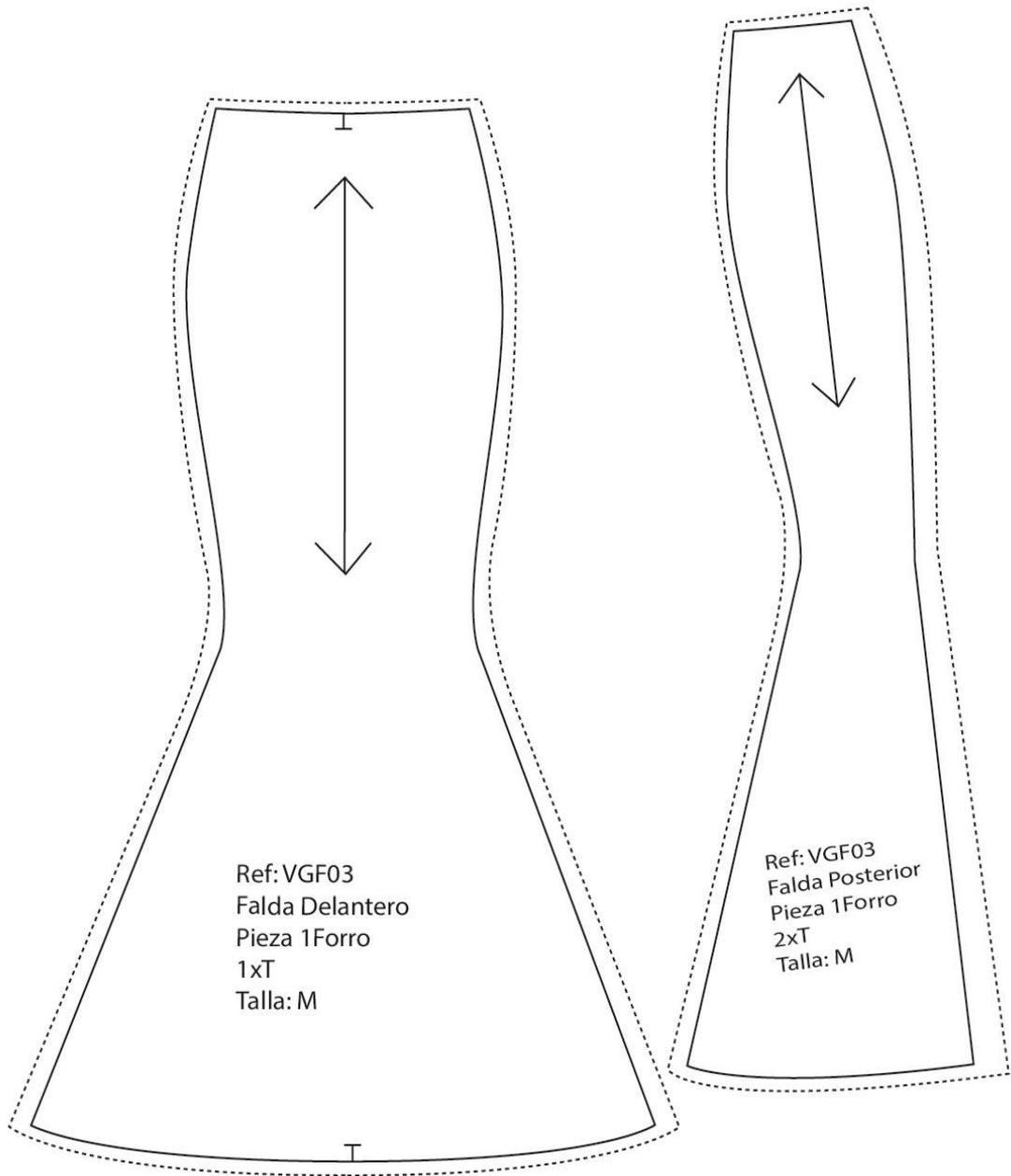
**Prenda:** Vestido de Gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Método de Patronaje:** Plano

**Referencia:** VGF03

**Forro**



Ref: VGF03  
Falda Delantero  
Pieza 1Forro  
1xT  
Talla: M

Ref: VGF03  
Falda Posterior  
Pieza 1Forro  
2xT  
Talla: M

### Simbología

Doble de Tela	••	Línea de Corte	—
Hilo de Tela	↱	Piquete	⊥
		Pinza	V
		Sesgo de tela	↘

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.

## FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL



**Prenda:** Vestido de gala

**Colección:** Chilachi To SS / 2019

**Diseñadora:** Evelyn Noriega

**Referencia:** VGF03

N°	Descripción	Maquinaria	Tiempo
1	Confección de piezas original y forro del delantero del corsé	Recta 301	300 seg
2	Confección de malla en el delantero del corsé	Recta 301	500 seg
3	Colocación de copas en el delantero del corsé	Manual	180 seg
4	Confección y pegado de ojalillos en el posterior del corpiño	Recta 301	1320 seg
5	Unión de hombros y costados del delantero y posterior del corsé	Recta 301	300 seg
6	Planchado de costuras	Plancha	600 seg
7	Confección de costados de mangas	Recta 301	200 seg
8	Unión de mangas en el corpiño	Recta 301	360 seg
9	Planchado de costuras	Plancha	160 seg
10	Unión de piezas de la falda y forro del delantero y posterior	Recta 301	900 seg
11	Pasar overlock en lo orillos de las piezas de la falda y forro	Overlock	650 seg
12	Planchado de costuras de la falda y forro	Plancha	550 seg
13	Unión de costados delantero y posterior de la falda y del forro	Recta 301	600 seg
14	Planchado de costuras de la falda y forro	Plancha	540 seg
15	Unión del corsé y de la falda del vestido	Recta 301	200 seg
16	Embolsado del forro de falda con el original de la falda	Recta 301	270 seg
17	Planchado de costuras	Plancha	400 seg
18	Confección de cierre en el posterior de la falda	Recta 301	170 seg
19	Embolsado del cierre	Recta 301	160 seg
20	Pasar overlock en bajo del vestido y forro	Overlock	250 seg
21	Realizar doblado en el bajo del vestido y forro	Recta 301	360 seg
22	Planchar doblados	Plancha	600 seg
23	Recorte de apliques	Manual	7200 seg
24	Colocación de apliques en la parte superior e inferior del vestido	Manual	39600 seg
25	Colocación de pedrería en el vestido	Manual	28800 seg
26	Elaboración de detalles colgantes con mullos en las mangas	Manual	21600 seg
<b>Tiempo total de fabricación</b>			<b>106770 seg</b>

**Ilustración Delantero y Posterior**



**Cuadro de Medidas**

Contorno de busto	95
Contorno de cintura	65
Contorno de cadera	110
Talle delantero	45
Talle posterior	41
Ancho de espalda	34
Ancho de pecho	33
Ancho de hombro	12
Largo de manga	20
Contorno de muñeca	25
Alto de cadera	21
Alto de rodilla	60
Contorno de rodilla	50
Largo de falda	115

**Observaciones**

El número de puntada para el corpiño es de 2,5 mm y para falda y forro de 3,5 mm.

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados prohibida su reproducción

6.13. Photo Book









### 6.14. Costos de producción

<b>FICHA DE COSTOS</b>						
<b>PRENDA:</b>	Vestido de gala	<b>TEMPORADA:</b>	Primavera verano 2019			
<b>DISEÑADORA:</b>	Evelyn Carrera	<b>REFERENCIA:</b>	VGF01			
<b>Materiales</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>Materia prima</b>						
Tela podesua sasha	Metro	3	9,5	\$28,50		
Tela malla piel	Metro	1	9,5	\$9,50		
Tela tull con pedrería	Metro	0,5	54,00	\$27,00		
Tela kiana	Metro	3	1,80	\$5,40		
<b>Total de costo MP</b>				<b>\$70,40</b>		
<b>Insumo</b>						
Pedreria plateada y tornasol	Funda	3	9,0	\$27,00		
Pedreria multicolor	Funda	10	0,6	\$6,00		
cierre	Unidad	1	0,6	\$0,60		
Varilla de corset	Metro	1	0,35	\$0,35		
par de copas con realce	Unidad	1	2,60	\$2,60		
hilos	Unidad	4	0,15	\$0,60		
<b>Total de costo insumo</b>				<b>\$37,15</b>		
<b>Mano de obra</b>						
Referencia	Responsable	Cantidad	Sueldo	Costo por día	Coste por hora	Costo de producción
Diseño	Diseñadora	5h	\$600,00	\$20,00	\$2,50	\$12,50
Patronaje y corte	Operario	5h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$8,20
Confección, bordado y empaquetado	Operario	26h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$42,64
<b>Total de costo MP</b>		\$70,40				
<b>Total de costo insumo</b>		\$37,15				
<b>Total de costo MO</b>		\$63,34				
<b>Total de coto de producción</b>		\$170,89				
<b>Costos fijos 5%</b>		\$8,54				
<b>Ganancia 50%</b>		\$85,45				
<b>Total</b>		\$264,88				
<b>Iva 12%</b>		\$31,79				

<b>Total precio de venta</b>	\$296,67
------------------------------	----------

<b>FICHA DE COSTOS</b>				
<b>PRENDA:</b>	Vestido de gala	<b>TEMPORADA:</b>	Primavera verano 2019	
<b>DISEÑADORA:</b>	Evelyn Carrera	<b>REFERENCIA:</b>	VGF02	
<b>Materiales</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
<b>Materia prima</b>				
Tela podesua sasha	Metro	3	9,5	\$28,50
Tela malla piel	Metro	1,5	9,5	\$14,25
Tela tull con pedrería	Metro	0,5	54	\$27,00
Tela kiana	Metro	3	1,80	\$5,40
<b>Total de costo MP</b>				\$75,15
<b>Insumo</b>				
Pedreria plateada y tornasol	Funda	3	9,0	\$27,00
Pedreria multicolor	Funda	5	0,6	\$3,00
Cuenta plana #4	Sarta	2	0,65	\$1,30
Sarta de cuenta plana #6	Sarta	1,5	0,65	\$0,98
Sarta de cuenta plana #4	Sarta	1,5	0,65	\$0,98
Sarta de cuenta plana #6 roja	Sarta	1,5	0,80	\$1,20
Sarta de cuenta plana #6	Sarta	1,5	0,65	\$0,98
Gota plateada	Sarta	0,5	2,05	\$1,03
Gota roja	Sarta	0,5	2,75	\$1,38
Pata de mula roja	Sarta	0,5	1,75	\$0,88
Pata de mula plateada	Sarta	0,5	0,50	\$0,25
Docena de botones	Docena	1,5	1,50	\$2,25
cierre	Unidad	1	0,35	\$0,35
Varilla de corset	Metro	1	0,35	\$0,35
par de copas con realce	Unidad	1	2,60	\$2,60
hilos	Unidad	4	0,15	\$0,60
<b>Total de costos insumo</b>				\$45,10
<b>Mano de obra</b>				

Referencia	Responsable	Cantidad	Sueldo	Costo por día	Coste por hora	Costo de producción
Diseño	Diseñadora	5h	\$600,00	\$20,00	\$2,50	\$12,50
Patronaje y corte	Operario	5h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$8,20
Confección, bordado y empaquetado	Operario	26h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$42,64
<b>Total de costo MP</b>		\$75,15		<b>Total de costo</b>		\$63,34
<b>Total de costo insumo</b>		\$45,10				
<b>Total de costo MO</b>		\$63,34				
<b>Total de costo de producción</b>		\$183,59				
<b>Costos fijos 5%</b>		\$9,18				
<b>Ganancia 50%</b>		\$91,80				
<b>Total</b>		\$284,56				
<b>Iva 12%</b>		\$34,15				
<b>Total precio de venta</b>		\$318,71				

FICHA DE COSTOS				
<b>PRENDA:</b>	Vestido de gala	<b>TEMPORADA:</b>	Primavera verano 2019	
<b>DISEÑADORA:</b>	Evelyn Carrera	<b>REFERENCIA:</b>	VGF03	
Materiales	unidad	cantidad	V. Unitario	V. Total
Materia prima				
Tela podesua sasha	Metro	3	9,5	\$28,50
Tela malla piel	Metro	0,5	9,5	\$4,75
Tela tull con pedrería	Metro	0,5	54	\$27,00
Tela kiana	Metro	3	1,80	\$5,40
<b>Total de costos MP</b>				\$65,65
Insumo				
Pedrería plateada y tornasol	Funda	3	9,0	\$27,00
Pedrería multicolor	Funda	5	0,6	\$3,00
Cuenta plana #4	Sarta	2	0,65	\$1,30
Sarta de cuenta plana #6	Sarta	1,5	0,65	\$0,98
Sarta de cuenta plana #4	Sarta	1,5	0,65	\$0,98

	Sarta de cuenta plana #6 roja	Sarta	1,5	0,80	\$1,20	
	Sarta de cuenta plana #6	Sarta	1,5	0,65	\$0,98	
	Gota plateada	Sarta	0,5	2,05	\$1,03	
	Gota roja	Sarta	0,5	2,75	\$1,38	
	Pata de mula roja	Sarta	0,5	1,75	\$0,88	
	Pata de mula plateada	Sarta	0,5	0,50	\$0,25	
	Docena de botones	Docena	1,5	1,50	\$2,25	
	cierre	Unidad	1	0,35	\$0,35	
	Varilla de corset	Metro	1	0,35	\$0,35	
	par de copas con realce	Unidad	1	2,60	\$2,60	
	hilos	Unidad	4	0,15	\$0,60	
<b>Total de costos insumo</b>					\$45,10	
<b>Mano de obra</b>						
Referencia	Responsable	Cantidad	Sueldo	Costo por día	Coste por hora	Costo de producción
Diseño	Diseñadora	5h	\$600,00	\$20,00	\$2,50	\$12,50
Patronaje y corte	Operario	5h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$8,20
Confección, bordado y empaquetado	Operario	26h	\$394,00	\$13,13	\$1,64	\$42,64
<b>Total de costo MP</b>		\$65,65		<b>Total de costo</b>		\$63,34
<b>Total de costo insumo</b>		\$45,10				
<b>Total de costo MO</b>		\$63,34				
<b>Total de coto de producción</b>		\$174,09				
<b>Costos fijos 5%</b>		\$8,70				
<b>Ganancia 50%</b>		\$87,05				
<b>Total</b>		\$269,84				
<b>Iva 12%</b>		\$32,38				
<b>Total precio de venta</b>		\$302,22				

## CONCLUSIONES

- En resumen, esta tesis se diseñó una colección de vestidos de gala que tomó como inspiración la vestimenta de la Nacionalidad Tsa'chila, en dicha colección se hace presente la combinación de la elegancia con lo étnico dando ese toque original a cada vestido. Es de esta manera, que se establece el factor innovación y el valor agregado al producto, lo cual permite una diferenciación en la competencia. Hay que mencionar, que, para el proceso de diseño, se hizo uso de la herramienta primordial como es la investigación, misma que da las bases necesarias para la construcción de un producto creativo y funcional, esto se debe a la información recopilada de imágenes, materiales prácticos y sobre todo conocer el tipo de consumidor para el cual se va a diseñar.
- Por consiguiente, la información clave para la propuesta del presente proyecto fue la investigación realizada por Prado Liliana, misma que ofrece un registro fotográfico completo de la vestimenta Tsa'chila y da la significación de cada elemento que la conforma. De esta forma, se pudo seleccionar el punto de inspiración y así mismo, hacer uso de un instrumento necesario como el moodboard, para aportar con ideas creativas al momento del diseño de la colección y extraer los diferentes elementos de la vestimenta como sus formas y colores, quienes se los adaptó en las prendas de vestir.
- En conclusión, se establecieron indicaciones o pasos que permitieron alcanzar los objetivos planteados en el proyecto, ya que el que el método utilizado establece códigos que analizan aspectos necesarios para la creación de la colección de vestidos y que esta, satisfaga las necesidades del cliente o usuario. Cada código contribuye con aspectos fundamentales para mejorar el proceso creativo del diseño, ya que hace un estudio del usuario desde sus gustos y preferencias hasta sus niveles sociales y culturales. Así mismo, del contexto y lugar donde se va promocionar las prendas de vestir, teniendo como finalidad la vinculación entre producto y público objetivo.
- Para cerrar la idea, estos códigos ayudaron a establecer los parámetros funcionales y estéticos, como la selección de materiales, colores, formas

texturas y detalles, de manera conveniente, manteniéndolos en una sola dirección y dándole coherencia a la colección. Hacer uso de este método fue indispensable ya que brinda un proceso creativo, preciso y seguro, evitando obtener un producto estético y poco práctico.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a los estudiantes de diseño, tener mayor preocupación por explorar o investigar las culturas del Ecuador, de enriquecerse de conocimiento sobre su historia, sus tradiciones, costumbres y todo sus elementos tangibles e intangibles que cada una posee, de esta forma tomarlas como inspiración y de manera indirecta o directa, a través de la indumentaria, hacer conocer que el Ecuador es cultura viva y que tiene lo necesario para la creación de nuevas ideas en la industria de la moda.
- Interesarse por temas de tesis que tome en cuenta etnias o nacionalidades poco utilizadas, para que sirva como fuente de inspiración en el diseño de moda. De este modo obtener ideas creativas, originales e innovadoras para que ayuden con el fortalecimiento de la moda en Ecuador.
- Se sugiere a la academia, seguir manteniendo el método proyectual en el diseño, ya que proporciona al estudiante el establecimiento de ideas claras y precisas a la hora de desarrollar el proceso creativo, dando así, excelentes resultados en la elaboración de un producto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, Z. (11 de 05 de 2017). *Diversidad étnica- cultural del Ecuador*. Obtenido de [www.unl.edu.ec](http://www.unl.edu.ec)
- AITE. (30 de 03 de 2016). Obtenido de <https://www.aite.com.ec/boletines/2016/industria-textil.pdf>
- Almeida, Ñ. (2007). *El fundamento constitucional de la pluriculturalidad en el Ecuador*. Cuenca-Ecuador: Universidad del Azuay.
- Alvarado, A. (2015). *El comercio*. Obtenido de La mirada latinoamericana ya ésta en el mundo de moda.: <https://www.elcomercio.com/tendencias/latinoamericana-colombia-ecuador-moda-estilo.html>
- Alvarado, A. (10 de 10 de 2015). *El Comercio*. Obtenido de El consumo de la moda en Quito evoluciona: <https://www.elcomercio.com/tendencias/consumo-moda-quito-ropa-disenadores.html>
- Briones. (2018). *La camara*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/blog-post/el-impacto-de-las-salvaguardias-sobre-la-produccion-en-el-ecuador/>
- Cadena, S. (2017). *Diseño de moda conceptual: estrategias para su planteamiento a partir de rasgos identitarios de pueblos indígenas*. Cuenca-Ecuador: Universidad del Azuay.
- CARE. (02 de 2016). Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>
- Carrasco, M. (2017). *Colección afroecuatoriana inspirada en su tradición y cultura*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Carvajal, & Villaplana, A. (2017). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. *Legado de arquitectura y diseño* , 22.
- Castro, J. (11 de 08 de 2016). *Corponet*. Obtenido de <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>
- CONAIE. (19 de 07 de 2014). *Nacionalidad Tsa'chila*. Obtenido de <https://conaie.org/2014/07/19/nacionalidad-tsachila/>
- Constitución Política del Ecuador. (2012). Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Cosgrave, B. (2005). Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días. *Gustavo Gili*, 1996-1997.
- Cruz, M. (2017). *Prenda Demi couture con aplicación de telares andinos*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

- Delgado, D., & Chávez, G. (2018). *Eumed.net*. Obtenido de Universidad Agraria del Ecuador: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- EKOS. (2018). Obtenido de [https://issuu.com/ekosnegocios/docs/book\\_286\\_baja](https://issuu.com/ekosnegocios/docs/book_286_baja)
- El comercio. (07 de 04 de 2017). *Los Tsáchilas recopilan datos sobre su origen e historia*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/tsachilas-origen-historia-ancestros-indigenas.html>
- Enciclopedia culturalia. (11 de 05 de 2017). *Gala*. Obtenido de <https://educavital.blogspot.com/2013/10/definicion-de-gala.html>
- Fernández, M. (2012). *Diseño de indumentaria y vanguardia*. Buenos Aires-Argentina: Universidad de Palermo.
- Ferrán, F. (15 de 05 de 2018). *Lavanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/demoda/20180815/451328846703/cortes-vestido-segun-cuerpo.html>
- González, J., & Romero, Y. (03 de 2018). *LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS Y SU IMPACTO POSITIVO DENTRO DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/innovacion-empresas-ecuador.html>
- Grose, V. (2012). *Merchandiising de moda*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Proyecciones\\_Poblacionales/presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf)
- Jenkyn, S. (2013). *Diseño de moda Blume*. Barcelona: Barcelona-España.
- Juncosa, J., & Ventura, i. O. (2000). Ojetos rituales e identidad. *Anthropologica del departamento de ciencias sociales*, 107-116.
- LLorente, & Cuenca. (2019). *Tendencias Consumer*. Obtenido de [https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2019/01/190123\\_DI\\_estudio\\_consumer\\_engagement\\_2019\\_ESP.pdf](https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2019/01/190123_DI_estudio_consumer_engagement_2019_ESP.pdf)
- Medina, F. (2008). La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad. *Iconofacto*, 11-26.
- Mirabella, M. (2012). *Pret- à Couture*. Buenos Aires-Argentina: Universidad de Palermo.
- Molano, L. (2007). *Revista (Uexternado)*. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>
- Navia, C. (2014). *Industria de la moda: Producción y materiales*. Ecoe ediciones.

- Pertile, M. (2010). *Trajes con inclusión de orfebrería como eje estructural de diseño* . Buenos Aires. Argentina.: Universidad de Palermo .
- Plan nacional de desarrollo. (2017). *Toda una vida*. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Poter, M. (2008). *Estrategia competitiva* . México: Patria.
- Prado, L. (2018). *Análisis semiótico de la vestimenta de la nacionalidad Tsa'chila*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Quezada, N. (2014). *Estudio y difusión antropológico de la cultura gastronómica, de la nacionalidad tsáchila 2013*. Riobamba- Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Chimborazo .
- Real Academia Española. (2019). *RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/moda>
- Revista lideres. (2015). *La calidad si marca la diferencia*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/calidad-marca-diferencia.html>
- Seivewright, S. (2013). *EBOOK*. Obtenido de Diseño e investigación: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Shaw, D., & Koumbis, D. (2014). *La compra profesional de moda: De la predicción de tendencias al punto de venta*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Sosa, F., & Hernández, P. (2007). *La cadena de valor y el costeo abc: Herramientas fundamentales para el proceso de toma de decisiones* . Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Tavra, P. (21 de 11 de 2018). *El comercio*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/11/21/nota/7060560/poblacion-crece-mas-rapido-que-economia>
- Torres, E. (2016). *Organización y administración y administración de la industrial textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsa'chila* . Loja- Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Unda, F. (23 de 02 de 2016). *CARE*. Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>
- UNESCO. (23 de 01 de 2017). *Lineas generales*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Ventura, M. (1997). *Etnografías mínimas del ecuador tsachilas, cachis, cholo, cofán, awá-coaiquer*. Quito-Ecuador: Abya Yala.
- Villafuerte, N. (2018). *Semillas naturales de la cultura quichua de Napo y la aplicación en el diseño*. Ambato-Ecuador : Universidad Técnica de Ambato.

Zambrano, L. (23 de 01 de 2019). *Expreso*. Obtenido de El contrabando cose más que la industria nacional: <https://www.expreso.ec/economia/contrabando-cose-mas-industria-nacional-DD2588207>

## ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA  
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

### Encuesta dirigida a mujeres de 25 a 35 años de la ciudad de Santo Domingo

**Objetivo:** conocer los diferentes gustos y preferencias en cuanto a vestidos de gala para evaluar la factibilidad del proyecto.

**Indicaciones:** marque con una X una de las opciones

1. ¿Cuál de las siguientes opciones hace referencia a su estilo de vida?

Conservador  Elegante  Sencillo  Recargado

2. ¿Por qué motivos adquiere un vestido de gala?

Necesidad  Gusto  Moda

3. ¿Qué tipo de vestido le gustaría adquirir?

A la medida y exclusivo  Alquilado

4. ¿Cuándo usted compra un vestido de gala en que se fija primero?

Diseño  Marca  Calidad

5. ¿Qué detalles le gustaría que tenga un vestido de gala?

Bordado  Pedrería  Apliques  Todas las anteriores

6. ¿Qué tipo de silueta prefiere en un vestido de gala?



Línea A



Sirena



Princesa



Recto



Imperio

7. ¿En qué lugares adquiere un vestido de gala?

Taller de Diseño  Boutique  Centros comerciales

8. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un vestido de gala?

250 a 300  350 a 400  450 a 500

9. ¿Qué tan importante es para usted difundir mediante un vestido gala las diferentes culturas del Ecuador?

Muy importante  Importante  Poco importante

10. En el Ecuador existen diversas culturas como los Tsa'chilas, Saraguro, Salasacas, etc.

¿Compraría usted un vestido de gala inspirado en las culturas del Ecuador?

Si

*Gracias por su colaboración*

## FICHA TÉCNICA DE INSUMOS Y MATERIALES



Prenda:

Colección:

Diseñadora:

Referencia:

Muestra del Textil

Características Generales


Muestra del Textil

Características Generales


Muestra del Textil

Características Generales


Cuidados de la Prenda


## INSUMOS

Características Generales

Nombre:  
Proveedor:  
Precio:  
Cantidad:

## FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



Prenda:

Colección:

Método de Patronaje:

Referencia:

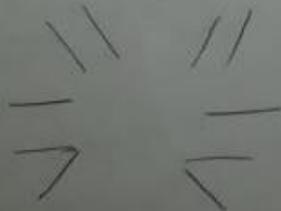
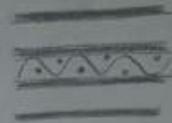
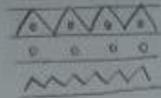
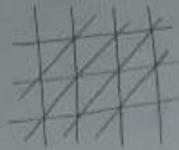
### Simbología

Doble de Tela		Línea de Corte		Pinza	
Hilo de Tela		Piquete		Sesgo de tela	

Elaborado por: Evelyn Noriega

Derechos reservados, prohibida su reproducción.





IDEAS RAPIDAS  
PROCESO CREATIVO