



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

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

**“Diseño de vestuario casual femenino inspirado en vasijas de la Cultura
Cañari”.**

Autora: Pita Serrano, Sara Camila

Tutor: Ing. Mg. Sánchez Sailema, Erika Catalina

Ambato – Ecuador
Enero, 2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Diseño de vestuario casual femenino inspirado en vasijas de la Cultura Cañari” de la alumna Sara Camila Pita Serrano, estudiante de la carrera de Diseño de Modas considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, enero de 2020

EL TUTOR



.....
Ing. Mg. Erika Catalina Sánchez Sailema
C.C.1803470481

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de vestuario casual femenino inspirado en vasijas de la Cultura Cañari**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, enero de 2020

LA AUTORA



.....
Sara Camila Pita Serrano

C.C. 1803749694

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, 2020

LA AUTORA



.....
Sara Camila Pita Serrano

c/c: 1803749694

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de vestuario casual femenino inspirado en vasijas de la Cultura Cañari**” de Sara Camila Pita Serrano, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, enero de 2020

Para constancia firman

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres y hermanos que me apoyaron en cada momento de mi carrera.

Por haber inculcado en mi el ejemplo de persistencia, esfuerzo, coraje y responsabilidad.

Sara Camila Pita Serrano

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes por los conocimientos otorgados, por brindarme amistad y apoyo en cada paso dado.

A mis amigas que me han apoyado en el proceso de este proyecto.

Finalmente a mis padres y hermanos que han sido un gran ejemplo y mis más grandes confidentes que me han apoyado en todo y han enseñado a seguir mis sueños hasta lograrlos, manteniéndome fiel a mi misma.

Sara Camila Pita Serrano

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	XIX
CAPÍTULO I.....	20
ANTECEDENTES GENERALES.....	20
1.1. Nombre del proyecto.....	20
1.2. Antecedentes	20
1.3. Justificación.....	22
1.4. Objetivos	23
1.5. Objtivo general.....	23
1.6. Objetivos específicos	23
CAPÍTULO II	23
MARCO REFERENCIAL	23
2.1. Pueblo Cañar	24
2.1.1 Leyenda de la Laguna de Culebrillas.....	24
2.2. Cultura Cañar	25
2.2.2 La Guacamaya.....	26

2.2.3	Los Cañaris Fase Narrío.....	27
2.2.4	Narrío, crisol de la cultura prehispánica	27
2.2.5	Fase cultural Tacalshapa en Narrío.....	28
2.2.6	Fase cultural Cashaloma en Narrío	28
2.2.7	Artefactos culturales de Narrío	29
2.2.8	Utensilios de cerámica	30
2.2.9	Los Cañaris, Fase cultural Tacalshapa.....	31
2.2.10	Tacalshapa.....	32
2.2.11	Tacalshapa I	33
2.2.12	Tacalshapa II.....	34
2.2.13	Tacalshapa III.....	36
2.2.14	Los Cañaris, fase cultural Cashaloma.....	37
2.2.15	Textiles.....	41
2.2.16	Tejidos.....	42
2.2.17	Diseño	44
2.2.18	Símbolos.....	45
2.3.	Marcas referentes y/o aspiracionales	49
2.4.	Visionario.....	53
CAPÍTULO III.....		55
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....		56
3.1	Análisis externo.....	56
3.1.1	Análisis PEST	56
3.1.1.1	Entorno político.....	56
3.1.1.2	Entorno económico	57
3.1.1.4	Entorno tecnológico	58
3.1.1.5	Entorno ambiental.....	60
3.1.1.6	Entorno legal.....	60
3.1.2	Tendencias de consumo	61
3.1.3	Segmentación del mercado potencial.....	63
3.1.4	Análisis del sector y del mercado de referencia.....	65
3.1.5	Índice de saturación del mercado potencial	66

3.1.6	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)	66
3.2	Análisis interno	68
3.2.1	Análisis de recursos propios y disponibles	68
3.2.2	Análisis Cadena de valor	68
3.2.2.1	Eslabón de investigación y desarrollo	69
3.2.2.2	Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	70
3.2.2.3	Eslabón de producción	70
3.2.2.4	Eslabón de comercialización	71
CAPÍTULO IV		71
MARCO METODOLÓGICO		71
4.1	Estudio de público objetivo	71
4.1.1	Modelo de encuesta y/ entrevista	72
4.2	Selección de la muestra	73
4.3	Técnicas de estudio	75
Estrategias metodológicas		75
4.3.1	Cuantitativas	75
4.4	Elaboración e interpretación de los datos	75
4.5	Conclusiones	85
CAPÍTULO V		86
TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION		86
5.1	Cronograma de producción	86
5.2	Control de calidad	87
5.3	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	88
5.4	Requerimientos de mano de obra	90
5.5	Seguridad industrial y medio ambiente	91
CAPÍTULO VI		93
DESARROLLO DE LA PROPUESTA		93
6.1	Descripción del producto o servicio	93
6.1.1	Brain storming	94
6.2	Perfil del cliente	94

6.2.1	Moodboard del perfil del cliente	96
6.3	Identidad de marca	96
6.4	Uso de la marca	103
6.5	Análisis de color de la propuesta	105
6.6	Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).....	106
6.6.1	Macrotendencia.....	106
6.6.2	Tendencia.....	107
6.7	Concepto de la propuesta.....	108
6.8	Elementos del diseño.....	108
6.8.1	Siluetas.....	108
6.8.2	Proporción y línea	111
6.8.3	Función.....	111
6.8.4	Detalles.....	111
6.8.5	Estilo	111
6.8.6	Estampados, bordados y acabados, terminados	112
6.9	Materiales e insumos.....	113
6.10	Sketch o bocetos.....	116
6.11	Fichas técnicas	122
6.12	Photobook	136
6.13	Costos de Producción.....	142
6.13.1	Costos fijos.....	144
6.13.2	Costos variables	145
6.13.3	Costo total	147
6.13.4	Costo Unitario.....	148
6.13.5	Utilidad.....	148
6.13.6	Costo de venta.....	149
	CONCLUSIONES	150
	RECOMENDACIONES.....	151
	BIBLIOGRAFÍA.....	152
	ANEXOS.....	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Ilustraciones	45
Tabla N° 2: Ilustraciones	46
Tabla N° 3: Fotografía	47
Tabla N° 4: Imágenes	47
Tabla N° 5: Ilustraciones	48
Tabla N° 6 Variable demográfica	63
Tabla N° 7 variable socio-económica	63
Tabla N° 8 variable psicográfica	63
Tabla N° 9 variables conductuales	64
Tabla N° 10 variables geográficas	64
Tabla N° 11 población	73
Tabla N° 12 Nivel de Educación	75
Tabla N° 13: Estado Civil	76
Tabla N° 14 Estilo de vida	77
Tabla N° 15 Ingresos	78
Tabla N° 16 Adquisición de vestimenta	79
Tabla N° 17 Frecuencia de adquisición	80
Tabla N° 18 Imagen a transmitir	81
Tabla N° 19 Composición textil	82
Tabla N° 20 Ropa nueva	83
Tabla N° 21 Cultura Ecuatoriana	84
Tabla N° 22 Cronograma de producción	87
Tabla N° 23 Cuadro de implementos	88
Tabla N° 24 Perfil del consumidor	95
Tabla N° 25 Tipos de siluetas	109
Tabla N° 26 Costos de producción	142
Tabla N° 27 Costos totales	144
Tabla N° 28 Costos fijos	144
Tabla N° 29 Costos Variables	145
Tabla N° 30 Costo total	147
Tabla N° 31 Costo unitario	148

Tabla N° 32 Utilidad	148
Tabla N° 33 Costo de Venta.....	149

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1: Olla de barro Taclashapa	28
Grafico N° 2:Olla Cashaloma.....	29
Grafico N° 3:Fragments de vasijas típicas de la Cultura Narrío	30
Grafico N° 4:Fragments de cerámica encontrados en la Colina de Narrío	30
Grafico N° 5:Vasija de Pasta fina.....	31
Grafico N° 6:Jarrón Lenticulado con decoración Antropomorfa	32
Grafico N° 7:Recipiente lenticulado, Tacalshapa	33
Grafico N° 8:Olla lenticulada con pintura Positiva y negativa Procedencia Tacalshapa .	34
Grafico N° 9:Compotera con abundante pintura negativa y decoración antropomórfica.	35
Grafico N° 10:Jarrón decorado con pintura negativa.	35
Grafico N° 11:Vasija de cuerpo lenticular, provisto de uncuello ornamental cefalomorfa	37
Grafico N° 12:Jarrón Alto con pintura positiva y negativa.	38
Grafico N° 13:Portadores de vasos rituales.....	39
Grafico N° 14:Recipientes pequeños con pintura goteada	40
Grafico N° 15:Vaso con diseño geométrico en pintura negativa y cabeza de serpiente .	41
Grafico N° 16:Poncho	42
Grafico N° 17:Carolina Cabrera y sus socias Maribi Montalvo y Cristina Peña	49
Grafico N° 18: Ramoncha	50
Grafico N° 19: Lula Kirei Collections	51
Grafico N° 20: Colección de Jessica Velasco	52
Grafico N° 21: Emilio Pucci.....	53
Grafico N° 22: Emilio Pucci NASA.....	53
Grafico N° 23: Colección Emilio Pucci	54
Grafico N° 24: Cadena de valor de confección de jean.....	69
Grafico N° 25: Nivel de Educación.....	76
Grafico N° 26: Estado Civil	76

Grafico N° 27: Estilo de vida	77
Grafico N° 28: Ingreso Mensual.....	78
Grafico N° 29: Valor de adquisición.....	79
Grafico N° 30: Frecuencia de compra.....	80
Grafico N° 31: Imagen a transmitir.....	81
Grafico N° 32: Prendas confeccionadas con mayor composición natural?.....	82
Grafico N° 33: Adquisición de ropa nueva	83
Grafico N° 34: Prendas que reflejen la cultura del Ecuador	84
Grafico N° 35: Control de Calidad.....	88
Grafico N° 36: Perfil del cliente.....	96
Grafico N° 37: Paleta de color.....	105
Grafico N° 38: ECO-FRIENDLY	106
Grafico N° 39: ETHNIC TRIBES	107
Grafico N° 40: materiales e insumos.....	113
Grafico N° 41: Diseños planos	116
Grafico N° 42: Ilustraciones.....	120
Grafico N° 43: Fichas de diseño plano.....	122
Grafico N° 44: Fichas de patronaje	124
Grafico N° 45: Ruta operacional	130

RESUMEN EJECUTIVO

La implementación de diseños de la cultura Cañari en ropa casual confeccionada para mujeres incluye conocimientos ancestrales en cuanto al textil y la inspiración de los estampados por parte de los símbolos de la Cultura.

Existe escasa información sobre como vestían las mujeres en la época precolombina, pero se logra rescatar partes importantes donde transmiten toda la esencia de la cultura. Entre estos se encuentran las vasijas, textiles, leyendas de la cultura y varios tejidos.

Con la información proporcionada, el presente estudio tiene como objetivo el desarrollo de prendas casuales femeninas inspirado en vasijas de la cultura Cañari. Para lo cual se realizó una recopilación bibliográfica para el análisis que se realizara posteriormente, también se determinaron las preferencias del grupo objetivo al cual se dirige la investigación. Se consideró también el presupuesto, los lugares y frecuencia de venta de vestimenta casual femenina, los tipos de textiles y también el cuidado del medio ambiente en cuanto a todo el proceso que se va a realizar al momento de la confección. Finalmente se analizan todos los datos obtenidos y de esta manera fácilmente se logrará el objetivo deseado.

Toda la información proporcionada da como finalidad obtener un producto de calidad, demostrando que se pueden realizar procesos tanto de confección y de teñido de prendas sin tener que contaminar el medio ambiente, con este tipo de productos se busca ayudar a la sociedad a hacer mejores elecciones en cuanto a la contaminación.

PALABRAS CLAVE: CULTURA CAÑARI, SÍMBOLOS, TEXTILES NATURALES, VASIJAS, VESTIMENTA CASUAL.

ABSTRACT

The implementation of Cañari culture designs in casual clothing made for women includes ancestral knowledge in terms of textiles and the inspiration of prints by the symbols of Culture.

There is little information on how women dressed in pre-Columbian times, but it is possible to rescue important parts where they convey the whole essence of culture. Among these are the vessels, textiles, legends of culture and various fabrics.

With the information provided, the present study aims to develop women's casual garments inspired by vessels from the Cañari culture. For which a bibliographic compilation was made for the analysis to be carried out later, the preferences of the target group to which the research is directed were also determined. We also considered the budget, places and frequency of sale of women's casual attire, types of textiles and also the care of the environment in terms of the entire process to be carried out at the time of making. Finally, all the data obtained is analyzed and in this way the desired objective will be easily achieved.

All the information provided is intended to obtain a quality product, demonstrating that processes can be carried out both for making and dyeing garments without having to pollute the environment, with this type of products we seek to help society make better choices as for pollution.

KEY WORDS: CAÑARI CULTURE, CASUAL DRESS, NATURAL TEXTILES, SYMBOLS, VESSELS.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador se ejecuta con el objetivo de demostrar que se puede confeccionar prendas con textiles naturales, tinturadas con elementos naturales. Así de esta manera analizaremos si tiene aceptación por las mujeres de Ambato.

En el capítulo I, se analizan los antecedentes investigativos de la cultura Cañari, tejidos, cerámica y entre otros aspectos que la definen, al igual que la justificación del proyecto y los objetivos.

En el capítulo II, se tienen algunas investigaciones en las que se ha ido recopilando la información las cuales hablan sobre los tejidos originarios de la cultura Cañari, los símbolos y que significan y también hace referencia sobre dos de sus leyendas más importantes. También hay referentes los cuales son importantes para demostrar una investigación con buena estructura.

En el capítulo III, se analizan los entornos políticos, sociales, tecnológicos, ambientales, económicos y legales que benefician al proyecto. También hay datos que respaldan información sobre las tendencias de consumo al igual que análisis del mercado potencial.

En el capítulo IV, se procesa la información obtenida de las encuestas realizadas, análisis e interpretación de datos a través de gráficos y tablas, los cuales proporcionan un resultado importante que permita continuar con el desarrollo del proyecto integrador.

En el capítulo V, se analiza el control de calidad del producto, seguridad y medio ambiente, cronogramas de producción, equipos e infraestructura necesarios para la producción del producto, al igual que los recursos necesarios para el proyecto.

En el capítulo VI, se detalla la propuesta del producto en base a toda la información que se ha obtenido con anterioridad, se desarrolla el manual de la marca, se analizan tendencias de moda, se realiza el moodboard y se detalla el proceso de confección paso a paso, incluyendo la post producción del producto.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Diseño de vestuario casual femenino inspirado en vasijas de la Cultura Cañari.

1.2. Antecedentes

De acuerdo a las investigaciones realizadas, existe la inclusión de la Cultura Cañari, donde reside, su estilo de vida, costumbres y manera de vestir, también sobre diseñadores que han logrado representar la identidad cultural por medio de textiles e indumentaria del cual tenemos varios estudios que constituyen los antecedentes investigativos.

En la tesis Historia del Pueblo Cañari de Isidro Quinde en el 2001 dice que los investigadores dicen que los cañarís eran expertos maestros alfareros, guerreros, grandes agricultores y con una interesante religión. Los trabajos recientes demuestran que, aunque las formas se mitificaron en el llamado estilo cañarí incaico, desapareciendo el dominio inca y luego conquista hispana aflora nuevamente el viejo estilo cerámico de Cashaloma.

Hoy lo apreciamos muy particularmente en Jatun Pamba, lugar entre las provincias de Azuay y Cañar, en el que la gente divide su tiempo entre las faenas agrícolas, el pastoreo y la confección de ollas. (Molina, 1992, 34).

La cerámica cuenta con grabaciones e impresiones las cuales reflejan sus tradiciones y creencias, las vasijas cuentan con un perfecto acabado, con pigmentación la cual se ha mantenido en algunos casos a pesar de la cantidad de siglos que han pasado.

En la investigación de Diego Tenecota en el 2013, Estudio de los signos y símbolos de la cultura Cañari, aplicado al diseño de mobiliario para un espacio habitable plantea como tesis que, los artefactos de la cultura son diagnosticados como protocañarís los

cuales son básicamente instrumentos de materiales como la cerámica y piedra, pero sin dejar de lado aquellos instrumentos de hueso y piedra que también se encuentran en excelentes condiciones gracias a la sequedad del suelo, a causa de las erupciones de los volcanes centrales de los Andes esta tiene como base también ceniza volcánica.

Existen dos tipos de cerámicas la roja sobre leonado y la que es pulido y brillante; y también está la roja leonado y negra decorada con pintura roja y grabada. El investigador plantea como resultado que de cada uno del tipo de cerámicas las usará como inspiración para el diseño de mobiliario, este debe tener un nivel bueno de aceptación, el cual se analiza mediante las encuestas que se realizaron así logró anexar igualmente estudios antropométricos, ergonómicos y tipos de colores, en conjunto a una lista de precios posiblemente aplicables.

Por otro lado en el libro *Textile Memory and Industry of the memory of the Andes*, de Zighelboin (2002), analiza la identidad y vestigios patrimoniales encontrados en países andinos con mayor índice de pluriculturalidad para la representación de identidad cultural y el rescate de gestores identitarios de cada zona en las que nombra países como Ecuador, Bolivia y Perú como entes representantes latino- andinos. Esta investigación fue realizada en el año de 1987 por investigadores que analizaron los textiles andinos y el impacto del turismo sobre las sociedades indígenas, fomenta la intervención intelectual y la confraternidad de las culturas andinas extranjeras, impulsa la industria textil y artesanal como fuentes de llegada extranjera para la ayuda a la preservación cultural del país, el desarrollo social y económico para promover a familias étnicas a incursionar pasos en la comercialización de productos artesanales y textiles con íconos identitarios de cada cultura de los países latino andinos. (Vargas Katerin, 2018)

Mella (2010), en su proyecto de investigación, Iconográfica Textil Mapuche investiga gráficos étnicos representados en textiles, ponchos, fajas, cintillos encontrados en el pueblo Mapuche uriundo de Chile, expone un análisis iconográfico, etnográfico, geográfico y cultural, estudiando las costumbres y el folklor en una forma cosmológica, expone los tejidos en su forma más primitiva y explica el proceso de obtención de la materia prima y procesos de hilatura en distintas técnicas de bordados manuales en los textiles de Mapuche al proyectarlos simbólicamente como parte de sus costumbres, tradiciones, dioses y cosmología andina encontrados en la indumentaria de sus habitantes.

El autor en su tesis realiza una resignificación de los textiles elaborados por los Mapuches, para la estructuración en un patron textil digital con la ayuda de programas graficos y plasmar los diseños iconográficos en portadas de libros y objetos, recalca que su diagramación gráfica lo realizo con el fin de ser una ayuda para diseñadores textiles que deseen implementar sus patrones en la indumentaria, objetos plásticos, tejidos y remarca que la importancia es resaltar la pluriculturalidad de su país y el rescate étnico del mismo. (Vargas Katerin, 2018)

1.3. Justificación

El propósito de este proyecto es lograr implementar la importancia de la Cultura Cañari mediante la realización de un proceso creativo. En este caso nos validaremos de los grabados de las vasijas de la cultura Cañari para realizar el producto. La investigación en diseño permite un mejor análisis, desarrollo y práctica en las propuestas de diseño que se van a presentar.

Las culturas precolombinas ofrecen una amplia gama de tejidos, artefactos, accesorios, arquitectura, rituales, etc. Las cuales nos permiten analizarlas para introducirnos en un proceso creativo a realizarse, el cual cuenta con innovaciones para el diseño, ofreciendo diseños de vestuario casual femenina de calidad inspiradas específicamente en símbolos y creencias de la Cultura Cañari. Así se logrará incurcionar en el mercado Nacional y posteriormente en el mercado Internacional, de está manera se dan a conocer las culturas del Ecuador y mejoraría la economía del País.

Para lograr un gran impacto en la sociedad el proyecto debe ser innovador, es por esto que parte de la innovación es hacer un producto el cual sea responsable de forma social y ambiental, es decir que sea sustentable, de está manera se colabora con responsabilidad y con nuevas ideas que a un futuro se pueden adaptar poco a poco en la industria textil. La finalidad del proyecto es poder utilizar textiles que tengan mayor porcentaje de fibras naturales y teñirlas con productos que encontramos en la vegetación, flora y fauna.

El proyecto va dirigido para la sociedad como iniciativa para promover la economía del país, las beneficiarias serán mujeres de entre 18 a 25 años de edad, las cuales contarán con una amplia gama de diseños casuales vestimentarios que representen la cultura del Ecuador, de esta manera se promueve la iniciativa “primero lo nuestro”, el país genera más dinero y la economía del país sigue creciendo en el Ecuador, además de mejorar el estilo de vida de las personas sin causar tanto residuo perjudicial para la salud.

El presente estudio de este proyecto elaborado en la ciudad de Ambato cuenta con los recursos necesarios para su realización, con una recopilación de datos de varios libros, tesis y artículos investigativos relacionados con la cultura del Ecuador. Para el desarrollo del producto contamos con tintura natural para los textiles y decorado a mano para los detalles de los productos tales como pintura y bordado. En cuanto a la parte técnica será proporcionada por docentes diseñadores, los cuales aportarán con los conocimientos necesarios para llevar a cabo el producto.

1.4. Objetivos

1.5. Objetivo general

- Diseñar indumentaria casual femenina con diseños inspirados en vasijas de la Cultura Cañari.

1.6. Objetivos específicos

- Analizar las vasijas de la cultura Cañari para el diseño de nuevas propuestas de indumentaria casual femenina.
- Determinar los textiles apropiados para la elaboración de indumentaria con diseños que identifiquen la cultura.
- Gestionar una colección de indumentaria casual femenina inspirada en las vasijas de la cultura Cañari.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Marco

2.1. Pueblo Cañar

El cantón Cañar es parte de los 7 cantones de la provincia del mismo nombre. Está ubicado al sur del Ecuador, se limita al norte con la provincia del Chimborazo, al sur con la provincia del Azuay y los cantones de Biblián y Azogues, al este con el cantón Azogues y al oeste con la provincia del Guayas. (Guaman William, 2016)

Geográficamente, el cantón cañar es el más extenso de esta jurisdicción, ocupa el 56.07% del territorio de la provincia, aunque en los últimos treinta años por situaciones de orden político ha tenido un desmembramiento territorial. El cantón cañari tiene 58.185 habitantes de los cuales 22.145 son Indígenas, equivalentes al 38,06% de la población total (Krainer Anita, 2012).

La nacionalidad cañari hace parte de las numerosas culturas que podemos encontrar dentro del Ecuador. El pueblo cañari moderno es parte de la cultura e identidad de los llamados indios de la sierra ecuatoriana, y su elite dirigente es igualmente partidaria de la ideología que sostiene que el pueblo cañari es parte de la nacionalidad quechua del Ecuador. (Hugo, 2013).

En cuanto al orden mitológico existen varios relatos, los más conocidos son la leyenda de la guacamaya y el origen de la serpiente.

2.1.1 Leyenda de la Laguna de Culebrillas

El origen de la serpiente es muy importante, la cual mezcla dos elementos en su narración, la serpiente y la laguna de culebrillas. En la parroquia Juncal del cantón Cañar se encuentra Culebrillas, sitio arqueológico y natural localizado al noroeste de la provincia del Cañar, tiene como centro una laguna y un río del mismo nombre. La laguna de Culebrillas está ubicada entre los cerros Tole y Yanahurco al Norte, Cruzpungo y Paredones al Sur, Quilloloma (4301 msnm) al este, y al oeste por la planicie de Labrashcarumi y el abra del río San Antonio.

La laguna tiene unas dimensiones de 350 metros de largo, 455 metros de ancho y 19,20 metros de profundidad en su parte central; y nace de la parte oriental de riachuelo Culebrillas.

En Culebrillas identificamos diferentes zonas arqueológicas: estructuras de piedra sumergidas dentro de la laguna, el sector de Labrashcarumi, los Paredones, el puente y las cimentaciones de Chacapamba y parte del Qhapagñán o Camino del Inca.

Para los Cañari, la laguna de Culebrillas tiene un carácter sagrado, según los rastros dejados en el llano por donde circula un riachuelo allí se había sumergido la leoquina (laguna de culebra), culebra progenitora de este pueblo milenario; los Cañari creen que todos proceden de un gran amaru (serpiente), la cual había desaparecido sumergiéndose voluntariamente en esta laguna.

Culebrillas está inmersa en la geografía sagrada Cañari, punto de contacto de los pueblos originarios Purwa y Cañari; el Qapacñán y Tambo Real están cerca de la laguna, descanso obligado de los transeúntes tanto en la Colonia como en la República. (César Guanolema César, 2016).

El cronista español Pedro Cieza de León nos los describe de esta manera: "Los Cañaris son de buen cuerpo y de buenos rostros. Traen los cabellos muy largos y con ellos dada una vuelta la cabeza, de tal manera que con ella y con una corona que se ponen redonda de palo, tan delgado como aro de cedazo, se ve claramente ser Cañaris, porque para ser conocidos traen esa señal. Sus mujeres por consiguiente les gusta llevar el cabello largo y dar otra vuelta con ello en la cabeza, de tal manera que son conocidas como sus maridos. Andan vestidos de ropa de lana y de algodón, y en los pies traen ojotas, que son, a manera de albarcas. ".(Municipio de Cañar, 2011 ; País de leyenda ; Rahman Ecuador, 2010)

2.2. Cultura Cañar

Inca Garcilaso de la Vega hace de ellos esta descripción: "La gran provincia llamada Cañari, cabeza de otras muchas, poblada de mucha gente, crecida, belicosa y valiente. Criaban por divisa los cabellos largos, recogíanlos todos en lo alto de la corona,

donde los revolvían y los dejaban hechos un nudo. En la cabeza traían notables y curiosos tocados, un aro de cedazo de tres dedos de alto. Por medio del aro echaban unas trenzas de diversas colores; los plebeyos, los no curiosos y flojos, hacían en lugar del aro de cedazo otro semejante de una calabaza; y por esto a toda la nación cañari llaman los demás indios para afrentar Mati-Uma, que quiere decir cabeza de calabaza.

Se sabe también que durante las fiestas se adornaban con las plumas de la guacamaya, he aquí cómo nos describe el modo de vestirse los Cañaris para las fiestas de sus huacas o ídolos un escritor muy autorizado, el Padre Arriaga, en su libro sobre la *Extirpación de la idolatría en el Perú*: "*En estos actos se ponen los mejores vestidos de cumbi que tienen, y en las cabezas unas como medias lunas de plata que llaman Chacra-inca, y otras que se llaman Huama y una patenas redondas que llaman Tincurpa, y camisetas con chaperías de plata y unas huaracas con botones de plata y plumas de diversos colores de guacamayas, y unos alzacuellos de plumas, que en algunas partes llaman Huacras y en otras Tamta, y todos estos ornamentos los guardan para este efecto*".(Municipio de Cañar, 2011 ; País de leyenda ; Rahman Ecuador, 2010)

La Serpiente

Este sagrado animal, al ser una deidad muy respetada en el pueblo Cañari, es uno de los principales referentes en este estudio; aparece en innumerables representaciones a lo largo de la historia. Por lo tanto, la serpiente tiene relevancia en el desarrollo de este trabajo, por las siguientes razones:

- Está presente en una de las leyendas del origen del pueblo Cañari; la leyenda que tiene origen en la laguna de Cule- brillas.
- La cerámica de las distintas fases de la “Cultura Cañari”, continuamente, se expone decorada con representaciones de este animal.
- Aún en la actualidad; el pueblo Cañari, en sus festividades tradicionales, muestra profundo respeto hacia la serpiente. Asegurando ser descendiente de la “Padre Serpiente” y la “Madre Guacamaya” (Tenecota Diego, 2013)

2.2.2 La Guacamaya

Esta ave comparte muchas similitudes con la serpiente; en lo referente a la religión Cañari. A continuación, procederé a detallar las razones, para su estudio:

- Está presente, en la leyenda más popular acerca del origen del pueblo Cañari.
- Los Cañaris afirman, que esta ave, es la madre de su civilización.
- Era considerada mensajera de los Dioses.
- Los colores, de estas aves al ser tan vistosos y variados eran considerados sagrados en los Rituales Cañaris. (Tenecota Diego, 2013)

2.2.3 Los Cañaris Fase Narrío

Cronológicamente a las culturas asentadas en esta zona, les corresponde la siguiente periodización y cronología:

- Narrío temprano: 2340 A.C. a 250 A.C.
- Narrío tardío: 250 A.C. a 500 D.C.
- Cultura cañari propiamente dicha: 500 años D.C. hasta el 1460 D.C.
- Dominación incásica: 1460 a 1532 D.C
- Dominación española: 1532-1820
- Época actual: 1820 -

Basándonos en la abundancia de testimonios arqueológicos, sin ninguna duda, la cultura Narrío tuvo su mayor esplendor en este montículo y su entorno, inmerso en la cuenca alta del río Cañar. En la cima aterrazada y en las suaves pendientes del cerro Narrío hubo asentamientos poblacionales pre urbanos sucesivos al nivel de aldeas agroalfareras, como sugieren los terraplenes habitacionales. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.47)

2.2.4 Narrío, crisol de la cultura prehispánica

La cultura Narrío fue de notable importancia, centro religioso, asentamiento poblacional y a la vez un cementerio de inmenso patrimonio de la cultura del Ecuador.

La diversidad de testimonios materiales, correspondientes a diversas culturas precolombinas, delatan que la cultura Narrío fue un crisol en donde se condensaron varios

pueblos y culturas. La historia se reduce a vínculos sociocomerciales, gracias a la cantidad de artefactos culturales que fueron encontrados. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.49-81)

2.2.5 Fase cultural Tacalshapa en Narrío

Esta fase cultural pre cañarí, de la que hablaremos más adelante, coexistió durante las últimas centurias del Narrío tardío. La presencia de la Tacalshapa azuaya en la colina de Narrío, se manifiesta en, la ollas globulares provistas de cuellos largos, con estilizaciones plásticas que representan rostros humanos corrientes, ojos en forma de discos impresos en la cerámica fresca; ollas trípodes de cuerpos globulares y patas cónicas largas, para colocar directamente el fogón cuando cocinaban los alimento; compoteras de pedestal troncocónico bajo, cuencos hondos. Los cerámicos engobados de ocre rojo. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.49-81)

Grafico N° 1: Olla de barro Taclashapa



Olla de barro, de la cultura Taclashapa. Procedencia Narrío

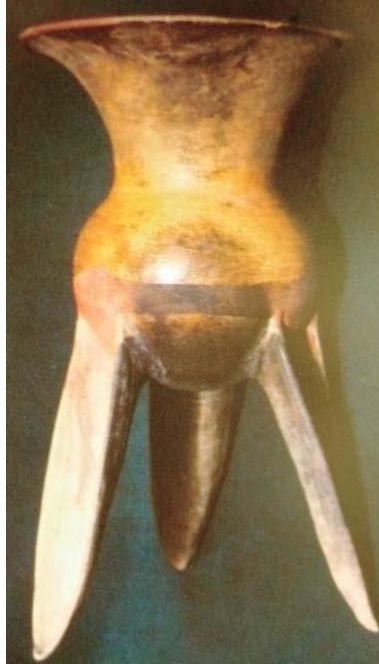
FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.81

2.2.6 Fase cultural Cashaloma en Narrío

Cashaloma una fase cultural de la que también se hablara más adelante, al igual que muchas otras culturas prehispánicas del Ecuador, se diagnostican a partir de los objetos de cerámica. En Narrío, hay una presencia muy importante de la cultura Cashaloma especialmente de: los típicos vasos campaniformes de base redondeada, los denominados

floreros de base anular, los vasos celo antropomorfos, las compoteras de pedestal calado, las ollas de cuerpo lenticular y boca abocinada, los platos poco profundos, con una cruz latina roja en su interior. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.49-81)

Grafico N° 2:Olla Cashaloma



Olla Cashaloma, de boca acampanada, cuerpo globular, provisto de tres patas que representan a hojas de penca, influencia Puruhá. Procedencia Narrío.

FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.81

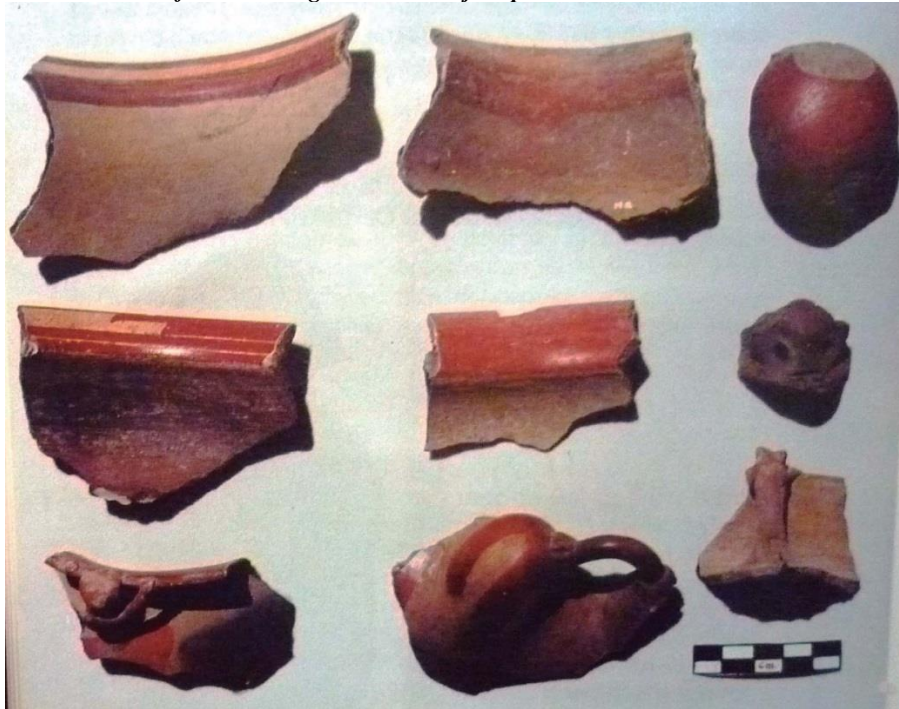
2.2.7 Artefactos culturales de Narrío

El diagnostico de los artefactos culturales de Narrío ó protocañaris, se sustenta en instrumentos de materiales imperecederos de cerámica y piedra, también se han conservado en excelentes condiciones los implementos de hueso y concha, gracias a las condiciones de sequedad del suelo, constituido por cenizas volcánicas, provenientes de los Andes centrales del Ecuador. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.49-81)

2.2.8 Utensilios de cerámica

Con referencia a la cultura Narrío existía la Cerámica roja sobre leonado y pulido brillante; y también, Cerámica rojo leonado y negra decorada con pintura roja y grabada. (Reinoso Hermida, Tomo 1. pág.49-81)

Grafico N° 3: Fragmentos de vasijas típicas de la Cultura Narrío



Fragmentos de vasijas típicas de la Cultura Narrío, decoradas en zonas con ocre rojo pulido brillante, sobre el color leonado natural de la arcilla

FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.56

Grafico N° 4: Fragmentos de cerámica encontrados en la Colina de Narrío



Fragmentos de cerámica encontrados en la Colina de Narrío Colección G. Reinoso

FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.59

Grafico N° 5: Vasija de Pasta fina



Vasija de Pasta fina en la parte superior. Intensamente grabada con motivos geométricos Procedencia: Cerro Narrío, Cañar

FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.59

2.2.9 Los Cañaris, Fase cultural Tacalshapa

Tacalshapa es un nombre quichua compuesto de “taca”=canasta, y “sapa”=lleno de Canastas.

En el cerro donde se desarrolló mayormente Tacalshapa, a 12 km al sureste de la ciudad de Cuenca, ésta cultura fue descubierta y estudiada en principio por el arqueólogo y etnólogo Friedrich Max Uhle. Tacalshapa tiene su enraizamiento hacia los 500 A.C. y se prolongó hasta el 1200 D.C.; la mayor densidad poblacional estuvo dispersa en los cerros, entre los ríos Gualaceo (Santa Bárbara), y el río Cuenca y su afluente el Tarqui. Principalmente floreció y se extendió en la provincia del Azuay; en escaso grado en las hoyas de Cañar y Jubones.

Los cementerios de mayor importancia por el número de entierros de los que se tiene conocimiento se encuentra el cerro de Curiloma, perteneciente a la parroquia de Santa Ana; en cuyas superficies se ven innumerables pozos cilíndricos de hasta 3 m de profundidad, que fueron saqueados por los “huaqueros” hasta la saciedad, quedando únicamente incontables fragmentos de cerámica utilitaria y ceremonial, instrumentos de rocas metamórficas y otras evidencias materiales, que fueron desechadas por los buscadores de tesoros. Por tanto, se deduce que, cerca de estos cementerios debieron encontrarse poblados importantes a nivel de aldeas y viviendas dispersas.

El principal referente de la cultura Tacalshapa, proviene de los ajuares funerarios extraídos de las tumbas de los cementerios, en especial los objetos cerámicos y unos cuantos objetos de piedra y cobre, puesto que los objetos percederos se han destruido completamente. (Reinoso Hermida, pág. 180)

2.2.10 Tacalshapa

La fase cultural Tacalshapa, se desarrolló con mayor amplitud en la provincia del Azuay, desde finales del periodo Formativo. Su nombre proviene de una pequeña colina ubicada en la parroquia de Santa Ana, en zona rural de Cuenca. La huella material más importante es la cerámica, siendo ésta realmente singular y valiosa estética y técnicamente; más, según algunos investigadores, buena parte de la clasificación de esta cerámica de Tacalshapa, corresponde al denominado Narrío tardío. La mejor calidad de materia prima y la mayor abundancia de la cerámica de Cashaloma hizo, probablemente que se dejara de apreciar y valorar la de Tacalshapa.



Jarrón Lenticulado con decoración Antropomorfa.

Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca

FUENTE: D. Tenecota

2.2.11 Tacalshapa I

Se desarrolló principalmente a las orillas de los ríos Cuenca y Paute, durante el periodo de tiempo del 700- al 300 a.C. en lo respectivo a la decoración de la cerámica, resumidamente podemos decir que, fue en esa época en la que se dio los inicios de negativo, grabados de diseños escalonados, inicios de las representaciones antropomorfas, uso de botellas y vasos pequeños. Inicios de la decoración blanco sobre rojo.

La técnica utilizada por los alfareros de Tacalshapa en buena medida fue la confección de vasijas con una pasta de baja calidad y abundante desgrasante de arena y arenisca intemperada, pasta de textura no muy compacta, hay también piezas de trabajo fino, elaboradas a partir de buena pasta y desgrasante, excelente cocción, como las que vienen del cantón Paute. Las ollas de uso doméstico mantenían el color natural del barro. (Reinoso Hermida, pág. 181)

Grafico N° 7: Recipiente lenticulado, Tacalshapa



Recipiente lenticulado, Tacalshapa. Colección Dr. Xavier Muñoz Chávez C.

FUENTE: Cordero Iñiguez, J. Tiempos Indígenas o los sigsales. Tomo 1. pág. 124

2.2.12 Tacalshapa II

Se desarrollo desde el 300a.C. al 800a.C, ocupando principalmente los territorios donde hoy se asientan las provincias de Azuay y Cañar, el crecimiento poblacional, propicio el hecho de los habitantes se adentraran más hacia los valles interandinos y las altas montañas. En esta época debido al aumento poblacional se crean los centros administrativos en donde se estructuraba el poder del kuraca, seguramente apoyado por una casta de especialistas religiosos.

Las ideas religiosas se concentraron en el papel protagónico de la sociedad y el ser humano, en sus relaciones con la naturaleza. Por esta razón las representaciones del arte Tacalshapa II, y en general de los pueblos de ésta época giran en torno al antropomorfismo. (Idrovo Jaime, pág.14)



Olla lenticulada con pintura Positiva y negativa Procedencia Tacalshapa Colección Dr. Xavier Muñoz Chávez C.

FUENTE: Cordero Iñiguez, J. Tiempos Indígenas o los sigsales. Tomo 1. pág. 137

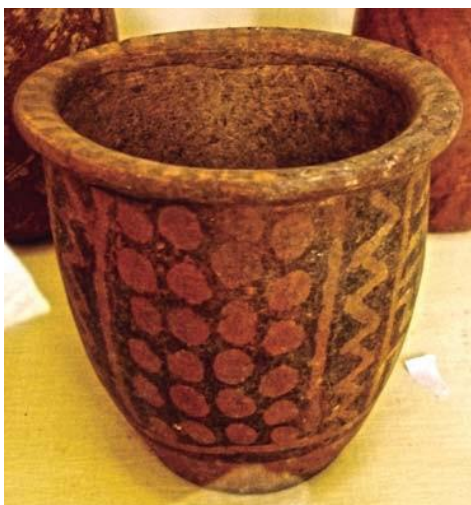
Grafico N° 9: Compotera con abundante pintura negativa y decoración antropomórfica.



Compotera con abundante pintura negativa y decoración antropomórfica.

FUENTE: Cordero Iñiguez, J. Tiempos Indígenas o los sigsales. Tomo 1. pág. 136

Grafico N° 10: Jarrón decorado con pintura negativa.



Jarrón decorado con pintura negativa.

Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca

FUENTE: D. Tenecota

2.2.13 Tacalshapa III

Se desarrolló desde el 800 ad. C. al 1100 d.C. caracterizada principalmente por la creación de los “Señoríos Cañaris”, interrelacionado por el comercio y la aparición de centro urbanos limitados por las cuencas de los ríos Cuenca-Paute, Paute, Jubones y Cañar.

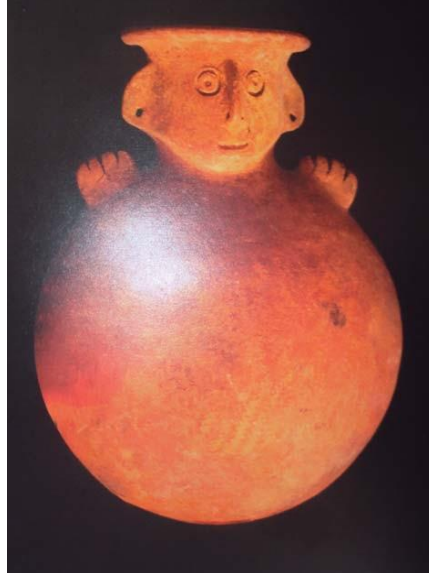
Los calendarios rituales buscaron en los ciclos que mueven, la vida muerte y renacimiento, la comprensión de las leyes universales y el equilibrio del hombre con la naturaleza; aunque por detrás de todo los templos y liturgias sirvieron también para exaltar el peso y los intereses de las clases en el poder.

En Tacalshapa se encuentra urnas cinerarias, de cerámica con restos de huesos de venado calcinados. Hachas planas pulidas en formas de gotas. Del oro y cobre traba- jan argollas para el adorno personal.

En las fases tempranas de Tacalshapa, incluye la cultura chorrera y los rasgos estilísticos de Tuncahuán, con la técnica de pintura negativa y pintura positiva blanco sobre rojo, en la decoración de los vasos figurines antropomorfos. En la fase tardía predominan las ollas trípode, las cantimploras y los cuencos pintados de rojo. Al parecer Tacalshapa se edificó con aportes de culturas de la amazonia, de los periodos de Desarrollo Regional e Integración.

Lo representativo en cuanto a la cerámica resulta en engobe rojo simple, decoración en líneas rojas sobre natural, cerámica burda y estandarizada, grandes cántaros, compoteras, ollas trípodes y cuencos. En la tecnología de fabricación, se incluye el golpeado. Se puede afirmar una gran cercanía en este periodo con la cultura PURUHA, debido a sus formas de cerámicas similares. (Idrovo Jaime, pág.14)

Grafico N° 11: Vasija de cuerpo lenticular, provisto de uncuello ornamental cefalomorfa



Vasija de cuerpo lenticular, provisto de uncuello ornamental cefalomorfa: ojos en forma de discos impresos, orejas, nariz y manos modeladas en alto relieve.

Cultura Tacalshapa Colección: G. Reinoso

FUENTE: Reinoso Hermida, G. Cañaris e Incas, Historia y Cultura, Tomo 1. pág.185

2.2.14 Los Cañaris, fase cultural Cashaloma

Cashaloma vocablo híbrido: del quichua “casha”= espino y del español “loma”; es decir, loma de espinos; efectivamente como antaño, el promontorio estuvo cubierto de cactus espinosos.

Cashaloma está ubicado a dos kilómetros hacia el noreste de la ciudad de Cañar, junto a la carretera Panamericana. Tanto la colina como parte de las explanadas se extiende hacia el este y sur; constituyeron un cementerio y un conglomerado poblacional, de esta cultura del Periodo de Integración.

Cashaloma es la denominación toponímica, ante todo arqueológica, que concierne históricamente en el sentido más amplio de la palabra a la cultura cañari propiamente dicha.

Las características tecnológicas de los artefactos culturales de Cashaloma, tiene notable predominio en la hoya del río Cañar y en menor grado en los valles del paute, Jubones Y Chanchán. Por lo que se puede enfatizar que se originó y predominio en la cuenca alta del río Cañar. (Reinoso Hermida, pág. 66)

Grafico N° 12: Jarrón Alto con pintura positiva y negativa.



Jarrón Alto con pintura positiva y negativa. Adornado con dos alas laterales. Procedencia Cashaloma, Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca.

FUENTE: D. Tenecota

Cashaloma, Narrío, Tambo, Ingapirca, Suscal, Chontamarca y Shungumarca fueron los centros poblacionales preurbanos más importantes de la hoya de Cañar; Chordeleg y Sigsig, en la hoya del río Paute. Cultura que enraíza en la milenaria tradición cultural protocañari Narrío, según se concluye por la subsistencia del rojo sobre leonado, aunque la cerámica varía de coloración de acuerdo a la materia prima de los lugares de procedencia.

Cashaloma cobra impulso desde finales del periodo de Desarrollo Regional; florece en el periodo de integración y entra en decadencia con la dominación incásica, por el desarraigo de comunidades enteras y las crueles masacres tendientes a su exterminio, para sofocar el espíritu rebelde de los indómitos cañaris.

A pesar de que la fase cultural Cashaloma es heredera tardía de las tradiciones de su progenitora Narrío; sin embargo las características de la cerámica desmejora notablemente, en el refinamiento de la pasta, formas, decoraciones modeladas y aplicación de la pintura.

Cashaloma igual que tantas otras culturas prehispánicas del Ecuador, se diagnostica en buena medida a partir de los objetos de cerámica, cuya pasta se muestra bien amasada, de colores variados: ante, rojizo, anaranjado, y tomate, superficie bien alisada tanto interior, como exteriormente, abundante decoración geométrica, blanco sobre fondo rojo y sometidos a muy buena cocción. La pintura negativa que fue muy difundida en los periodos Narrío Temprano y Narrío Tardío, entro en decadencia en la fase Tacalshapa y eventualmente quedo exiguos remanentes en diseño geométricos atípicos, difusos en la fase Cashaloma. . (Reinoso Hermida, pág. 189 - 205)

Grafico N° 13:Portadores de vasos rituales



Portadores de vasos rituales.

Procedencia Cashaloma, Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca.

FUENTE: D. Tenecot

El ocre de color rojo se aplica en la mayoría de la superficie externa de los cerámicos; sobre esta pintura de fondo se utiliza, el pigmento blanco para una serie de dibujos geométricos consistentes en: puntos alineados paralelos en el cuerpo de las piezas, círculos, cruces de brazos iguales (cruz latina), espirales, franjas verticales y horizontales.

les, pequeños diseños a manera de comas enfiladas en zonas, bandas rojas y blancas alternadas sobre el englobe rojo o aplicados directamente sobre el color natural de la pasta; bandas y líneas de color tomate obtenidos a base de la mezcla del blanco con el rojo . (Reinoso Hermida, pág. 189 - 205)

Grafico N° 14: Recipientes pequeños con pintura goteada



Recipientes pequeños con pintura goteada

FUENTE: Cordero Iñiguez, J. Tiempos Indígenas o los sigsales. Tomo 1. pág. 154

Dentro de la decoración incisa sobre pasta fresca, están las líneas horizontales, que contornean el cuerpo superior de las ollas; las líneas en zigzag, los triángulos alineados con cierta simetría y trazos angulares que enmarcan a espacios cerrados, que contienen muchos círculos incisos, ejecutados con canutillo de paja o plumas. La técnica del canuteado aparece mayormente utilizada dentro de las decoraciones incisas triangulares, rectangulares y de líneas rectas, que contornean el hemisferio superior del cuerpo de las vasijas.

Grafico N° 15: Vaso con diseño geométrico en pintura negativa y cabeza de serpiente



Vaso con diseño geométrico en pintura negativa y cabeza de serpiente. Procedencia Cashaloma, Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca.

FUENTE: D. Tenecota

2.2.15 Textiles

En el complejo arqueológico de Ingapirca, ubicado en el norte de Cañar, se conserva una de las principales reservas de textiles arqueológicos del país. Son 17 fragmentos medianos y otros ocho muy pequeños, que desde el pasado 26 de octubre son analizados por los expertos españoles Lidia Santalices e Ignacio Retuerto, quienes laboran junto al museo del complejo de Ingapirca. Su objetivo fundamental es realizar un diagnóstico. Para ello, hicieron una observación previa tomando datos, como medidas de las tramas y urdimbres, grosores e identificando los motivos decorativos. También fotografiaron el anverso y el reverso de cada textil y registraron todos los detalles de la decoración y bordes cortados para observar las tramas y las urdimbres. Otra tarea ha sido analizar la torsión y tomar muestras para hacer una prueba de combustión, que es un ensayo rápido para determinar si las fibras son de origen animal o vegetal. A excepción de un fragmento, todos son de origen animal, pero aún no se determinó la especie. “Puede ser lana de un camélido como una alpaca”, señala Santalices. Para precisar se requieren otros estudios.(El Comercio, 2014)

La artesanía textil está muy difundida en la provincia del Cañar. Sin embargo, vale destacar que el mayor número de tejedores se encuentran en las parroquias y comunidades del cantón Cañar, ubicado a 36 kilómetros al norte de la ciudad de Azogues. (Viajandox, 2017)

La materia prima más utilizada dentro de la actividad textil es la lana de borrego, la lana más apetecida es la merina por ser de buena calidad y los tejidos resultan uniformes; la utilización del hilo de lana permite sacar tejidos de buena calidad y muy abrigados. Otro de los materiales utilizados en el tejido es el hilo pinto y sînger; este tipo de hilo es específicamente para hacer fajas, tapices y reatas. (Viajandox, 2017)

2.2.16 Tejidos

El tejido es una actividad que realizan los hombres, aunque en el proceso de preparación de los materiales necesarios, como el lavado, escarmenado e hilado de la lana, participan también las mujeres, haciendo de esta forma una actividad que les proporciona rentabilidad y sobre todo gran identidad, ya que varones y mujeres ostentan elegantemente su vestimenta tradicional. (Viajandox, 2017)

En el Cañar, los tejidos tradicionales que se destacan son: el poncho, la faja, la cushma, las gualcarinas, el tapiz, las reatas, las cobijas y las bayetas.

El Poncho: Es una prenda de vestir que identifica a todos los indígenas del Cañar. Hay dos tipos de ponchos: uno normal, de uso común y el de novio que es muy colorido y de gran acabado y utilizado en los matrimonios. se dan casos también en que los colores varían con la ocasión, por ejemplo, para el velorio se lo utiliza de color negro.

El poncho en Cañar no solo es una prenda de identidad étnica, sino de protección de los inclementes fríos de la altura.

Grafico N° 16:Poncho



Fuente: (León Humberto, 2017)

La faja: Es una cinta de unos dos metros de largo por ocho a diez centímetros de ancho, es elaborada de hilos de lana preparados por el mismo artesano. Unas son tejidas de varios colores formando figuras de temática religiosa como cruces, cozones, custodias, etc.; animales como venados, llamas, conejos, caballos, perros, gatos, aves y un sinnúmero de formas y símbolos propios de la cultura indígena; esta faja llamada por ellos "chumbi" es utilizada para atar sus pantalones a la cintura.

El telar donde son realizadas es el llamado "maqui Awana"; actualmente es una de las artesanías más admiradas y más producidas por los artesanos indígenas de Cañar.

La cushma: Es una especie de túnica que va ceñida a la cintura con ayuda del chumbi o faja. Son hechas en hilo de lana y de color negro; sus faldas van reveteadas mediante bordados o mano o en máquina de coser.

Las hualcarinas o lliglla: Es una prenda utilizada solo por las mujeres, tiene la forma rectangular y sirve para cubrir la espalda, va ceñida al pecho mediante un "tupu" de metal, las dimensiones varían y están de acuerdo al porte de la persona, son realizadas en hilo de lana de borrego con colores negro o rojo sin ninguna decoración, son llanas y al ser terminadas de tejer en el telar de mano son ribeteadas con cintas de color.

El Tapiz: Es un tejido totalmente nuevo por la forma y el diseño que tiene, consiste en una especie de bufanda grande de 20 a 25 cm de ancho por un metro setenta de largo es realizado en el mismo telar de fajas y los colores son variados, los diseños de los animales o figuras son similares al de una faja y muchos de ellos son de la imaginación del artesano.

Las Reatas: Consiste en pequeños listones tejidos también en el telar de fajas, tiene la forma de una faja de dimensiones más pequeñas, generalmente son cosidas a las polleras para que cumplan la función que se da es únicamente utilitaria, es decir, sirve para el abrigo de una cama. Las dimensiones varían y depende de las dimensiones de las camas.

Las Bayetas: Son una variedad de tejido diferente al realizado en el telar de mano. (Viajandox, 2017)

2.2.17 Diseño







En cuanto a la desaparición de la cultura Cañari en los tiempos antiguos, es ardua la recopilación de datos acerca de la vestimenta y sus diseños. Pero se tiene como referencia que los Cañari en la producción de sus prendas, vasijas y objetos se inspiraban en los Dioses, que son la Serpiente y la Guacamaya.

Es por eso que gracias a que esa información está obsoleta, la sociedad ha perdido parte de la identidad y la cultura de los ancestros. El mercado Ecuatoriano se ve limitado en cuanto a la creación de prendas por la influencia que recibe por parte de una sociedad con cultura diferente y de consumo masivo, a la que más le importa la cantidad que la calidad. Las condiciones con una entidad de cultura de adquisición en la que las artesanías, diseño y textiles han perdido los contenidos ancestrales tradicionales de la comunidad (Jácome, 2014)

2.2.18 Símbolos





Las diseños o arte con los Cañaris decoraban la cerámica y los textiles de su cultura.

Tabla N° 1: Ilustraciones

MONTAÑAS		
<p>Los Cañaris tenían gran respeto por los cerros y las montañas, muchos de las cuales eran unas Pacarinas, donde se llevaban a cabo sus rituales. El más importante de estos cerros era “Huaycañan”. Estas son algunas de las formas más comunes con las que eran representadas las montañas. (Tenecota Diego, 2013)</p>		
		
		


Fuente:(Tenecota Diego, 2013)

Tabla N° 2: Ilustraciones

SERPIENTE	
<p>La serpiente era comúnmente representada, mediante líneas zigzagueantes, espirales, con una punta más ancha que indicaba su cabeza. (Tenecota Diego, 2013)</p>	
	
	




Fuente: (Tenecota Diego, 2013)

Tabla N° 3: Fotografía

LUNA	
<p>Contrario a lo que se podría esperar. No hay muchas representaciones de la luna a manera de grabados; sino más bien, la aparece representada en la forma de sus accesorios cerámicos, principalmente las ollas. De éstas, las que eran destinadas para las fiestas religiosas poseían una redondez muy cuidada. (Tenecota Diego, 2013)</p>	
	<p>Olla globular con decoración antropomorfa.</p> <p>Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca</p> <p>Fotografía de Tenecota Diego, 2013</p>

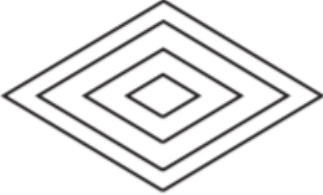



Fuente:(Tenecota Diego, 2013)

Tabla N° 4: Imágenes

GUACAMAYA			
<p>La representación de la Guacamaya, es también muy esporádica. Aparece principalmente, en la cerámica religiosa con una cabeza en alto relieve. (Tenecota Diego, 2013)</p>			
	<p>Plaquetas de Tufita con estilizaciones ornitomorfas grabadas semejantes a cabezas de guacamaya.</p>		
<p>Imagen tomada de: Reinoso Hermida, G. <i>Cañaris e Incas, Historia y Cultura</i>, Tomo 1. Pág. 78.</p>	<td style="text-align: center;">  </td> <td> <p>Cabeza de Guacamaya en alto relieve.</p> <p>Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca.</p> <p>Fotografía de Tenecota Diego, 2013.</p> </td>		<p>Cabeza de Guacamaya en alto relieve.</p> <p>Museo de las Culturas Aborígenes de Cuenca.</p> <p>Fotografía de Tenecota Diego, 2013.</p>

Fuente:(Tenecota Diego, 2013)

Tabla N° 5:Ilustraciones

OTRAS FORMAS	
Existen también otras formas de menor relevancia, que sin embargo continuamente, aparecen en las representaciones Cañaris. (Tenecota Diego, 2013)	
CUEVAS	
MAÍZ	
GRANOS	
PAÑOS	

Fuente: (Tenecota Diego, 2013)

2.3. Marcas referentes y/o aspiracionales

CAROLINA CABRERA Y SUS SOCIAS MARIBI MONTALVO Y CRISTINA PEÑA

Grafico N° 17: Carolina Cabrera y sus socias Maribi Montalvo y Cristina Peña



Fuente: (Paredes Karla, 2017)

Carolina Cabrera y sus socias Maribi Montalvo y Cristina Peña son las mentalizadoras de The Designer Society, un espacio de emprendimiento y moda, que impulsa el diseño y posicionamiento de marcas nacionales. Luego de una investigación de mercado, detectaron que el formato de ‘pop up stores’ se estaba desarrollando con fuerza en EE. UU. y Europa, y decidieron implementar este tipo de negocio en Ecuador. El proyecto inició en el 2016 y a partir de marzo de este año abrieron sus puertas en Quito. Actualmente cuentan con 56 marcas ecuatorianas, agrupando a los mejores exponentes de la capital, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Loja. Entre las marcas destacan Lula Kirei, Unma Moda, Ramoncha, entre otras.

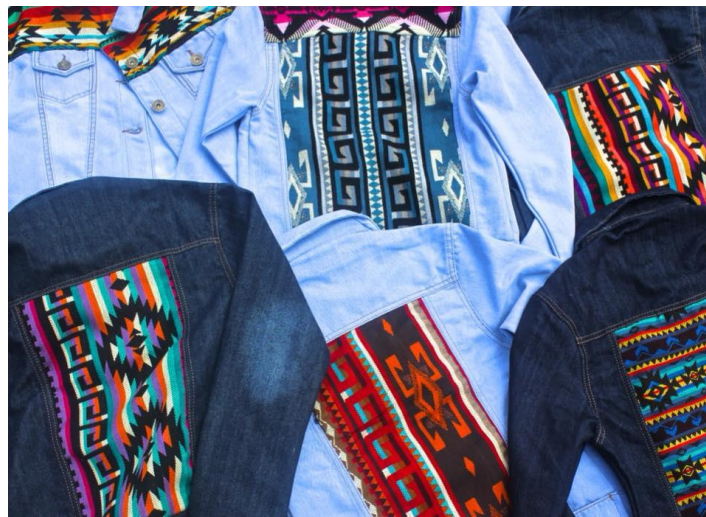
Cabrera indica que esta propuesta de diseño goza de gran demanda actualmente, “pues son piezas únicas e irrepetibles, que llevan el nombre del país, sus raíces y cultura por lo alto, poniéndolo en la mirada de la moda extranjera. El consumidor aprecia lo hecho en Ecuador”. (Paredes Karla, 2017)

Con originalidad cultural

Una marca de ropa y accesorios inspirada en la cultura y las etnias de varias regiones es UNMA, vocablo originario del Oriente ecuatoriano que significa hermandad. David Ossandon, creador de la firma es diseñador gráfico, posee dos maestrías como productor de Moda y Estrategia en Publicidad Creativa. Desde hace cinco años trabaja con bordados, tejidos, alpaca y detalles originales del atuendo típico de la ‘Chola Cuencana’, elementos que han creado el ADN de la marca. Actualmente tiene presencia en París, Barcelona, Buenos Aires, y en The Designers Society en la ciudad de Quito. La propuesta de UNMA es conservar la esencia cultural de vanguardia en una combinación de materiales y estéticas más contemporáneas. “La identidad cultural es poder representar el imaginario colectivo de una etnia en singular, ya sea por técnicas, materiales, filosofía, colores, etc. Cada rincón de Ecuador es una fuente de inspiración, hay que romper nuestras fronteras regionales y pensamientos individualistas para lograr un solo lenguaje de nuestra moda”, señala. (Paredes Karla, 2017)

RAMONCHA BY MARÍA JOSÉ LARREÁGUETI Y ESTEBAN ZAMBRANO

Grafico N° 18: Ramoncha



Fuente: (Ramoncha, 2016)

Línea que fusiona lo urbano con tejidos y artesanías ecuatorianas. Ella es quien diseña la indumentaria, estudió en el IED en Barcelona. Su marca busca integrar telas, texturas, folclore y colores ecuatorianos. Trabaja con tejidos de Otavalo, bordados y

artesanías de distintos lugares del país. “No hace falta buscar afuera, ya que nuestro país es privilegiado en recursos culturales... El consumidor local e internacional busca cada vez más tener su propio estilo y salir de los esquemas preestablecidos con prendas únicas y que cuentan una historia”, afirma. (Paredes Karla, 2017)

LULA KIREI BY FERNANDA SALGADO

Grafico N° 19: Lula Kirei Collections



Fuente: (Lula Kirei, 2017)

Lula Kirei es la firma de la diseñadora de modas quiteña Fernanda Salgado. En el año 2012 empezó a desarrollar moda femenina bajo la firma de Lula (nombre de su tercera hija) y Kirei (hermoso en japonés). Desde sus inicios se caracterizó por crear piezas con contenido artesanal, incorporando el trabajo de varios artesanos ecuatorianos, entre ellos Manuel Guandinango, natural de Cotacachi, quien trabaja con su familia en telares manuales. La creativa combina el trabajo artesanal tradicional con texturas naturales como la alpaca, seda, algodón, lino o cuero, propuesta por la que ha sido invitada a eventos de moda en Nicaragua, Vancouver, Designer Book y otras pasarelas nacionales. Desde hace seis meses Lula Kirei está presente en el mercado de moda francés, comercializando sus prendas en La Boutique Équatorienne, donde se exponen algunas marcas ecuatorianas. (Paredes Karla, 2017)

JESSICA VELASCO DESIGNS BY JESSICA VELASCO

Grafico N° 20: Colección de Jessica Velasco



Fuente: (Velasco Jessica, 2018)

La diseñadora Jessica Velasco, agrónoma y máster en Ciencias Animales, Recursos Humanos y Relaciones Laborales, es la creadora de la firma Jessica Velasco Designs, su línea posee una estructurada conceptualización sobre las raíces y la cultura latinoamericana. ‘Color’ fue su reciente colección presentada en el evento de moda Runway 2017 en Quito, destacando los textiles otavaleños en sus trajes. Destaca que el uso de textiles étnicos en la moda le ha permitido dar a conocer sobre diseño y cultura latina, creando una fuerte demanda en el mercado ecuatoriano que está aprendiendo a valorar no solo el trabajo 100 % a mano, sino también su identidad. Sus diseños se venden en Ecuador (Quito, Cumbayá y Cuenca), Guatemala, Miami y París. (Paredes Karla, 2017)

2.4. Visionario

EMILIO PUCCI

Grafico N° 21: Emilio Pucci

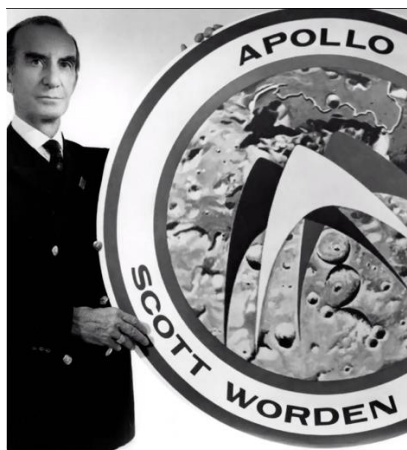


Fuente: (Emilio Pucci Heritage, 2019)

Criado dentro de un ambiente aristocrático estricto, pucci resultó ser un rebelde tanto personal como profesionalmente. Se graduó de la università di firenze en 1941 con un doctorado en ciencias políticas, después de haber asistido a la Universidad de Georgia en Atenas, Georgia, y al Reed College en Portland, Oregón. Sin embargo, su decisión de estudiar en los Estados Unidos lo introdujo al estilo de vida estadounidense. (Kennedy Shirley, 2017)

Esquiador habitual y diseñador de su propia equipación, fue su afición a la práctica de este deporte lo que le llevó, en 1947, a ser diseñador de moda. Más concretamente, cuando se encontraba esquiando conoció a la fotógrafa Toni Frissel la cual, ante los llamativos diseños del marqués le pidió que diseñara algunas prendas con el objetivo de retratarlas en una sesión fotográfica. Aquellos diseños gozaron de un éxito considerable, lo cual condujo a Emilio a diseñar otras prendas que no tardaron en llamar la atención de la Alta Sociedad asidua de Capri, Portofino y la Costa Azul. .(Cooke Ronnie, 1990)

Grafico N° 22: Emilio Pucci NASA



Fuente: (Emilio Pucci Heritage, 2019)

Estas fotografías se mostraron al comprador principal de Lord y Taylor, Marjorie Griswold, y al editor de moda de Harper's Bazaar, la legendaria Diana Vreeland. Las imágenes se publicaron en la edición de diciembre de 1948 de Bazaar, mientras que se ordenaron varios modelos de Pucci para la tienda de Lord and Taylor en Nueva York. Este pedido fue el primer éxito minorista de Pucci en los Estados Unidos. (Kennedy Shirley, 2017)

Pucci, sin embargo, necesitaba seguridad financiera adicional después de la Segunda Guerra Mundial. En 1949 abrió una boutique en Capri, Italia, donde vendió los pantalones cónicos que se conocieron como pantalones Capri, así como camisas de seda sexys para mostrar la figura femenina. Con el regreso de la paz, la gente viajaba nuevamente por placer. Pucci supuso astutamente que su boutique, a la que llamó Emilio de Capri, y su moda informal y colorida en el resort serían populares entre los nuevos visitantes. Sofisticadas internacionales como Consuelo Crespi, Mona Harrison von Bismarck y Maxime de la Falaise eran clientes frecuentes en Emilio de Capri. Diana Vreeland elogió a Pucci como "divinamente italiana" (Kennedy, p. 57). Aunque era extremadamente inusual en ese momento que un aristócrata fuera dueño de una tienda y diseñador o modista, Pucci disfrutó del proceso creativo. (Kennedy Shirley, 2017)



Fuente: (Emilio Pucci Heritage, 2019)

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

Análisis el cual permite llevar a cabo una investigación a fondo sobre todos los factores que intervienen en el mercado, así se podrá garantizar el éxito de la empresa. El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad. (Flores Marina, 2019)

El análisis PEST utiliza cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. Estas cuatro dimensiones son una extensión de la tradicional tabla de Ventajas y Desventajas. La plantilla de PEST promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por reacciones instintivas. (Chapman Alan, 2004)

3.1.1 Análisis PEST

3.1.1.1 Entorno político

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir el objetivo en el que se sustenta el presente proyecto es el Objetivo 10 que se refiere a “impulsar la transformación de la matriz productiva y establecer una producción basada en la economía del conocimiento, para la promoción de la transformación de las estructuras de producción Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen”. (Flores Marina, 2019)

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

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

3.1.1.2 Entorno económico

Durante el *boom* del precio del petróleo entre el 2007 y el 2014, Ecuador experimentó un período de crecimiento económico y de reducción de la pobreza. Sin embargo, algunos problemas estructurales persistieron como la expansión de un sector público poco eficiente, desbalances macroeconómicos importantes, carencia de mecanismos de estabilización y una limitada inversión del sector privado. Estos desbalances se hicieron evidentes cuando los precios del petróleo cayeron y los ingresos que generaban disminuyeron significativamente.

Desde el 2014 Ecuador ha tratado de adecuar su economía a un contexto internacional desafiante caracterizado por bajos precios del petróleo, apreciación del dólar, encarecimiento del financiamiento externo y crecientes fricciones comerciales. Ante la ausencia de ahorros fiscales, el Gobierno inició un proceso de racionalización de la inversión pública y optimización del gasto corriente. Así mismo, restablecen alianzas comerciales, accedido a diferentes fuentes de financiamiento externo, y aplican medidas temporales para incrementar los ingresos públicos no petroleros. (Banco Mundial en Ecuador,2019)

Esta situación de la economía del país logro captar oportunidades de inversión por varias empresas se visualizó a un mercado en expansión. Esto se corrobora debido a que en estos años se ha producido record de ventas en varios productos a nivel nacional. Todo lo expuesto se pudo realizar debido al apoyo gubernamental, aunque actualmente toda la

economía del país está sintiendo el impacto del desplome de las exportaciones petroleras produciendo que las exportaciones no petroleras caigan un 0,3% anual.

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

3.1.1.3 Entorno social/ cultural

Por medio del PNBV, el Estado se obliga a promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva (Articulado 5.4). Al generar investigación y difusión de las industrias culturales y creativas, la economía de la cultura y otros ámbitos de información que visibilicen el aporte económico de la cultura a nivel nacional, estimulando la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional. (Semplades, 2017).

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

3.1.1.4 Entorno tecnológico

El Foro Económico Mundial, de acuerdo ha informado que los negocios, infraestructura, políticas y regulaciones de algunos países de América Latina, incluyendo al Ecuador, así como la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos” es necesario

para desarrollar y asimilar tecnologías. Con el mismo propósito, llevan un importante retardo con relación a sus similares Estados Unidos, Europa y Asia. (CEPAL, 2008).

Actualmente en el país muchas textileras han concretado negocios internacionales gracias a la excelente gestión de marketing empresarial, a la inversión en maquinaria con tecnología de punta y a la amplia variedad de su portafolio, es por esto que ahora el principal reto de los productores ecuatorianos es la innovación con propensión a la exportación de sus productos. Ser más competitivos dentro del mercado es otro punto que debe ser analizado y esto solo puede ser posible si se conceptualiza la producción, es decir, con el estudio minucioso de los aspectos generadores de moda que dan la pauta para que un artículo sea o no vendible.

Las fábricas en nuestro país deben preocuparse más por captar todos los tipos de looks posibles en confección, para así empezar a producir bases textiles con altos niveles resistencia y adaptabilidad. Las actuales tendencias y sus aplicaciones son un océano de oportunidades que incentivan el aprovechamiento real de las fibras y los tejidos, en un mercado donde el ecuatoriano se enfrenta a la importación de todo tipo de productos traídos del exterior, de ahí la necesidad del sector textil nacional por trazar nuevos objetivos para mantener su aceptación y ampliar su crecimiento. (Heredia Gabriela, s.f.)

La industria textil requiere mercados amplios que justifiquen inversiones importantes en maquinaria y tecnología, estabilidad a largo plazo para amortizar inversiones, "por lo tanto protección desde el Estado". En cambio, el desarrollo de la moda requiere de acceso a insumos y productos cuyas importaciones han sido restringidas. "La integración entre industria textil y moda requiere un trabajo conjunto como una opción de desarrollo coordinado, con el apoyo del Estado", indicó Stowhas. El otro gran problema identificado es el de la falta de cultura de la innovación y de cultura de los consumidores sobre el producto nacional. (García Alexander, 2017)

Con este estudio se aspira que la población tenga como prioridad consumir artículos ecuatorianos de buena calidad y gracias a que cada vez se da más apertura a la importación de maquinaria y textiles, se está logrando a largo plazo que lo nuestro se vuelva una primacía.

3.1.1.5 Entorno ambiental

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

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

Para evitar la contaminación tanto del agua como la del aire, se ha tomado en cuenta realizar el teñido de los textiles de manera natural, de esta manera se utilizarán frutas, verduras, plantas y condimentos para teñir los textiles. Para que los colores tengan mejor adherencia en la tela, es recomendable usar textiles de fibra natural tales como el algodón y lana.

3.1.1.6 Entorno legal

El Ministerio del Ambiente es el que controla que se respeten todos los procesos del teñido de textiles en las industrias, y fuera de ellas también como en los pequeños pueblos que se encuentran alrededor de Ambato.

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

Se nota que las distintas instituciones que intervienen en la apertura de un nuevo negocio, son:

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

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

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

3.1.2 Tendencias de consumo

El ser humano trata de satisfacer necesidades insatisfechas con recursos limitados. Y tal como lo advertía (Socrático, T. 2012) el hombre es un eterno insatisfecho, que se

comporta con la naturaleza, su mundo primigenio, como un perfecto inadaptado, tratando de crear nuevos mundos. Mucho de razón tenía (Thomas Hobbes, XVI) al expresar que homo homini lupus, el hombre es un lobo para el hombre. Un ser al que solo le interesa su propia supervivencia, sus logros y de naturaleza intrínsecamente egoísta. Ya Torres (2011) recuerda, que en la teoría económica el egoísmo es un instinto fundamental para los seres humanos. Un egoísmo que se satisface en el individualismo como motor de la relación más relevante del mercado: necesidad y satisfacción.

Para (Smith, 1776) el egoísmo como un recurso metódico es la fuerza que impulsa la economía y permite que al ser humano satisfaga su consumo. Una ansiedad que plantea la búsqueda constante hacia el estado de satisfacción.

El consumo es uno de los comportamientos esenciales en la conducta humana. Los diferentes procesos socioeconómicos se pueden comprender de mejor manera gracias al análisis de las preferencias de los individuos a lo largo del tiempo. En algunos casos el consumo llega a convertirse en un elemento de identidad económica entre los diferentes agentes.

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

Estamos en una generación que los jóvenes con mayoría de edad continúan viviendo con sus padres, porque la economía del país no está en su mejor momento y cuentan con menos ingresos que sus padres tienen, estos prefieren seguir estudiando y a la vez seguir en un lugar seguro sin tener que proporcionar más gastos de los necesarios. Pero al momento de consumo de marcas es cuando lo obtienen sin importar el costo, ya que vivimos en una sociedad en la cual es más importante mostrar que marca de ropa usan a que la calidad de la misma.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Tabla N° 6 Variable demográfica

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
NACIONALIDAD	Ecuatoriana
SEXO	Femenino
EDAD	18 a 25 años

Fuente: (Pita Sara)

Tabla N° 7 variable socio-económica

VARIABLES SOCIO - ECONÓMICAS	
NIVEL SOCIO- ECONÓMICO	Medio, medio-alto y alto
EDUCACIÓN	Niveles superiores
OCUPACIÓN	Trabajadoras del sector privado y público
INGRESO	\$1000 - \$2500

Fuente: (Pita Sara)

Tabla N° 8 variable psicográfica

VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
ESTILO DE VIDA	Relajada, libre, aventurera. Mujeres independientes con éxito y que quieren siempre mostrar que están a la moda.

INTERESES	Les gusta llamar mucho la atención, les gusta que sus prendas sean personalizadas, que esten a la moda y que sean de buena calidad.
GUSTOS	Las prendas deben ser exclusivas, originales, deben estar de acuerdo con la moda actual.
PERSONALIDAD	Mente abierta a todo tipo de posibilidades, difícil de satisfacer, siempre busca aventuras, disfruta del clima calido y disfruta tiempo a solas.

Fuente: (Pita Sara)

Tabla N° 9 variables conductuales

VARIABLES CODUCTUALES	
BENEFICIOS BUSCADOS	Disponibilidad inmediata de cualquier producto, productos de buena calidad, garantía del producto. El producto debe estar bien confeccionado, el trato al cliente debe ser excelente y con amabilidad.
LEALTAD DE MARCA	Existe consumo, pero mucho más cuando hay ofertas.

Fuente: (Pita Sara)

Tabla N° 10 variables geográficas

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
CIUDAD	Ambato
PROVINCIA	Tungurahua

PAÍS	Ecuador
-------------	---------

Fuente: (Pita Sara)

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

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

Esta es una de las industrias de mayor crecimiento en ventas al por mayor y menor, también conocidas como retails. Esto se debe a que las empresas textiles han conseguido que los productos se encuentren al alcance de todas las personas desarrollando productos los cuales se adapten a cada una de las necesidades de los consumidores sin descuidar la parte económica de los mismos. Esto junto al desarrollo de las tiendas en línea ha hecho que el éxito de la industria de la moda pueda darse en cualquier ubicación, debemos tomar en cuenta que las compras en línea cada vez crecen más y se prevé que hasta el año 2020 el 80% de las ventas se las realice por este medio. (Carillo, 2010)

El sector del que corresponde este proyecto se caracteriza por diseñadores ecuatorianos que la elaboran prendas y tiendas propias de los mismos que la venden. Para el sector de diseño podemos encontrar muchos materiales, aunque no se tenga tanta variedad de textiles, se puede lograr el objetivo deseado. Es por esta razón que las prendas llegan a ser costosas, por el hecho de la cantidad mínima de consumo que se obtiene por parte del país hacia productos ecuatorianos. Varios diseñadores ecuatorianos reconocidos tienen sus productos a la venta en lugares de consumo masivo tales como Megamaxi, esta es una estrategia la cual despierta el interés del consumidor hacia la marca. Otros optan por abrir sus propias tiendas en ciudades grandes y de mayor cantidad de consumo, como Quito, Guayaquil y Cuenca. Un ejemplo muy conocido es el de Gustavo Moscoso el cual tiene prendas para la venta al público en los locales de Megamaxi, Un vocero de Corporación Favorita indica que la primera colección de GM757 se lanzó en octubre del 2011. Existe una favorable evolución porque en promedio se comercializan 3 100 prendas

al mes. En facturación esto ha representado cerca de USD 500 000 durante el 2012, agrega Moscoso. (Revista Lideres, 2015).

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

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

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

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

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

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

La ventaja competitiva ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugares a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información. Antes de las

teorías de Porter, la información se consideraba un factor entre otros en el proceso que determina los negocios. Ahora por contra hay un creciente reconocimiento del valor de la información como factor determinante en las dinámicas económicas. Por otra parte, gracias a las teorías de Porter se ha reconocido que la información posee un alto potencial, por lo general es menospreciada frente a su valor real, así debe ser tratada como un recurso que cada organización podría y debería utilizar en su rubro de negocio. (Robson Wendy, 1997)

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

En conclusión existen cinco fuerzas competitivas las cuales Porter explica que:

1. La primera de las fuerzas es la existencia de los productos los cuales pueden sustituir el nuestro. Este es uno de los factores que más competencia produce. En este caso incluso se puede reducir el costo.
2. La segunda fuerza es la rivalidad. Si nuestra empresa cuenta con pocos productos en el sector, la rivalidad que tendremos será muy baja, sin embargo, si lo propuesto es un producto que ofrecen muchas más empresas estos suelen ser de alta demanda así la rivalidad será muy superior.
3. La tercera fuerza es la de la amenaza de los nuevos competidores. Aquí es donde realmente nos medimos con otras empresas para poder ver si nuestro producto realmente es rentable o no. Además, podemos medir el atractivo que tenemos con los clientes al ponernos cara a cara con otras empresas.
4. En lo que se refiere a la cuarta fuerza, nos encontramos en la negociación con el intermediario, que son los proveedores, lo cual requiere un poco más de atención, considerando su conocimiento de rentabilidad en el sector.

5. En último lugar, nos encontramos con la quinta fuerza, la cual nos habla de la negociación directa con los clientes. Esto hace que podamos ver si realmente estamos llegando a los clientes y cuál es el grado de dependencia o lealtad de ellos con nuestros productos. (Riquelme Matías, 2015)

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Se debe tomar en cuenta todos los aspectos necesarios, para dar inicio al emprendimiento en el área de diseño de moda, tales como el capital requerido, recursos físicos, humanos, entre otros. En la actualidad se cuenta con los siguientes:

Económicos: Tipos de fondos disponibles, en este caso la investigadora del proyecto cuenta con los fondos suficientes y necesarios para llevar a cabo el proyecto. También se considera el apoyo proporcionado por la familia de la investigadora.

Materiales: En cuanto a materiales se tienen los necesarios para poder comenzar, experimentar y probar si el producto es factible. En caso de no poseer los materiales suficientes se conseguirá ayuda de profesionales de la ciudad de Ambato.

Humanos: Para el desarrollo de la propuesta se cuenta con la ayuda de los proveedores de los textiles e insumos necesarios para llevar a cabo el proyecto, en cuanto al patronaje existe la ayuda de los profesores diseñadores de la Facultad de Diseño, para los detalles de las prendas se busca ayuda profesional especializada.

Infraestructura: En cuanto a la infraestructura se cuenta con el domicilio de la investigadora del proyecto ubicada en la zona rural de la ciudad de Ambato, en donde se puede producir el producto para luego ser comercializado.

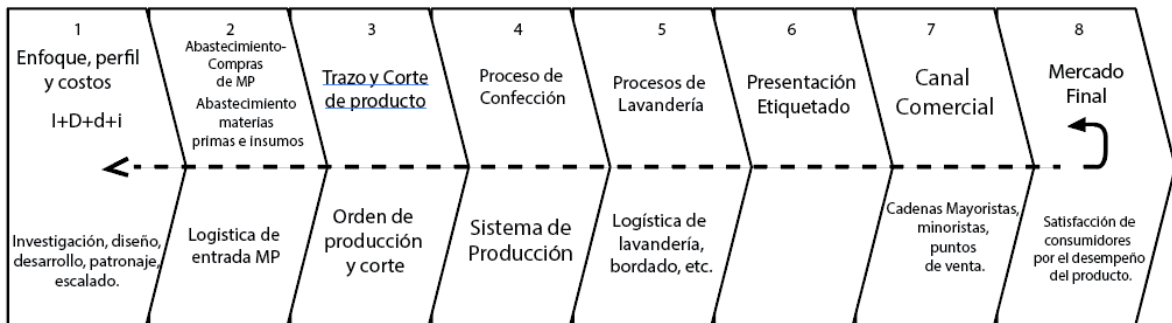
3.2.2 Análisis Cadena de valor

Esquema gráfico que facilita la descripción de procesos ejecutados de un producto o servicio de una empresa, actividades y resultados realizados por las personas en cada área, ayudan a cumplir con los requisitos y especificaciones técnicas, así se crea valor en el producto.(Mipro, 2013)

Cada eslabón es ejecutado por un área en la empresa, los productos o servicios obtenidos serán recibidos por otra área convirtiéndose así en un cliente que es interno en la empresa. La articulación se inicia entre eslabones y sub eslabones, por medio de la relación cliente-proveedor que se genera internamente. Los integrantes de cada eslabón analizan, entienden, ejecutan y aseguran la calidad en las actividades de trabajo, su resultado permitirá cumplir con los requisitos de calidad de producto para el consumidor.(Mipro, 2013)

Ejemplo de identificación de eslabones, para la gestión de calidad de un producto:

Grafico N° 24: Cadena de valor de confección de jean



Fuente: (Manjarrés Mario, Mipro, 2013)

La cadena de valor permitirá identificar la ventaja de cada actividad de la empresa, de manera competitiva, es una manera de diferenciarlas. El objetivo está en cumplir cada uno de los objetivos que tiene cada parte de la empresa para lograr un producto de calidad y crear un vínculo con el cliente.

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

En este eslabón se refiere a las actividades propias de la industria en las cuales se debe tomar en cuenta el conocimiento y capacitación que se ha adquirido.

En el eslabón de investigación y desarrollo se debe iniciar controlando el moodboard, donde se controla la investigación de consumidor y la definición del perfil de consumidor. (Mipro, 2013)

En el área diseño se debe controlar la ficha de prototipo, patronaje de productos, la selección de telas e insumos, el corte de prototipo y la confección de prototipo. En la muestra final se debe controlar el corte de prototipo y la confección del prototipo.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Dentro de este eslabón se tiene como finalidad realizar adquisiciones para mantener el abastecimiento de materias primas e insumos en las áreas de diseño, desarrollo, corte, confección y empaque. Para obtener el material es necesario tener contacto directo con los proveedores y no solo de materiales, también de maquinaria.

Lo más importante es saber si el producto que se va a necesitar se encuentra en stock, para evitar retrasos en el producto.

3.2.2.3 Eslabón de producción

Para la producción del producto se llevará a cabo en la propiedad de la autora del proyecto, el cual se encuentra dotado de implementos adecuados para la confección de la prendas. Para que producto final sea de excelente calidad se debe llevar a cabo varios pasos para garantizar la producción:

1. En la adquisición del material se debe tomar en cuenta que al momento de comprarlo, este debe cumplir con todas las especificaciones que se necesita para la confección del producto.
2. En el patronaje todas las piezas debe estar correctamente industrializadas para no cometer ningún error al momento de cortar la tela.
3. Debemos tomar en cuenta las especificaciones de las fichas técnicas en cada paso de la confección de una prenda.
4. El control de calidad en la producción del producto se debe tomar en cuenta la ejecución del proceso, al igual que los moldes encajen a las referencias solicitadas, la unión de las piezas debe ser exacta y se debe verificar el cumplimiento de las fichas con especificaciones.

5. Se debe pulir a la prenda y verificar que esté en buenas condiciones y sin ningún desperfecto.
6. Una vez verificado el producto, pasamos al etiquetado, empaquetado y almacenamiento, el cual debe ser en un lugar adecuado para que el producto no sufra ningún daño. Por último la exhibición del producto.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

La exhibición del producto se llevará a cabo en un local en un local en Miraflores, se creará publicidad por medio de redes sociales y la comercialización será en el local. La estrategia de venta que se desea implementar es que sea mucho más personalizada, la cual consiste en que el cliente obtenga una mejor atención y que esté conforme al momento de la compra.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

El público objetivo el cual formará parte del estudio son mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato, para lograr una conclusión a los objetivos se ha tomado en cuenta a este target, por el mismo hecho que las mujeres en este rango de edad consumen más prendas hasta lograr forjar un estilo a medida que siguen desarrollando sus gustos y también su vida profesional. También puede que tenga un mayor alcance a un mercado mucho más amplio, ya que las prendas casuales son muy versátiles. (Flores Marina, 2019)

4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo. b. Abrumado. c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3.¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿ Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

1. 6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles de mayor composición natural?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuando adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

8. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

4.2 Selección de la muestra.

Aplicación de fórmula de muestreo

Según el censo poblacional realizado por el INEC en el 2010, menciona que en la provincia de Tungurahua existen 23.499 mujeres de 18 a 25 años de edad. Utilizaremos estos datos para elaborar el cálculo de muestreo.

Tabla N° 11 población

TABLA DE POBLACIÓN

TUNGURAHUA	AMBATO	POBLACIÓN FEMENINA
504.583 habitantes	329.856 habitantes	27.882 mujeres

Fuente: (INEC, 2010)

Para aplicar la formula es importante determinar el tamaño adecuado de la muestra, se debe aplicar la formula correcta considerando los datos de la información, en la cual menciona que: (Naranjo Galo, Herrera Luis, Medina Arnaldo, 2014)

n: Tamaño de la muestra

PQ: Probabilidad de ocurrencia

N: Universo de estudio

e: Error de muestreo 0.02

k: Coeficiente de corrección 2

Mujeres de 18 – 25 años (3%): 27.882

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

$$n = \frac{0.25 \times 27882}{(27882 - 1) \left(\frac{0.05^2}{1.96^2} \right) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{(27881) (6,5077051228654727197001249479384 \times 10^{-4}) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{(27881) (18.14413265306122) + (0.25)}$$

$$n = \frac{6970.5}{18.3941325306122}$$

$$n = 378.9$$

$$n = 379$$

4.3 Técnicas de estudio.

Estrategias metodológicas

4.3.1 Cuantitativas

La investigación cuantitativa es mucho más estructurada, ya que busca la medición de las variables previamente establecidas (López Nelly, Sandoval Irma, 2013); Así sabremos si a las mujeres de 18 a 25 años de edad les parece interesante e innovador la utilización de ropa casual con inspiración de vasijas del pueblo cañar y cada qué tiempo compraría las prendas. De esta manera se logrará crear un estimado de cuantas prendas se confeccionarán por día, mes y año, igualmente la compra de materiales e insumos, tiempos de maquinaria, empaçado, etc.

Para la recolección de datos se realizará un cuestionario en donde se detalle toda la información que sea más importante para el funcionamiento de la microempresa. En esta encuesta se detallan preguntas de selección múltiple y simple.

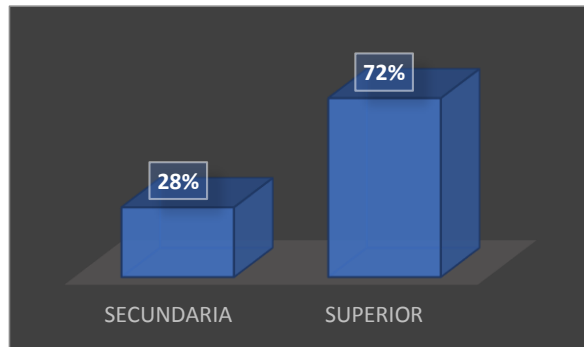
4.4 Elaboración e interpretación de los datos

Tabla N° 12 Nivel de Educación

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Secundaria	105	28%
Superior	274	72%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 25: Nivel de Educación



Fuente: (encuestas)

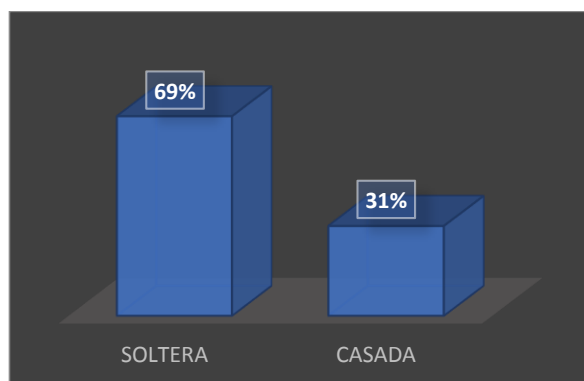
En la encuesta realizada a 379 mujeres el 72% tiene educación superior y el 28% tiene educación secundaria, con estos resultados podemos concluir que la mayoría de mujeres ya tienen formación profesional.

Tabla N° 13: Estado Civil

Opción	N° de Entrevistadas	%
Soltera	261	69%
Casada	118	31%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 26: Estado Civil



Fuente: (encuestas)

En la encuesta realizada a 379 mujeres el 69% se mantienen solteras y el 31% están casadas, con estos resultados podemos concluir que la mayoría de mujeres entre 18 a 25 años de edad se encuentran solteras y que son las que más consumen moda masivamente.

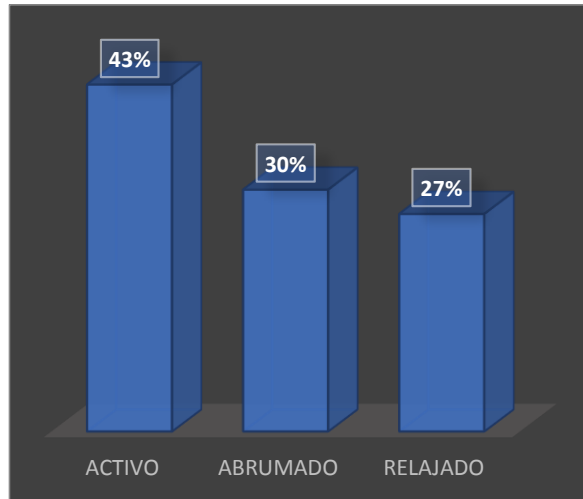
2. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

Tabla N° 14 Estilo de vida

Opción	Nª de Entrevistadas	%
Activo	164	43%
Abrumado	113	30%
Relajado	102	27%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 27: Estilo de vida



Fuente: (encuestas)

En la encuesta realizada a 379 mujeres el 43% tiene un estilo de vida activo, el 30% tiene estilo de vida abrumado, mientras que el 27 por ciento de mujeres tienen un estilo de vida relajado. Con estos resultados podemos concluir que la mayoría de mujeres tiene un estilo de vida activo.

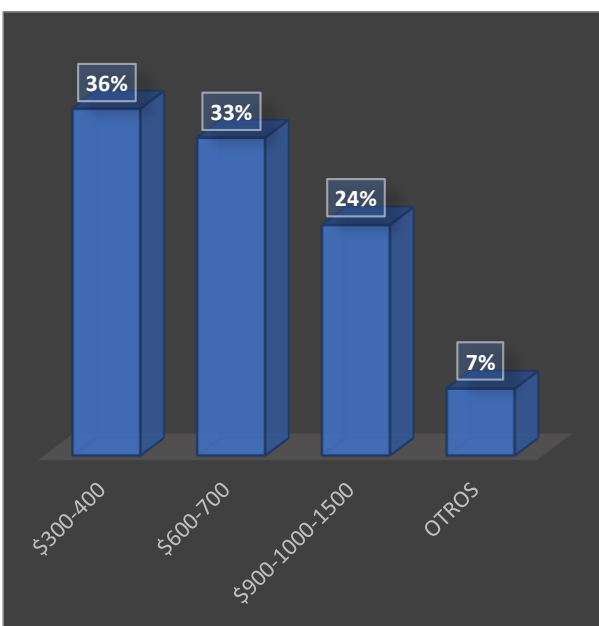
3. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

Tabla N° 15 Ingresos

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
\$300-\$400	135	36%
\$600-\$700	124	33%
\$900-\$1000-\$1500	93	24%
Otros	27	7%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 28: Ingreso Mensual



Fuente: (encuestas)

En relación con la encuesta realizada sobre los ingresos mensuales el 36% de las encuestadas obtienen de \$300-\$400 dólares; el 33% indica que sus ingresos son de \$600-\$700 dólares mensuales, mientras que el 24% menciona que sus ingresos van desde los \$900-\$1000-\$1500 dólares, en cuanto al 7% restante de las encuestadas mencionan que obtienen menos de \$200 o incluso ningún tipo de ingreso mensual.

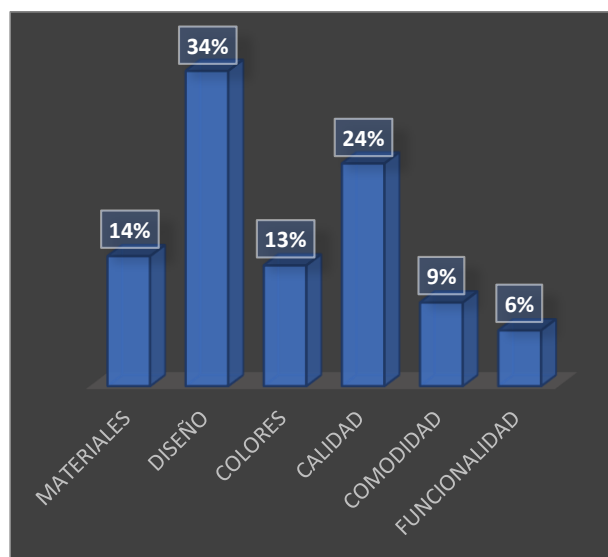
4. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

Tabla N° 16 Adquisición de vestimenta

Opción	N° de Entrevistadas	%
Materiales	52	14%
Diseño	127	34%
Colores	50	13%
Calidad	92	24%
Comodidad	33	9%
Funcionalidad	25	6%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 29: Valor de adquisición



Fuente: (encuestas)

En cuanto al valor que las encuestadas le dan al producto se reconoce que el 14% valora los materiales, el 34% diseño, el 13% colores, la calidad con 24%, comodidad con un 9% y la funcionalidad con el 6%, lo cual nos indica que las mujeres de Ambato de 18 a 25 años de edad al momento de adquirir ropa valoran más el diseño.

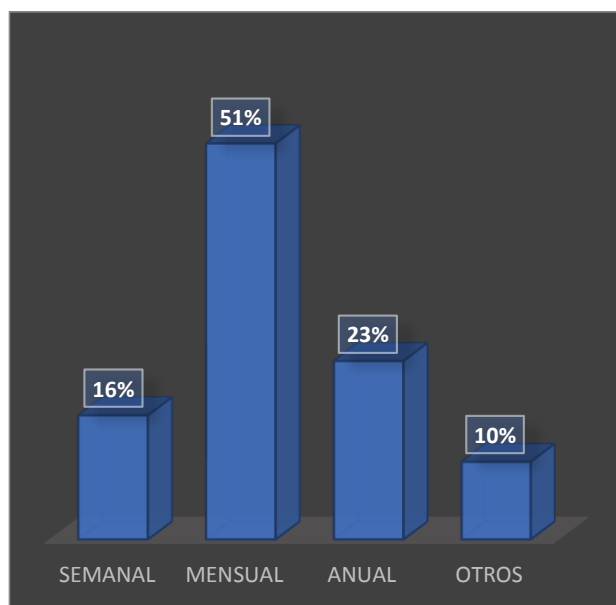
5. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

Tabla N° 17 Frecuencia de adquisición

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Cada semana	60	16%
Cada mes	192	51%
Cada año	87	23%
Otros	40	10%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 30: Frecuencia de compra



Fuente: (encuestas)

En cuanto al análisis de frecuencia de compra se obtienen los siguientes resultados, semanalmente con un 16%, mensual con un 51%, 23% de forma anual y un 10% respondió que adquiere ropa nueva cada vez que tiene un compromiso.

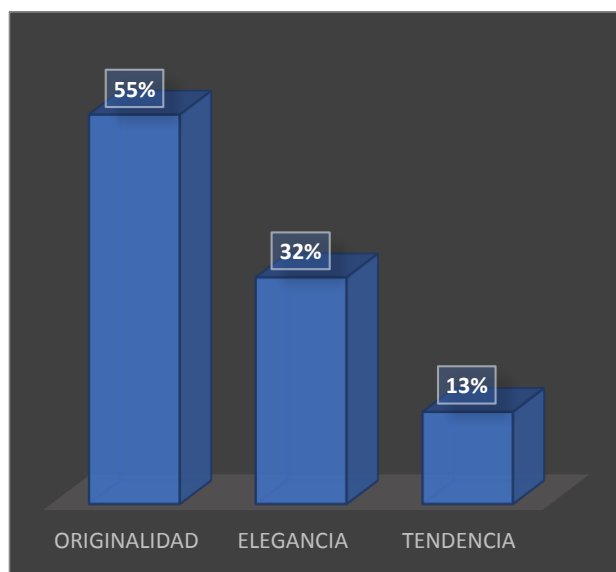
6. ¿Qué imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

Tabla N° 18 Imagen a transmitir

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Originalidad	210	55%
Elegancia	120	32%
Tendencia	49	13%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 31: Imagen a transmitir



Fuente: (encuestas)

En cuanto al análisis de la imagen que le gusta transmitir al momento de la compra se obtienen los siguientes resultados, originalidad con un 55%, elegancia con un 32% y tendencia con un 13%. Con el resultado final notamos que a las mujeres les gusta mostrarse originales al momento de usar ropa casual.

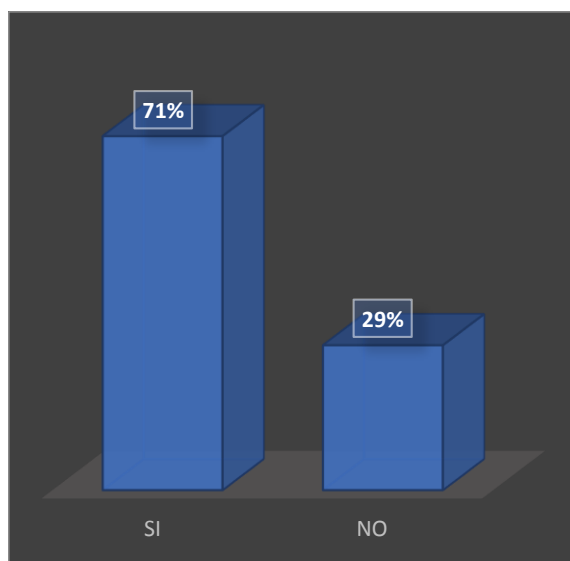
7. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles de mayor composición natural?

Tabla N° 19 Composición textil

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Si	268	71%
No	111	29%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 32: Prendas confeccionadas con mayor composición natural?



Fuente: (encuestas)

En este caso de las 379 mujeres encuestadas el 71% opina que si le gustaría utilizar prendas confeccionadas con textiles naturales, mientras que al 29% no le gustaría ya que opinan que este tipo de textil se arrugaría muy rápido.

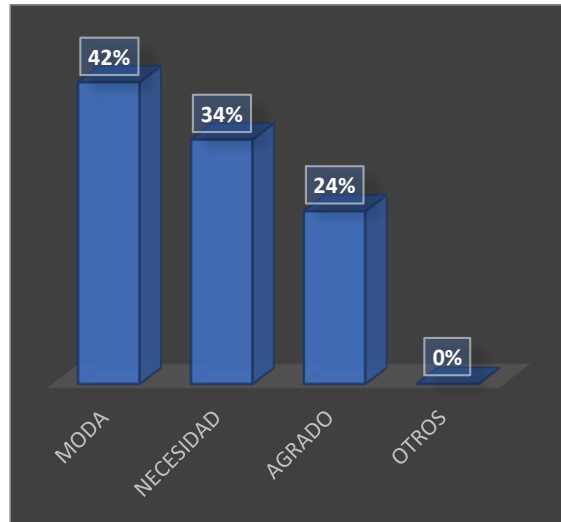
7.¿Cuándo adquiere ropa nueva por qué lo hace?

Tabla N° 20 Ropa nueva

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Moda	160	42%
Necesidad	128	34%
Agrado	91	24%
Otros	0	0%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)

Grafico N° 33: Adquisición de ropa nueva



Fuente: (encuestas)

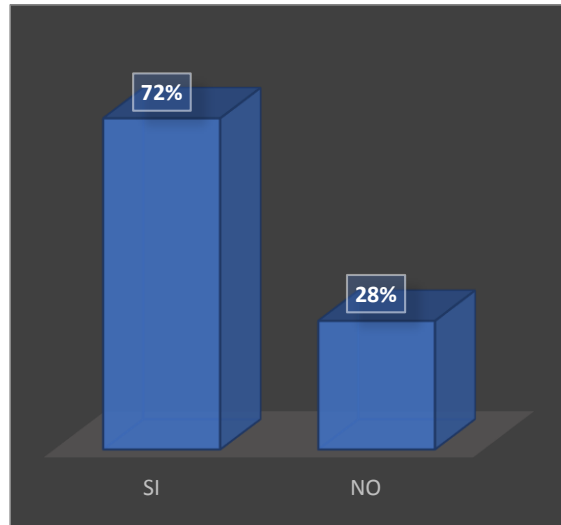
En el análisis realizado el 42% de las mujeres adquieren ropa nueva por moda, el 34% lo hace por necesidad, el 24% por que le agrada la prenda que ha visto en los escaparates.

8.¿ Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

Tabla N° 21 Cultura Ecuatoriana

Opción	N ^a de Entrevistadas	%
Si	274	72%
No	105	28%
Total	379	100

Fuente: (encuestas)



Fuente: (encuestas)

Al momento analizar la utilización de prendas que reflejen la cultura del Ecuador el 72% respondió que si, siempre y cuando está sea de excelente manera y porque les gustaría utilizar primero productos ecuatorianos, mientras que un 28% respondió que no ya que piensan que sería una copia de algo que ya se ha visto antes.

4.5 Conclusiones

Se obtiene como conclusión según las necesidades del cliente, la cual nos permite dar como resultado lo siguiente: En su mayoría el consumidor está dispuesto a adquirir prendas con un enfoque que refleje la etnia del Ecuador. El cliente en cuanto a lo económico está dispuesto a gastar cada mes una cantidad moderada de dinero por estas prendas, la demanda que existe en los compradores, prefiere usar prendas casuales que reflejen la cultura de nuestro país, la misma que puede representar de una manera diferente a la que se conoce.

Se concluye que la adquisición de las prendas confeccionadas con textiles con mayor porcentaje de fibras naturales, son de agrado para los futuros clientes como apoyo al medio ambiente y menos contaminación de residuos, la misma en la cual se aplica innovación integrando partes de nuestra historia cultural.

Finalmente la investigación nos permite plantear con el público objetivo la apertura a una colección, compuesta con diseños y opciones diferentes de vestimenta ecuatoriana, mediante una elección previa de los textiles, inspiraciones, siluetas y colores, para la producción de los prototipos.

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1 Cronograma de producción

Para el cronograma de producción se ha tomado en cuenta el tiempo de la autora del proyecto y de las personas que van a colaborar en la producción de las prendas.

Tabla N° 22 Cronograma de producción

CRONOGRAMA																					
Semanas	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diembre				Enero				
Contenido	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Investigación																					
Estudio y análisis de mercado																					
Análisis de tendencias																					
Desarrollo de marca e inspiración																					
Encuestas y tabulación																					
Bocetos																					
Fichas técnicas																					
Elaboración de prototipos																					
Costos de producción																					

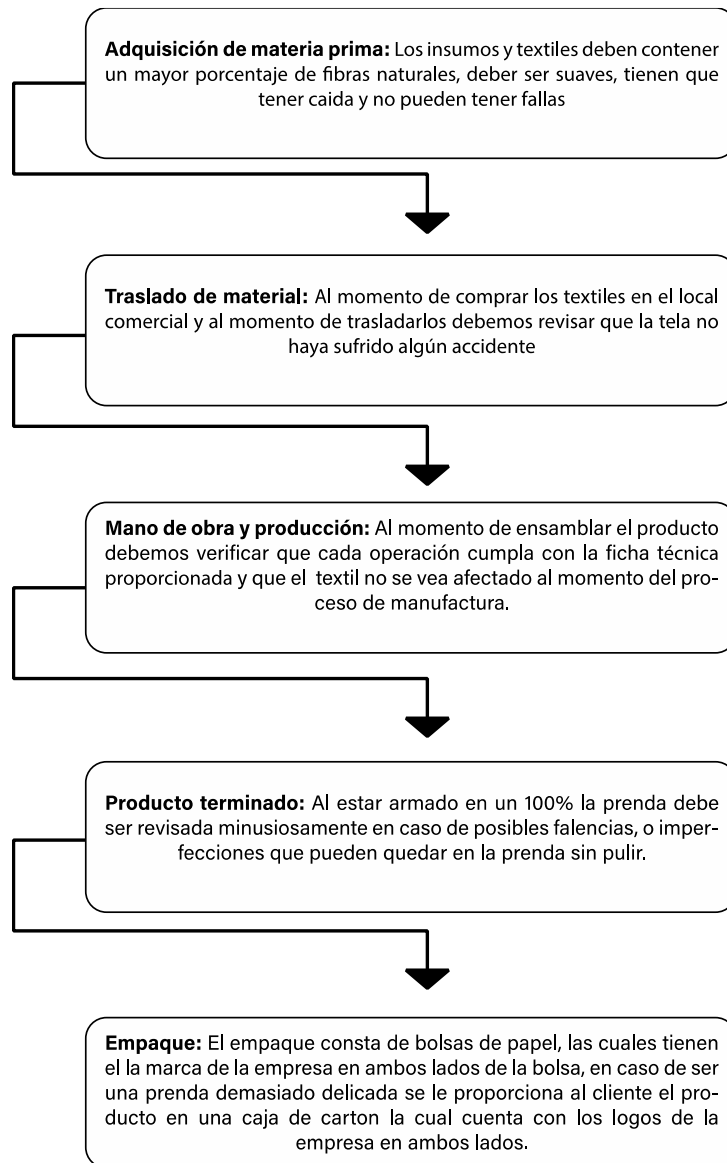
Fuente: (Pita Sara)

5.2 Control de calidad

El control de calidad debe implementarse en cada paso de la confección del producto, para obtener un producto de excelente calidad, esto influye también en la parte

del etiquetado. Según la Ley de sistema ecuatoriano de la calidad es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad. (Ley de sistema ecuatoriano de la calidad, 2007)

Grafico N° 35:Control de Calidad



5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Tabla N° 23 Cuadro de implementos

CUADRO DE IMPLEMENTOS

ETAPAS	ACTIVIDADES	IMPLEMENTOS
PRE PRODUCCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investigación de tendencias. 2. Diseño de bocetos. 3. Patronaje. 4. Montado en bustier. 5. Preparacion de Los textiles y materiales que se van a utilizar en la confección. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador, libros. 2. Hojas de papel, lápices de color, marcadores, cartulinas, etc. 3. Pliegos de papel kraft, reglas de patronaje, lápices, borradores. 4. Tijeras, cortar los moldes de papel. 5. Preparar y verificar que el textil sea apropiado y tener a la mano implementos como: tijeras de tela, tiza, cinta métrica, reglas de patronaje y un lápiz.
PRODUCCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corte de las piezas de cada prenda que se va a confeccionar. 2. Union de las piezas para crear la prenda. 3. Preparación de productos naturales para el teñido de la prenda. 4. Teñido de la prenda 5. Adicción de estampados, bordados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicar los moldes de papel sobre la tela y cortar. 2. Unir las piezas con maquina overlock para que la tela no se deshile. 3. Para el tñiso se utilizará ollas que no se usen para alimentos diarios, agua, alimentos naturales, bicarbonato de sodio, jabon de ph neutro, guantes de goma.

	<p>y lentejuelas en la prenda.</p> <p>6. Etiquetar, planchar y preservar en un lugar ideal.</p>	<p>4. Se realizaran estampados por medio de serigrafía, lo demas se realizará a mano.</p> <p>5. Se etiquetará en máquina recta y a mano, se empacará y se guardará en un armario, donde las prendas no sufran ningun daño.</p>
POST PRODUCCIÓN	<p>1. Venta del producto en local.</p> <p>2. Empacar el producto para cliente.</p>	<p>1. Se colocaran las prendas sobre un bustier, en repisas y armadores así el consumidor pueda verificar y elegir lo que más le gusta.</p> <p>2. El producto se empaca correctamente en una bolsa o caja con el nombre de la empresa y se entrega al consumidor.</p>

Fuente: (Pita Sara)

5.4 Requerimientos de mano de obra

El proyecto está considerado como una microempresa, la cual desarrolla vestimenta casual femenina. Para todo el proceso de confección de las prendas se necesita de personal el cual esté dotado de habilidades como: coser, cortar textil, realizar moldes, y no solo eso tambien se necesita que cada uno que forma parte del personal logre resolver cualquier tipo de problema que se genere en cualquiera de los procesos de confección.

Para un mejor funcionamiento se debe tomar en cuenta que al momento de contratar personal se elegirán personas con conocimiento y experiencia, pero está ha

tenido como resultado un problema muy grande para los nuevos diseñadores recién graduados, esta realidad se ha dado ya desde hace mucho tiempo atrás, es por eso que se prefiere emprender con un negocio propio.

Por otro lado en cuanto a la contratación de personas con discapacidad, la ley dice que en toda empresa se debe tener cierto número de personal con discapacidad, dependiendo el porcentaje total de empleados que tenga la compañía. La mano de obra se ha incrementado notablemente y es el generador del 30% a 40% del empleo del vestir en el mundo (Bustamante Raúl, 2016)

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

En el área de confección se deberá utilizar mascarilla de tipo ffp2 y a su vez un mandil que cuenta con bolsillos para cargar utensilios de manera práctica, el material puede ser denim o tela camiserera.

- En el área de corte se utilizará mascarillas tipo ffp2, el mandil de igual manera que en el área de confección a su vez se emplearán guantes para evitar accidentes al momento de cortar la tela.
- Para el área de control de calidad se empleará mascarilla tipo ffp2, mandil y el uso indispensable de guantes quirúrgicos para evitar cualquier inconveniente con el producto terminado.
- En cada una de las áreas de trabajo se deberá encontrar un extintor de fácil acceso, el mismo que será de tipo ABC.
- El taller, así como la zona para clientes y cada espacio de las instalaciones contarán con la señalética respectiva y a su vez los permisos para el funcionamiento se mantendrán al día y con los mejores estándares según sea establecido por la ley.
- El material que resulte como residuales después de su corte será clasificado al igual que

cualquier desecho producido en las instalaciones, organizados por contenedores como: orgánicos, metales, plásticos y papel. Estos mismos sobrantes de material pasarán por una inspección previa para analizar su reutilización y así optimizar el material, el tiempo y no producir un impacto ambiental tan drástico.

- Los materiales para los empaques y los ya físicos serán almacenados por separado de la materia prima para la construcción de la indumentaria y estos también de los vestidos ya terminados, para que de esta forma se pueda evitar confusiones o desperdicios de materiales por cualquier incidente.

Información Obtenida del Ministerio de Trabajo área de Seguridad y Salud del trabajo (2017)

Para el área de confección se necesita dotar a cada empleado de:

- Guantes
- Mascarillas
- Gafas de protección
- Mallas para la cabeza

El área de trabajo y confección debe estar en orden y estar equipada con:

- Mesas grandes
- Sillas
- Tijeras
- Bustier o Maniqués
- Reglas de patronaje
- Moldes de las prendas
- Cinta métrica
- Papel Craft
- Tiza
- Lápices, esferos
- Textiles
- Todo tipo de maquinaria para la confección del producto

- Lugar de almacenamiento

En cuanto a la parte del medio ambiente, no se tendrá mucho ya que el papel Craft donde se realizan los moldes se adherirán a una lámina de aluminio, éste se cortará y así se tendrán los moldes intactos y se evitará su deterioro.

El sector de la indumentaria es uno de los más contaminantes. Marcas y consumidores comienzan a sumarse al llamado para hacer una industria más sostenible. (Fleischmann María, 2019)

- Para la parte del teñido el agua se reutilizará para regar plantas y árboles ya que el tinte extraído es 100% natural.
- Los retazos de las prendas pueden formar nuevos textiles.
- El material sobrante que no tenga ningún uso será desechado apropiadamente respetando las normas del medio ambiente.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

Al momento de usar prendas las personas buscan resistencia, confortabilidad y durabilidad que son características que la colección posee. En la actualidad le suman otras características como funcionalidad, estética y un significado o valor adicional. La cromática le da versatilidad y se puede realizar todo tipo de combinaciones con varios textiles tanto en la misma prenda como en outfits para todas las edades.

Como diseñadores de moda se propone realizar estudios del perfil del consumidor para que las prendas tengan características estéticas y funcionales, que satisfagan las verdaderas necesidades del consumidor ecuatoriano.

Para que los productos tengan un nivel de innovación considerable se deben realizar investigación en cuanto a inspiraciones y tendencias de moda para que las prendas tengan detalles que denoten innovación sin perder la esencia de la prenda misma.

Se deben personalizar las prendas y programar la producción de las mismas, con textiles los cuales no solo proporcionen algo estético a la prenda también deben ser cómodas, pues esta inversión de tiempo traerá grandes ganancias.

6.1.1 Brain storming

Ropa casual femenina exclusivo para mujeres de 18 a 25 años de edad, inspirados en la cultura Cañari con una tendencia de “Tribus Etnicas” la cual mantiene su esencia y es muy representativa en varios lugares del mundo. La presentación de un producto innovador es la que representa el trabajo artesanal que se quiere recuperar, así mismo el uso de productos naturales para la confección y varios procesos como los estampados y la tela teñida con productos naturales, de esta manera se agrega mayor valor al producto además de darle autenticidad y distinción. Como resultado destacaremos el estilo original que desean tener las mujeres al adquirir ropa casual a un precio asequible.

6.2 Perfil del cliente.

Neo-Tradicional

Este perfil se destaca por integrar los fenomenos de la moda a su estilo personal, es una evolución de lo tradicional, el cual sugiere cambios no tan drásticos en donde el consumidor puede lucir original sin tener que realizar tantos cambios en su vestimenta.

Tiene mayor nivel de flexibilidad y sensibilidad frente al lo moderno, observar detenidamente y se deja influenciar por lo nuevo, es así como lo adapta de acuerdo a sus propias convicciones. Le preocupa lo que pasa con el medio ambiente e intenta aportar al cambio en su manera de consumir los productos.

Tabla N° 24 Perfil del consumidor

PERFIL DEL CONSUMIDOR	
Sexo	Femenino
Edad	18 a 25 años
Usuario	Neo-Tradicional
Clima	Cálido y Frio
Ingresos	Medio, medio-alto y alto
Clase Social	Media, media-alta y alta
Región	Sierra
Estilo de vida	Relajado, libre y aventurero
Imagen Propia	El consumidor quiere lucir siempre a la moda
Percepción del valor	Valora la compra si el costo de las prendas es muy alto
Motivos y comportamientos de compra	Necesidad y moda
Actitud	Fashionista
Búsqueda de beneficios del producto	El producto tiene que ser de buena calidad, amigable con el medio ambiente, duradero, debe estar muy bien confeccionado y proporcionar originalidad

Frecuencia de uso	Todos los días
Lealtad a la marca	Existe consumo, pero mucho más cuando hay ofertas
Uso final del producto	Uso diario para actividades casuales
Ubicación	Dentro de la ciudad de Ambato

Fuente: (Pita Sara)

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

Grafico N° 36: Perfil del cliente



FUENTE: (Virging Atlantic, 2016)

6.3 Identidad de marca.

MANUAL DE IDENTIDAD



SPS
BY SARA PITA SERRANO

I
D
E
N
T
I
F
I
C
A
D
O
R

SPS
BY SARA PITA SERRANO

SPS

BY SARA PITA SERRANO

SPS surge con la necesidad de identificar una nueva marca de Diseño de Modas, está sujeta a todo un conjunto de percepciones y sentimientos propios de la persona que los representa, también condicionada a como la percibe el público destinatario.

La marca determina la personalidad de Sara Pita Serrano, y sus ganas de poder relacionarse de manera correcta con el público por medio de sus diseños. En cuanto a la parte creativa Sara piensa que "menos es más" de esta manera representa bastante su estilo minimalista, e influye mucho también todos los valores en los que se basa la marca ya que sin ellos no se obtiene una buena base tanto de diseñadora - marca ni diseñadora - trabajadores.



V A L O R E S

RESPONSABILIDAD: Atender al cliente, trabajar demostrando capacidad y excelencia y entregar servicio y productos de calidad.

HONESTIDAD: Este principio asegura la operación transparente de la empresa y las relaciones tanto internas como externas.

RESPECTO: Actuar bajo normas y principios éticos, los cuales permitan la exigencia de responsabilidades mutuas y una convivencia con la sociedad.

COMPROMISO: Actuar con responsabilidad, liderar con justicia y comunicar con respeto, así se optimizan todos los recursos y se realiza un buen trabajo.

LOGOTIPO

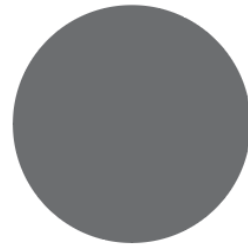


El componente tipográfico del logotipo describe su estructura gráfica

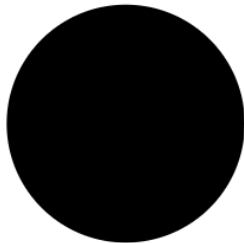
En la parte inicial la palabra "BY" le da el anclaje para demostrar por quien es diseñado el producto.

Se constituye por un isotipo el cual está representado por las letras iniciales del nombre de la diseñadora, forman un solo elemento para que así sea más fácil recordarlo.

PLOMO
C 0% M 0% Y 0% K 70%



NEGRO
C 69% M 82% Y 93% K 54%



LOGOTIPO
DE LA
GEOMETRIZACIÓN



PROTECCIÓN
DE
ÁREA



Zona de exclusión: XX

V E R S I O N E S

D E
M A R C A



V E R S I O N E S

D E
C O L O R



P
O
S
I
T
I
V
O

Y

N
E
G
A
T
I
V
O

SPS



BY SARA PITA SERRANO

SPS



BY SARA PITA SERRANO

E
S
C
A
L
A

D
E

G
R
I
S
E
S

SPS



BY SARA PITA SERRANO

T
I
P
O
G
R
A
F
Í
A

Cochin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

Acumin Variable Concept

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

6.4 Uso de la marca.

A
P
L
I
C
A
C
I
O
N
E
S





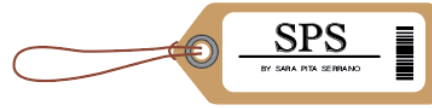
ETIQUETA EXTERIOR



MARQUILLA DETALLA



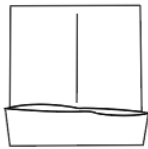
MARQUILLA DE LAVADO



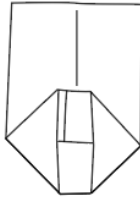
ETIQUETA EXTERIOR



PASO N° 1



PASO N° 2



PASO N° 3



6.5 Análisis de color de la propuesta

En la propuesta de paleta de color se tienen varias opciones, tomando en cuenta que se tomaran como referencia los colores de la inspiración y de la tendencia, la cual también es un apoyo para la creación de la colección.

Predominan los colores tierra, varios tonos de rosa, tonos de color morado, al igual que el color azul, gracias a la tendencia también existen varios colores los cuales son fuertes, estos se los aplica en los complementos.

Como principales tenemos los colores pasteles ya que el textil será teñido con productos naturales, de esta manera se continúa manteniendo la esencia que se quiere transmitir.

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Grafico N° 37:Paleta de color



6.6 Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).

6.6.1 Macrotendencia

Grafico N° 38:ECO-FRIENDLY



FUENTE: (Pita Sara)

Es una tendencia mundial la cual ha obligado a cambiar drásticamente al campo de la moda, por responsabilidad social, responsabilidad ecológica y por la sostenibilidad, que es lo que hoy en día se busca en cada una de las firmas de moda.

Esta tendencia se da a principios del 2008 fundada por Earth Pledge durante la semana de la moda en New York City. Al evento asistieron diseñadores reconocidos y grandes marcas como Donna Karan, Moschino, Versace y Calvin Klein a presentar una colección basada en prendas amigables con el planeta. Para ese entonces, la Sexta Avenida no solo se llenó de glamour y de personalidades de la moda, sino que generó el boom de la moda eco-friendly, una tendencia que sigue en crecimiento.

Aunque el mundo de la moda esté dando un giro hacia la ecología, generando conciencia entre los compradores, los precios de estas prendas aún no son asequibles para todo el mundo. No obstante, marcas importantes como Adidas, Levi's, Nike y H&M

quieren entrar en la onda, lo que generará una mayor producción y por ende, una reducción paulatina de los precios, de modo que en un futuro próximo, esta tendencia llegue al armario de una mayor cantidad de personas. (Díaz Camila, 2015).

6.6.2 Tendencia

Grafico N° 39:ETHNIC TRIBES



FUENTE: (Díaz Camila)

La moda étnica viene dándose hace mucho tiempo, trayéndonos estampados en colores tierra o pasteles, con motivos incaicos, aztecas y tribales. Es muy característico por su estampado en faldas y pantalones cortos, blusa, kimonos, vestidos, chaquetas y pantalones. Lo importante es no tener miedo a mezclar texturas y estampados, y darles la bienvenida a prendas llamativas, además siempre se puede optar por estampados en blanco y negro los cuales son más fáciles de combinar.

Lo importante es poder representar a la cultura de manera divertida y de manera estética, por lo general los textiles que se utilizan son más ligeros y naturales, ya que son mucho más fáciles de teñir y van muy bien con la tendencia. (Díaz Camila, 2015).

6.7 Concepto de la propuesta.

En la colección lo que se quiere transmitir es parte de la Cultura Cañari, siendo de esta lo más representativo las vasijas de barro que creaban en ese tiempo, las cuales cuentan con varios diseños inspirados en las leyendas de los dioses de la tribu.

Una de ellas habla sobre el dios serpiente, muy importante para la cultura, todo tipo de representación hacia los dioses quedaron plasmadas en las vasijas de barro. Es así que gracias a estas vasijas tomadas como inspiración, con una combinación de tendencia se confeccionarán prendas que representen tanto a la cultura como a la tendencia.

La colección contará con mullos, bordados y una pequeña parte de estampados, lo más importante al momento de la confección, es que los textiles estarán teñidos con productos naturales; Dándole así a la colección una gama en colores pasteles y colores fuertes y bien definidos.

En cuanto a los textiles estos deben tener mayor porcentaje de fibras naturales, ya que así los colores se verán mejor en los textiles. Los diseños de estampado y bordado se basan en la estilización de las vasijas y los grabados de las mismas, con una combinación de la tendencia la cual también ofrece varios tipos de estampados y colores.

Los estampados se presentarán de manera simétrica, para que estéticamente luzca bien, y las siluetas de los trajes serán basados en la investigación realizada que muestra como resultado el destacamiento de dos siluetas, pero la confección debe realizarse para todo tipo de siluetas ya que existe mucha diversidad.

6.8 Elementos del diseño

6.8.1 Siluetas




Según Andrea Saltzman la silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo. En el campo de indumentaria, atañe a la conformación especial de la vestimenta según el modo en que enmarca la anatomía, define sus límites y la califica.

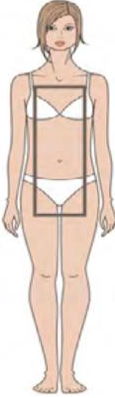
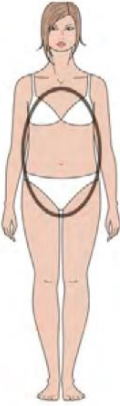

Generalmente se representa a partir de las características de la forma y la línea envolvente, siendo la forma la figura límite del vestido y la línea, el límite de dicha figura. Así se considera que una silueta puede ser, en cuanto a su forma, trapecio, bombé o anatómica, entre otras y de línea insinuante, tensa, difusa, rígida, etc. (Saltzman, 2004, p. 69). La silueta también puede alterarse utilizando una tela que cree volumen alrededor del

cuerpo, ciñéndola para acentuar las líneas del cuerpo” (Calderin, La industria del diseño de modas, 2016, p. 130).

Los tipos de silueta que se van a utilizar para la producción de la colección son:

Tabla N° 25 Tipos de siluetas

TIPOS DE SILUETAS		
SILUETA RELOJ DE ARENA	SILUETA TRIÁNGULO	SILUETA TRIÁNGULO INVERTIDO
		
En este tipo de silueta los hombros quedan alineados con las caderas, existe definición de busto y cintura en cuanto a los glúteos estos quedan torneados	La parte superior es más estrecha que la parte inferior, la cadera y muslos son más redondos.	La parte superior es más grande que la parte inferior, se caracteriza por tener la espalda ancha, hombros rectos y cuadrados, la cintura no está definida y la cadera y glúteos con planos.
SILUETA RECTÁNGULO	SILUETA ÓVALO	SILUETA EN FORMA DE PERA

		
<p>En esta silueta los hombros y las caderas están alineados, excepto que la cintura y abdomen no tienen definición, al igual que los glúteos.</p>	<p>En este tipo de silueta encontramos redondez en las piernas, hombros, abdomen, cintura, cadera, y glúteos.</p>	<p>En la silueta se define naturalmente la cintura, el abdomen y busto están bien definidos. La parte superior suele ser angosta y se caracteriza por tener caderas voluminosas.</p>

Fuente: (Estudio)

En cuanto a un análisis que se realizó en la ciudad de Ambato podemos notar que existe variedad de siluetas de mujeres entre los 18 a 25 años de edad, esto también influye mucho en la estatura que tengan las mujeres ya que en la ciudad no existen muchas mujeres de estatura alta, predominan las mujeres de estatura media. En cuanto a las siluetas la que predomina en la ciudad es la silueta triángulo invertido y rectángulo. Ya que son las siluetas predominantes se las tomarán más en cuenta para el diseño de las prendas, de esta manera no se perjudicará el cliente estéticamente al momento de usar las prendas.

También se confeccionarán prendas para los otros tipos de siluetas, así tendremos diversidad, ya que debemos tomar en cuenta que no solo serán usadas por las mujeres del cantón Ambato, sino que también las pueden usar mujeres de diferentes partes del país cuando vienen de visita a la ciudad.

6.8.2 Proporción y línea

Wong manifiesta que el diseño tiene un propósito en sí mismo y como una creación visual cubre algunas necesidades en la práctica, transformándose en un canal capaz de transportar un mensaje específico.

El diseño no es producto estético solamente, sino que es un concepto funcional que refleja y orienta el gusto prevalente en cierta época (Wong Wucius, 1995, p.41).

6.8.3 Función

La presente propuesta tiene como objetivo poder satisfacer al cliente objetivo, mediante diseños innovadores, de calidad y con materiales de mayor composición natural tanto en el textil como en el teñido de las prendas. La inspiración es tomada de la cultura Cañaris así de esta manera representamos al país ecuatoriano de una manera más casual, las prendas son producidas para aquellas mujeres que siempre quieren lucir a la moda y con las últimas tendencias del mundo.

6.8.4 Detalles

En cuanto a los detalles del vestuario casual confeccionado para mujeres, es que se toman los grabados de las vasijas de la cultura Cañaris, se las estiliza y se forma un nuevo diseño, para que no luzca como copia de las vasijas.

Los textiles de la colección son de origen natural y al momento de teñido este se hará igualmente con productos de origen natural, así no se desperdicia agua, haciendo de este un proyecto y producto sostenible, ya que no contamina el medio ambiente.

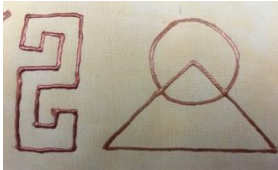
6.8.5 Estilo

Lo que se quiere marcar en la propuesta de diseño es un estilo étnico- casual el cual se pueda usar en cualquier momento y a cualquier hora del día. Es fácil poder representar este tipo de estilo ya que tanto la tendencia, los elementos de inspiración, los textiles y la percepción de la diseñadora van de la mano para lograr algo grandioso e innovador.

6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados



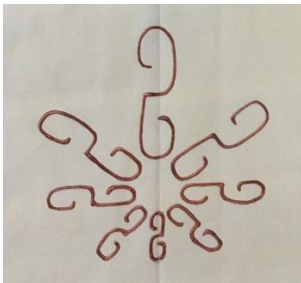
Bordado con representación a la serpiente, ubicado en las partes laterales de la blusa.



Pintura a mano con representación de la serpiente, luna y montañas, ubicado en los bordes de la falda.



Pintura a mano con representación de la serpiente, ubicado en la parte posterior de la chaqueta.



Pintura a mano con representación de la serpiente, ubicado en la parte posterior del kimono.



Pintura a mano con representación de la serpiente, ubicado en la parte delantera de la chompa.





Estampado con representación de las montañas, ubicado en la parte delantera del top.

6.9 Materiales e insumos.

Grafico N° 40: materiales e insumos

FICHA DE TEXTILES E INSUMOS	Ref: 001 / 002 Conjunto # 1 Y 2	 <small>BY SARA PITA SERRANO</small>
Lienzo	Composición: 35% algodón, 65% poliéster	
Seda	Composición: 70% fibroina, 30% sericina	
Algodón	Composición: 50% algodón, 50% poliéster	
Aruba	Composición: 60% algodón, 40% poliéster	
Mini Matt	Composición: 100% poliéster	
Gabardina	Composición: 40% algodón, 60% poliéster	
<p style="text-align: right;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA CARRERA DE DISEÑO DE MODAS</p> <p>DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO</p>		

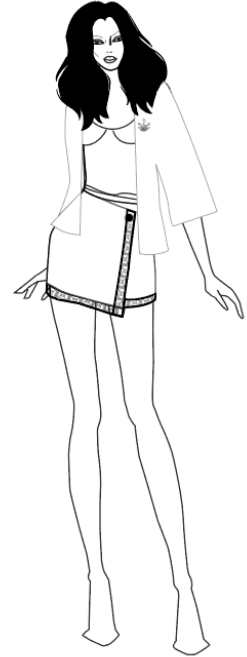
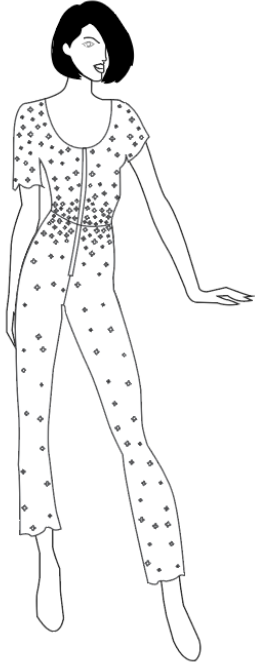
Pellon	Composición: 100% poliéster	
Botones	Composición: plástico	
Cremallera	Composición: plástico y poliéster	
Hilo	Composición: plástico	
Mullos	Composición: plástico	
Pintura	Composición: pigmentos disolventes, aglutinantes, plastificante, cargas.	
Sal Marina	Composición: mineral	
Curry	Composición: vegetal	

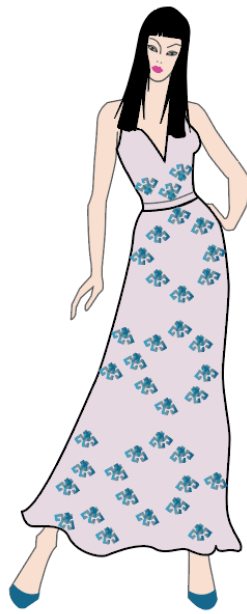
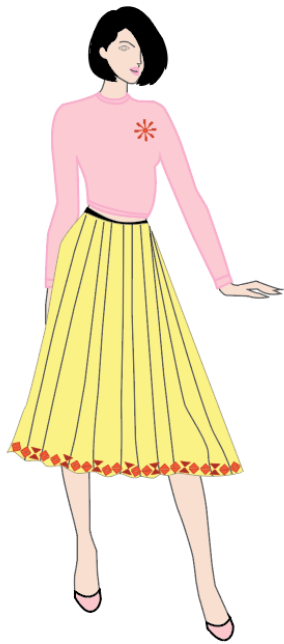
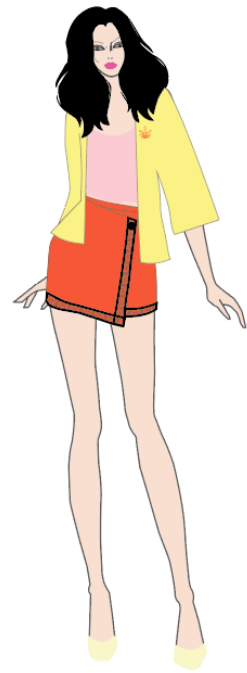
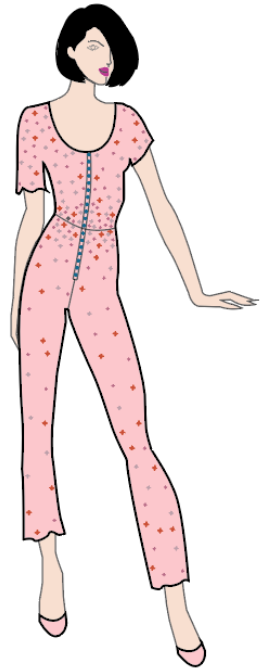
Achiote	Composición: vegetal	
Curcuma	Composición: vegetal	
Bicarbonato de Sodio	Composición: mineral	
Café	Composición: natural	
Col morada	Composición: natural	
Remolacha	Composición: natural	

6.10 Sketch o bocetos

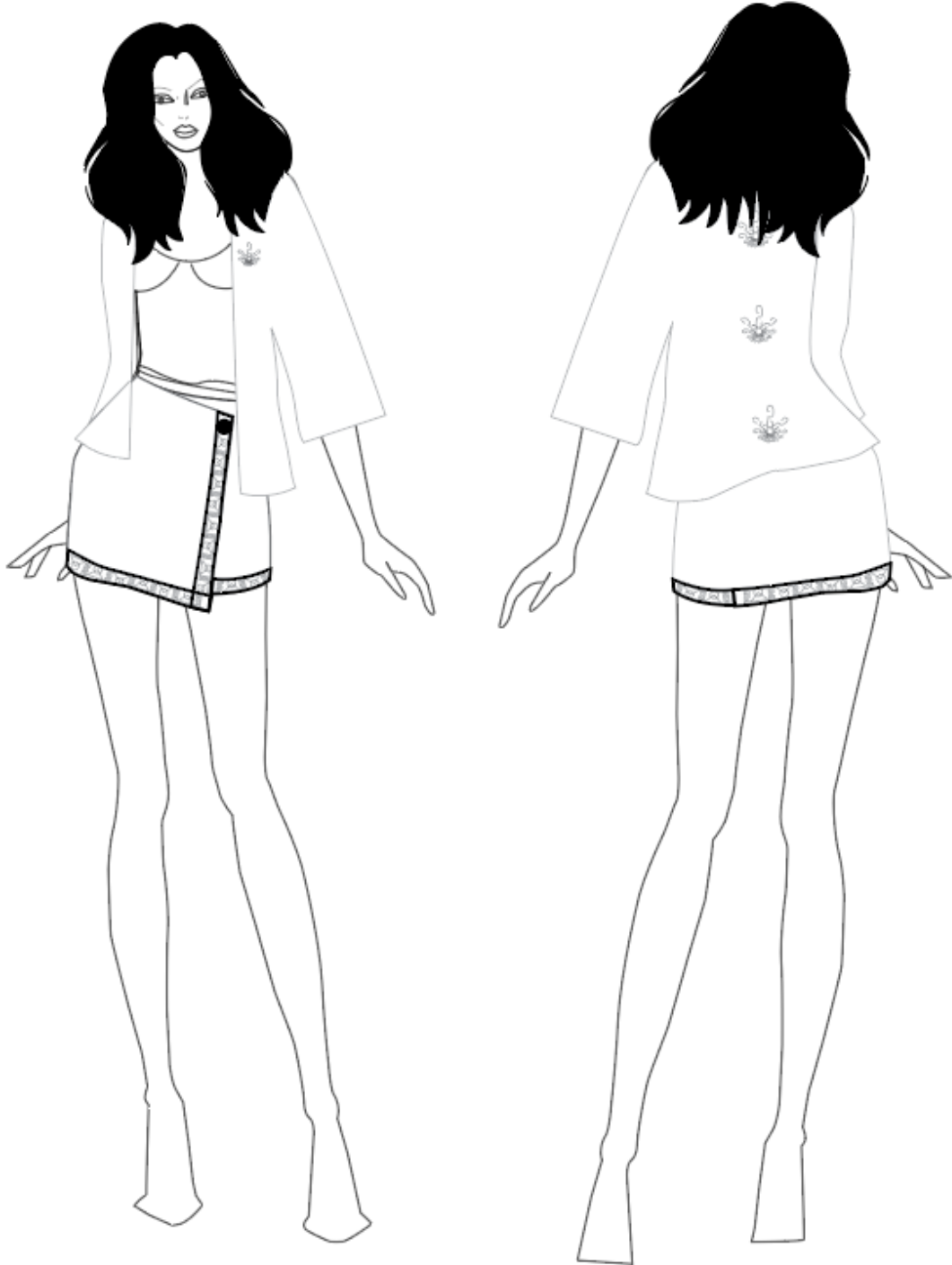
- diseños planos por prenda o referencia

Grafico N° 41: Diseños planos

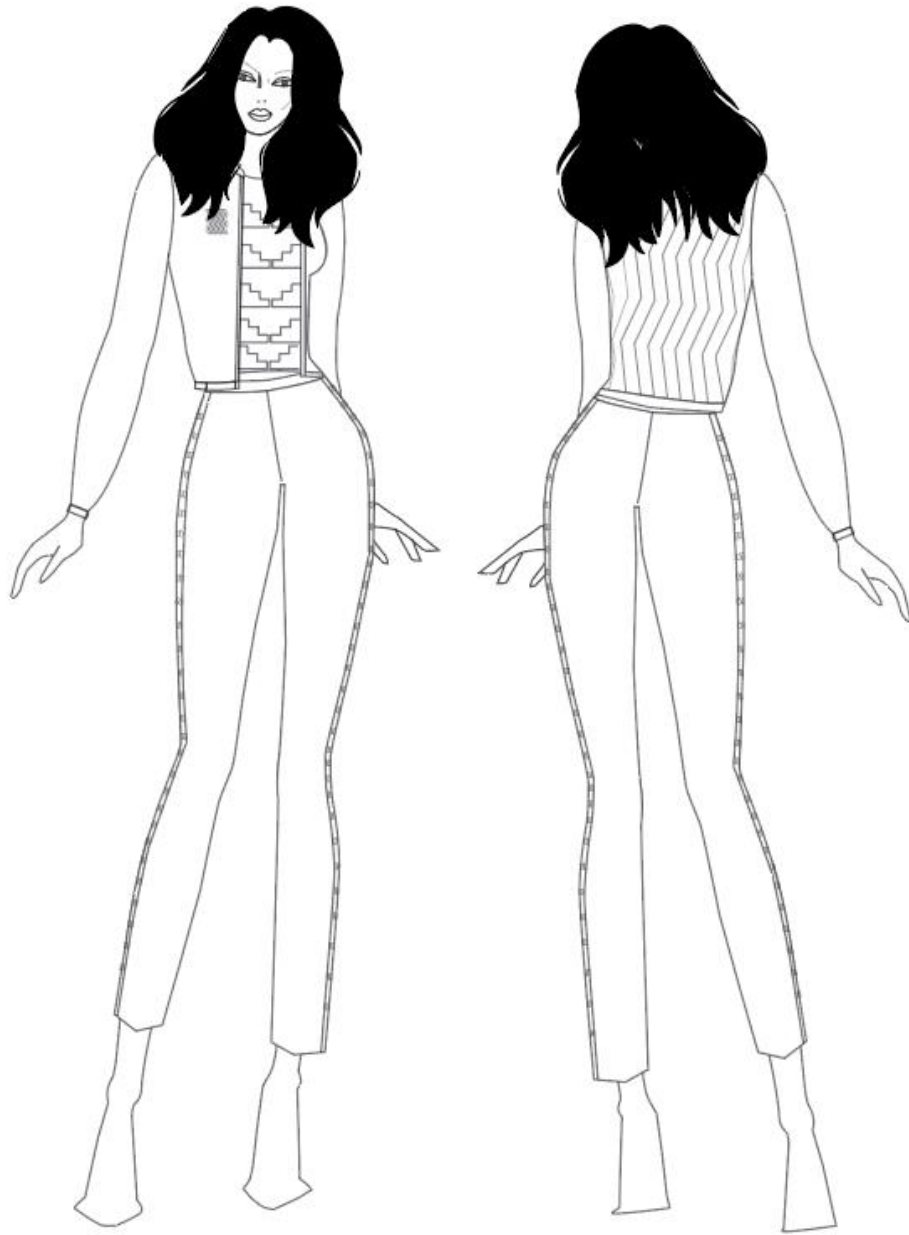




CONJUNTO N° 1 REF: 001



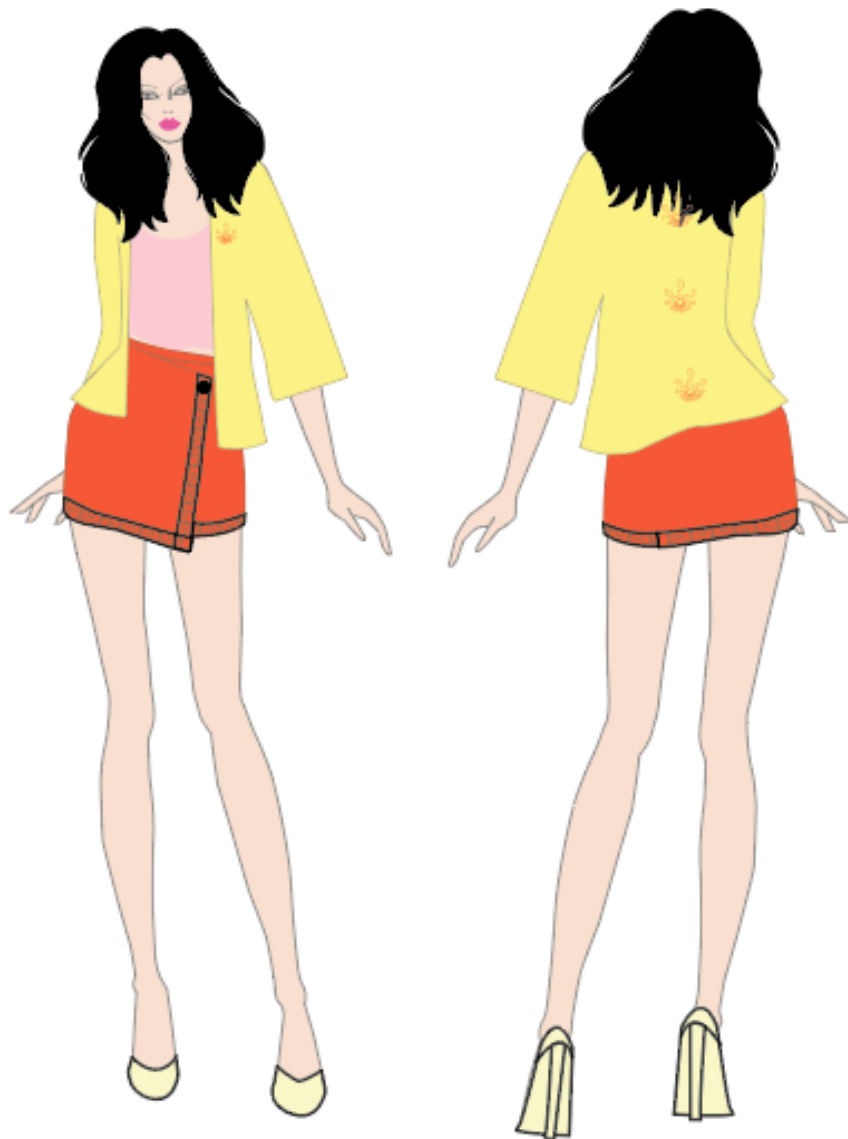
CONJUNTO N° 2 REF: 002



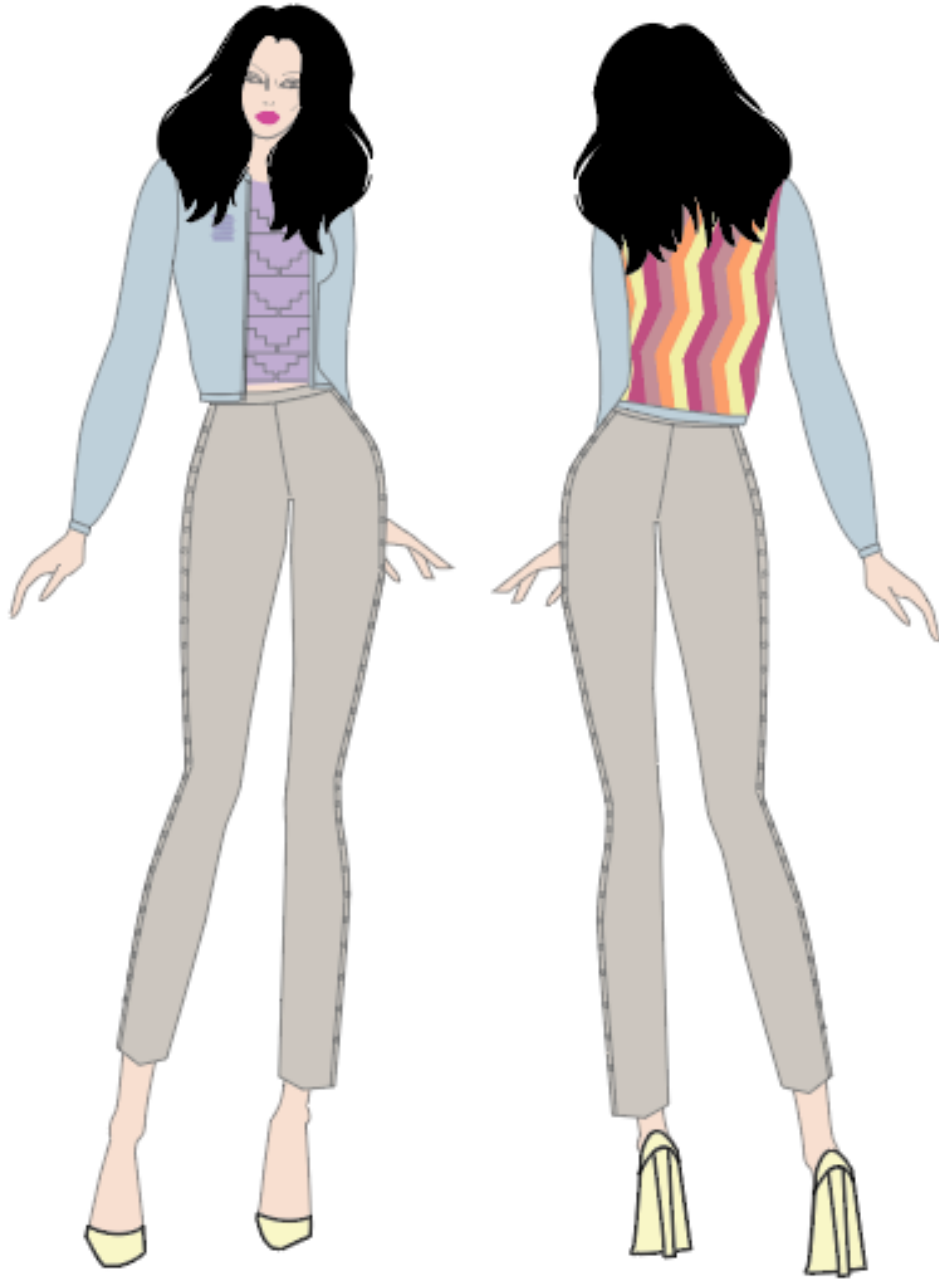
- ilustraciones

CONJUNTO N° 1 REF: 001

Grafico N° 42: Ilustraciones




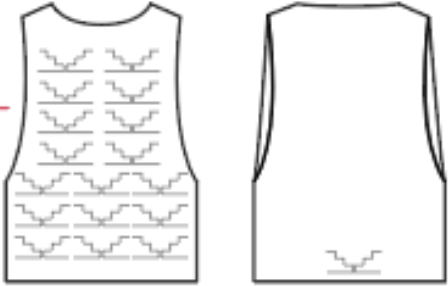

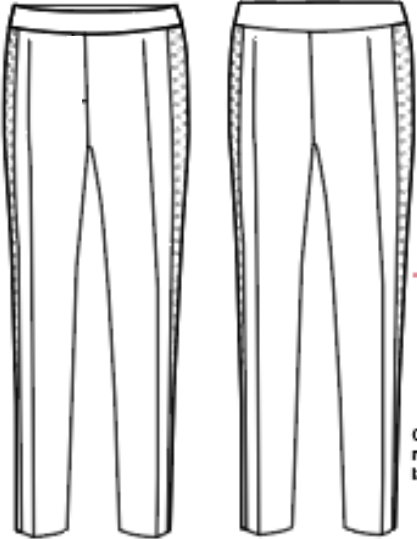
CONJUNTO N° 2 REF: 002



6.11 Fichas técnicas Ficha de diseño plano.

Grafico N° 43: Fichas de diseño plano

FICHA DE DISEÑO PLANO		
Ref: 002 Conjunto # 2 Tipo de prenda: top, pantalón y bomber jak.	Tejido: Talla: S Colección: Sarañusta	SPS BY SARA PITA SERRANO
DELANTERO	Y	POSTERIOR

 <p>Detalle a bordo con varios colores, con módulos en repetición representando a las serpientes.</p>	 <p>Módulos pintados a mano, representando a las montañas.</p>
 <p>Parte posterior pintada en lienzo con varios colores, con módulos en repetición representando a las serpientes.</p>	 <p>Costados pintados a mano con módulo de la Luna.</p>

DESCRIPCIÓN:

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

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

FICHA DE DISEÑO PLANO

Ref: 001
Conjunto # 1
Tipo de prenda: Blusa,
falda y cardigan

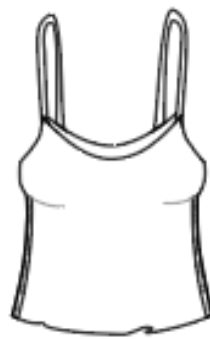
Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta

SPS
BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

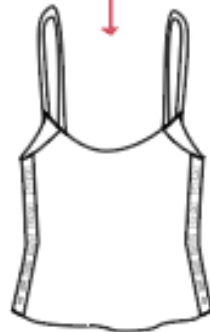
POSTERIOR



Detalle bordado en el
contorno de la falda, con
módulos representando
a las serpientes.



Costados pintados a
mano con módulo de
serpiente en progresión.



Detalle bordado en la
parte delantera y posterior
con módulos representando
a las serpientes.



DESCRIPCIÓN:

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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

- Ficha de patronaje.

Grafico N° 44: Fichas de patronaje

FICHA DE PATRONAJE		
<p>Ref: 002 Conjunto # 2 Tipo de prenda: top, pantalón y bomber jak.</p>	<p>Tejido: Talla: S Colección: Sarañusta</p>	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">SPS</p> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">BY SARA PITA SERRANO</p>
DELANTERO	Y	POSTERIOR

Bomber Jacket Delantero
Ref: 002
2xT

Bomber Jacket Posterior
Ref: 002
1xT

Bomber Jacket Forro Posterior
Ref: 002
1xT

Bomber Jacket Manga
Ref: 002
2xT

Bomber Jacket Pretina
Ref: 002
1xT

Bomber Jacket Puños
Ref: 002
2xT

Bomber Jacket Cuello
Ref: 002
1xT

Two fashion sketches of the bomber jacket are shown at the bottom left: one with a plain front and one with a chevron pattern on the front.

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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE PATRONAJE

Ref: 002
Conjunto # 2
Tipo de prenda: top,
pantalón y bomber jak.

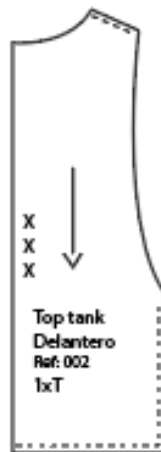
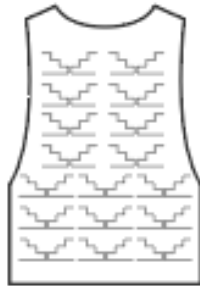
Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta



DELANTERO

Y

POSTERIOR



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE PATRONAJE

Ref: 002
Conjunto # 2
Tipo de prenda: top,
pantalón y bomber jak.

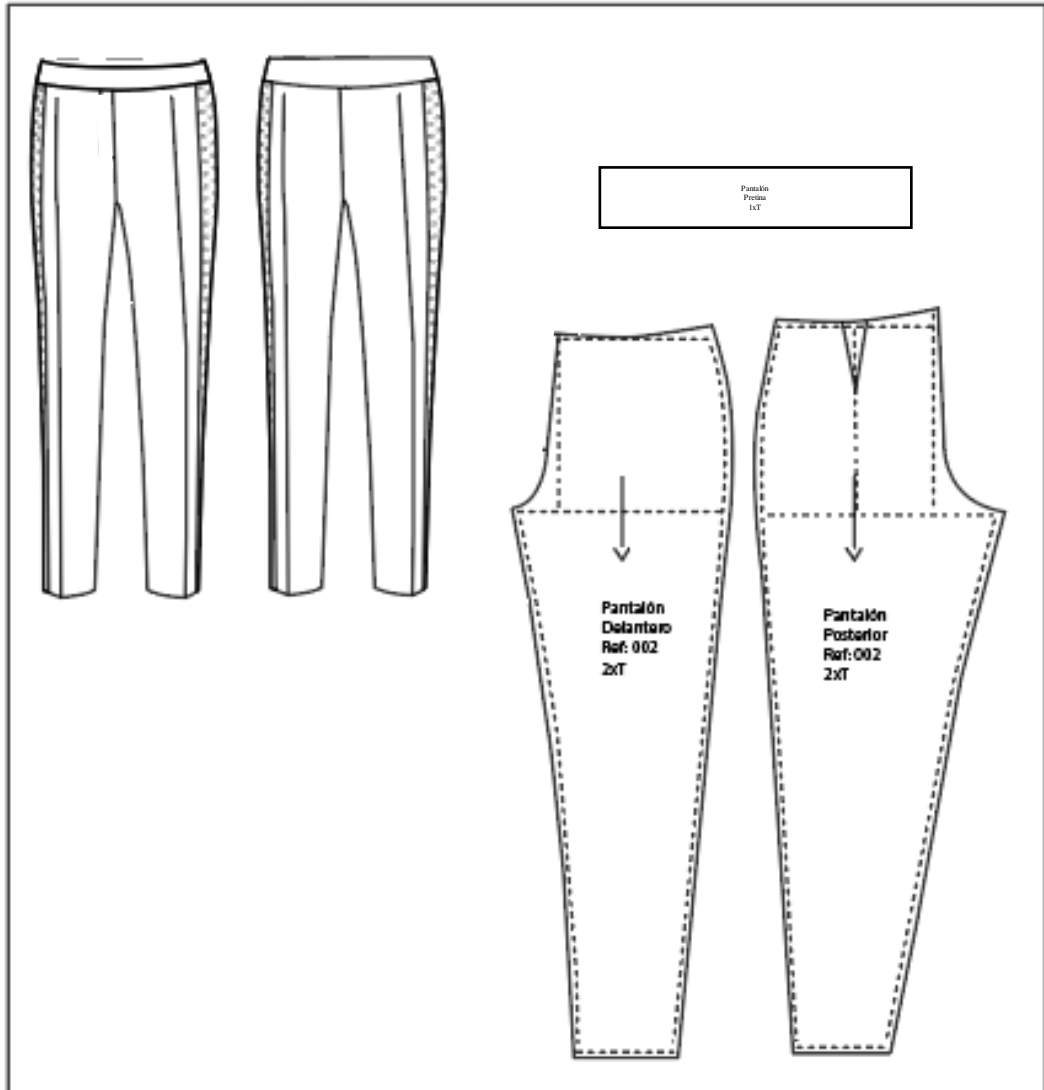
Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta

SPS
BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

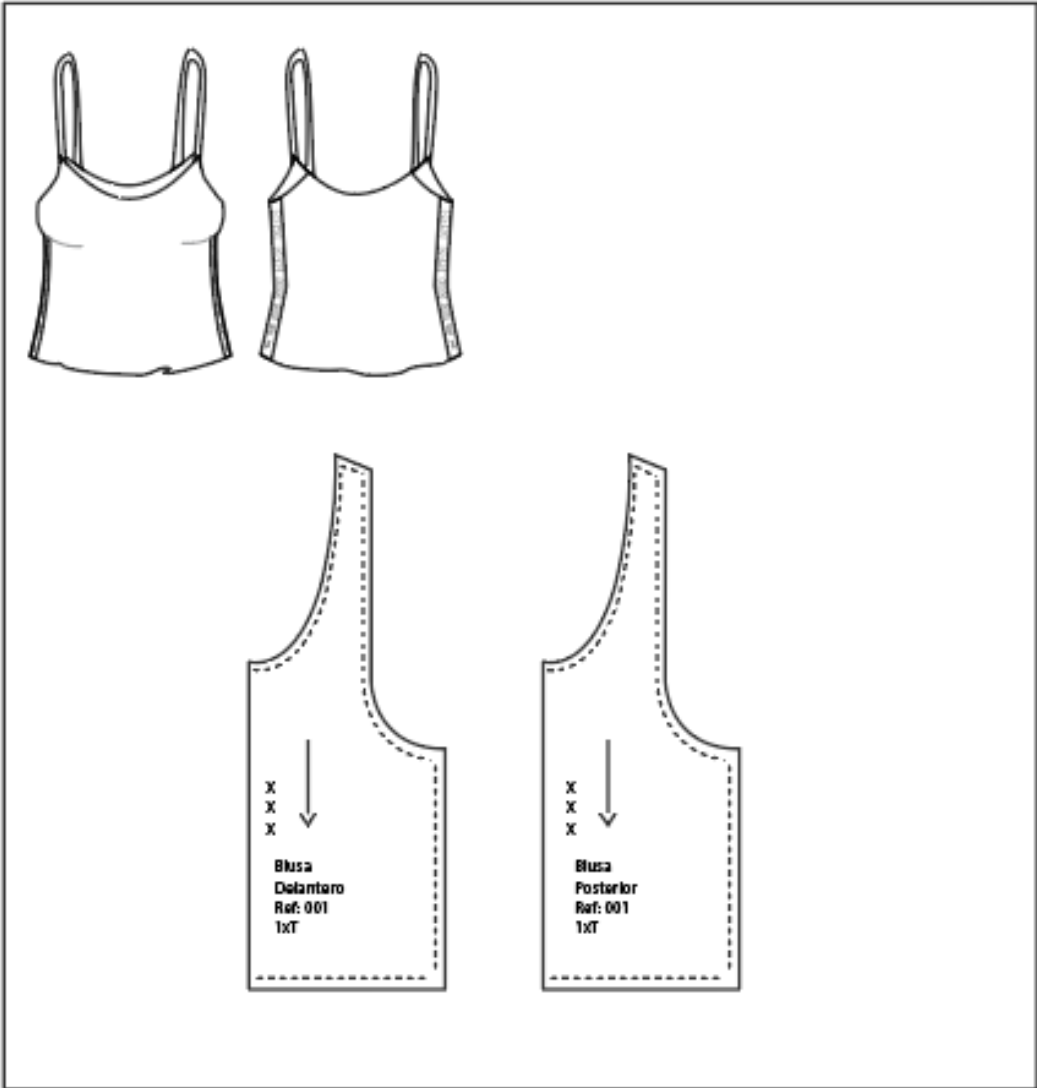
FICHA DE PATRONAJE

Ref: 001
Conjunto # 1
Tipo de prenda: Blusa,
falda y cardigan

Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta



DELANTERO Y POSTERIOR



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE PATRONAJE

Ref: 001
Conjunto # 1
Tipo de prenda: Blusa,
falda y cardigan

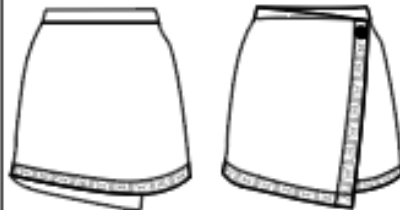
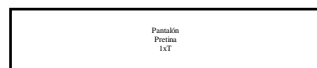
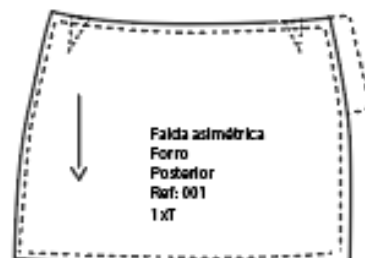
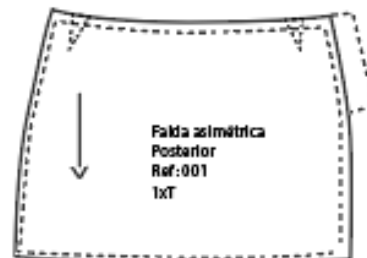
Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta

SPS
BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE PATRONAJE

Ref: 001
Conjunto # 1
Tipo de prenda:Blusa,
falda y cardigan

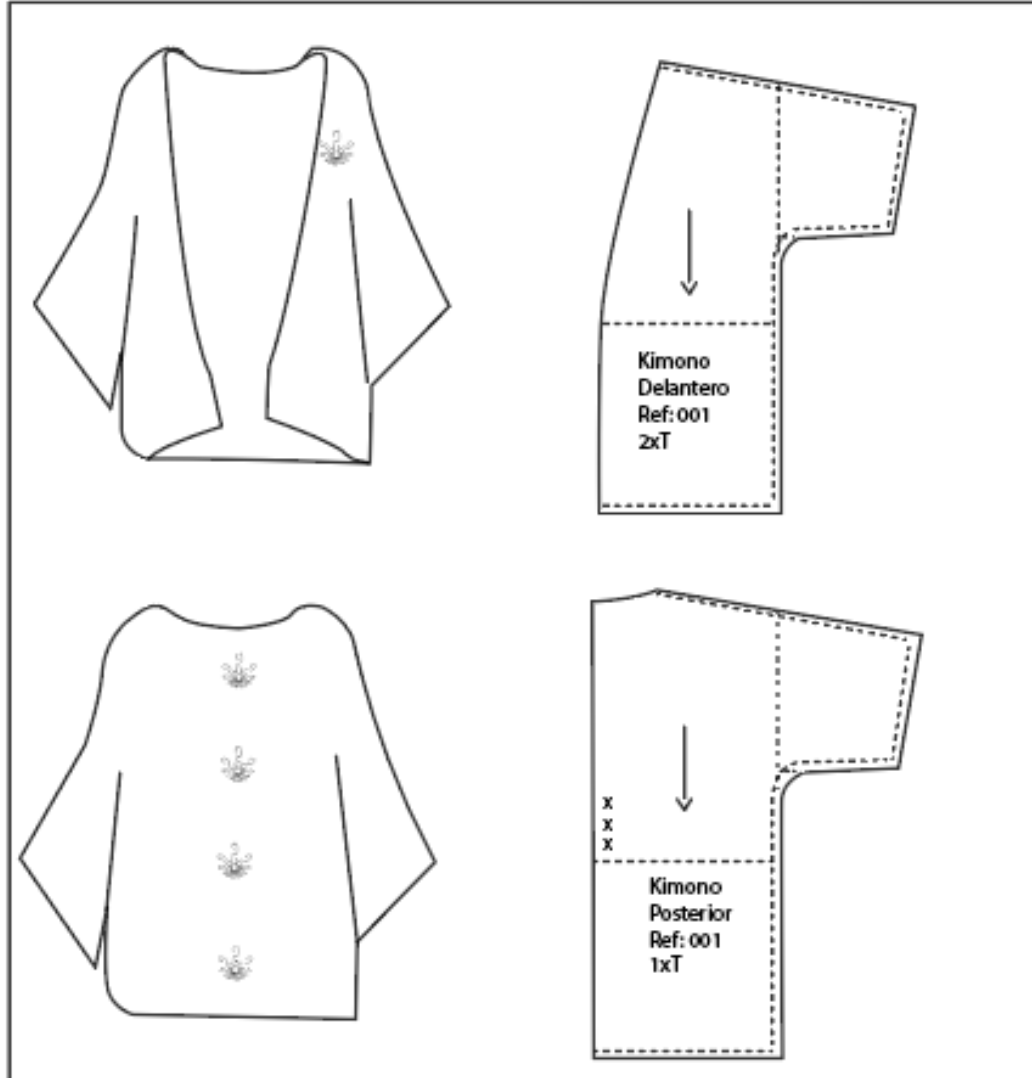
Tejido:
Talla: S
Colección: Sarañusta

SPS
BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR





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


DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO


- **Ficha de ruta operacional.**

Grafico N° 45: Ruta operacional

FICHA DE RUTA OPERACIONAL		
Ref: 002 Conjunto # 2 Tipo de prenda: top, pantalón y bomber jak.	Tejido: Talla: S Colección: Sarañusta	
DELANTERO	Y	POSTERIOR








1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior, cuello y mangas
3. Coser los hombros en conjunto con el forro
4. Coser los costados en conjunto con el forro
5. Coser mangas con el forro
6. Coser las mangas a lo que esta previamente cosido
7. Colocar el cierre de la chaqueta
8. Colocar el cuello
9. Coser los puños
10. Coser el elástico de la cadera
11. Colocar la etiqueta en el cuello
12. Colocar la etiqueta de indicaciones en la parte baja izquierda de la prenda
13. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras

¿COMO TIENES QUE CUIDARME?



BY SARA PITA SERRANO

SPS

BY SARA PITA SERRANO

➔ S/S/S

HECHEN EN COLOMBIA

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

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

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Ref: 002
 Conjunto # 2
 Tipo de prenda: top,
 pantalón y bomber jak.

Tejido:
 Talla: S
 Colección: Sarañusta

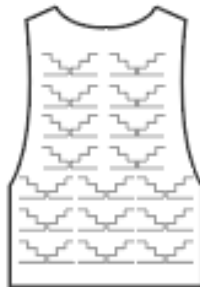
SPS

BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR



1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior
3. Coser los hombros
4. Coser los costados
5. Colocar etiqueta en la parte del cuello
6. Colocar etiqueta de indicacionest en la parte baja izquierda de la prenda
7. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Ref: 002
 Conjunto # 2
 Tipo de prenda: top,
 pantalón y bomber jak.

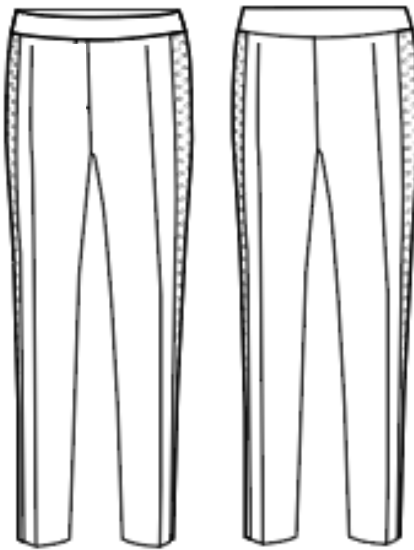
Tejido:
 Talla: S
 Colección: Sarañusta

SPS
 BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR




1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior
3. Cortar la pretina
4. Unir las piernas delanteras
5. Unir las piernas posteriores
6. Unir piernas delanteras con piernas posteriores
7. Colocar elástico dentro de la pretina y coser la pretina a la parte ya previamente armada
8. Coser las bastas
9. Pintar a mano la decoración de los costados
10. Colocar la etiqueta en la parte posterior de la pretina
11. Colocar la etiqueta de indicaciones a un costado de la pretina en la parte delantera
12. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras

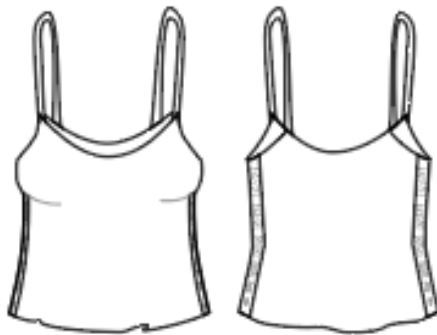


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
 FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
 CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Ref: 001 Conjunto # 1 Tipo de prenda: Blusa, falda y cardigan	Tejido: Talla: S Colección: Sarañusta	
DELANTERO	Y	POSTERIOR




1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior
3. Unir la parte de los hombros
4. Unir los costados
5. Colocar ribete en el filo de la cintura
6. Colocar ribete en la parte de los hombros
7. Colocar la etiqueta en la parte posterior de blusa
8. Colocar la etiqueta de indicaciones al costado inferior izquierdo de la blusa
9. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras

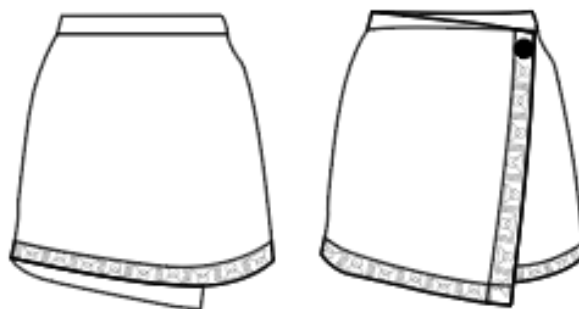


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
 FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
 CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

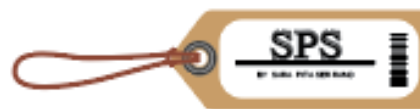
DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Ref: 001 Conjunto # 1 Tipo de prenda: Blusa, falda y cardigan	Tejido: Talla: S Colección: Sarañusta	 BY SARA PITA SERRANO
DELANTERO	Y	POSTERIOR



1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior
3. Cortar el forro de la parte delantera y posterior
4. Unir el forro con la tela del exterior
5. Unir los costados con la parte posterior de la falda
6. Colocar ribete con bordado en el contorno de la falda
7. Colocar la pretina de la cintura
8. Colocar el broche interno y el botón externo
9. Colocar la etiqueta en la parte posterior de la falda
10. Colocar la etiqueta de indicaciones al costado inferior izquierdo de la falda
11. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras



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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Ref: 001
 Conjunto # 1
 Tipo de prenda: Blusa,
 falda y cardigan

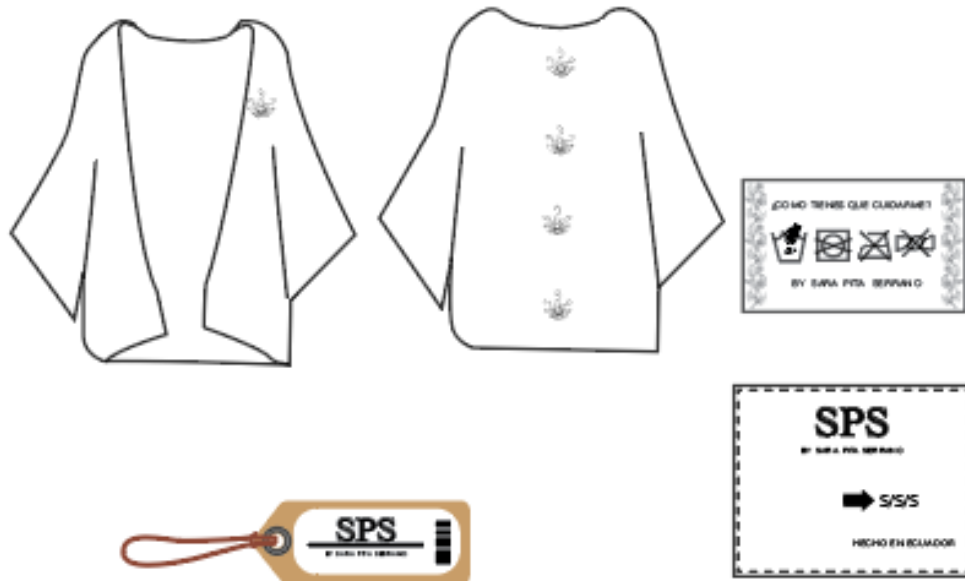
Tejido:
 Talla: S
 Colección: Sarañusta

SPS
 BY SARA PITA SERRANO

DELANTERO

Y

POSTERIOR



1. Colocar el molde sobre la tela
2. Cortar la parte delantera y posterior
3. Unir hombros en conjunto con la manga de la parte delantera con la parte posterior
4. Unir costados
5. Coser en el cuello el ribete
6. Continuar la costura con los filos de los costados
7. Coser el filo de la cintura
10. Colocar la etiqueta en la parte posterior del cardigan
11. Colocar la etiqueta de indicaciones al costado inferior izquierdo del cardigan
12. Colocar etiqueta exterior indicando el tipo de prenda, valor y código de barras

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

DISEÑADORA: SARA PITA SERRANO

6.12 Photobook













6.13 Costos de Producción

Tabla N° 26 Costos de producción

MATERIALES DIRECTOS					
Tela jersey Algodón	Materia prima directa	½ metro	\$ 3.54		\$ 1.77
Tela Seda	Materia prima directa	1.50 metros	\$ 4.50		\$ 6.75
Tela Mini matt	Materia prima directa	3 metros	\$ 2.50		\$ 7.50
Tela Gabardina	Materia prima directa	1 ½ metros	\$ 5.00		\$7.50
Tela Aruba	Materia prima directa	1 ¼ Metros	\$ 3.60		\$ 4.50
Pellon	Materia prima directa	½ Metros	\$ 2.50		\$ 1.25
Lienzo	Materia prima directa	½ Metros	\$4.00		\$ 2.00
Mullos	Insumos	6 Unidades	\$ 0.80		\$ 4.80
Botones	Insumos	2 Unidades	\$ 0.15		\$ 0.30
Hilo	Insumos	11 Rollos	\$ 1.00		\$ 11.00
Bordado	Insumos	5 Unidades	\$ 2.00		\$ 10.00
Estampado	Insumos	1 Unidades	\$ 10.00		\$10.00

Pintura de tela	Insumos	8 Unidades	\$ 1.50		\$ 12.00
Vegetales	Insumos	2 Unidades	\$ 0.50		\$ 1.00
Condimentos	Insumos	6 Unidades	\$ 0.60		\$ 3.60
Cremallera	Insumos	2 Unidades	\$ 0.20		\$ 0.40
MANO DE OBRA DIRECTA					
Mano de obra - Corte	Mano de obra directa	60 Minutos	\$ 0.03		\$ 1.80
Mano de obra – Confección, bordado y pintura.	Mano de obra directa	4,320 Minutos	\$ 0.03		\$ 129.60
Mano de obra - Terminado	Mano de obra directa	5 Minutos	\$ 0.03		\$ 0.15
Estampado	Mano de obra indirecta	1 unidad	\$ 10.00		\$ 10.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Energía eléctrica	Costos indirectos	60 Horas	\$0,17	\$ 10.20	
Agua	Costos indirectos	4 Horas	\$ 0.15	\$ 15	
Alquiler de taller	Costos indirectos	30 Horas	\$ 0.33	\$ 9.90	
Papelería y suministros	Costos indirectos	4 unidades	\$ 0.35	\$ 1.40	
Arriendo	Costos indirectos	1 mes	\$ 200	\$ 200	

Internet	Costos indirectos	1 mes	\$ 20	\$ 20	
Salario	Costos indirectos	Por prenda	\$ 30	\$ 180	
	TOTAL			\$ 436.5	\$ 225.92

Tabla N° 27 Costos totales

Costos fijos	\$ 436.5
Costos variables	\$ 225.92
COSTOS TOTALES	\$ 662.42

6.13.1 Costos fijos

Tabla N° 28 Costos fijos

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Energía eléctrica	Costos indirectos	60 Horas	\$0,17	\$ 10.20	
Agua	Costos indirectos	4 Horas	\$ 0.15	\$ 15	
Alquiler de taller	Costos indirectos	30 Horas	\$ 0.33	\$ 9.90	
Papelería y suministros	Costos indirectos	4 unidades	\$ 0.35	\$ 1.40	
Arriendo	Costos indirectos	1 mes	\$ 200	\$ 200	
Internet	Costos indirectos	1 mes	\$ 20	\$ 20	
Salario	Costos indirectos	Por prenda	\$ 30	\$ 180	
	TOTAL			\$ 436.5	

			% T. prendas mensual	108
			TOTAL	\$ 4.04

6.13.2 Costos variables

Tabla N° 29 Costos Variables

COSTOS VARIABLE REF:002 (Confección bomber jacket)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO
Lienzo	metros	\$ 4.00	½ metro	\$ 2.00
Seda	metros	\$ 4.50	1.50 metros	\$ 6.75
Pellon	metros	\$ 2.50	½ metro	\$ 1.25
Vegetal	Unidad	\$ 0.50	1 unidad	\$ 0.50
Condimento	Unidad	\$ 0.60	1 unidad	\$ 0.60
Mullos	Unidad	\$ 0.80	2 unidades	\$ 1.60
Pintura	Unidad	\$ 1.50	4 unidades	\$ 6.00
cremallera	unidad	\$ 0.20	1 unidad	\$ 0.20
TOTAL				\$ 18.90
COSTOS VARIABLE REF:002 (Confección top tank)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO
Algodón	metros	\$ 3.50	½ metro	\$ 1.77
Estampadora	Unidad	\$ 10.00	1 unidad	\$ 10.00
Pintura	Unidad	\$ 1.50	4 unidades	\$ 6.00
Vegetal	Unidad	\$ 0.50	1 unidad	\$ 0.50
Condimento	Unidad	\$ 0.60	1 unidad	\$ 0.60
Mullos	Unidad	\$ 0.80	3 unidades	\$ 2.40
TOTAL				\$ 21.27
COSTOS VARIABLE REF:002 (Confección pantalón)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO

Aruba	metros	\$ 3.60	1 ¼ metro	\$ 4.50
Pellon	metros	\$ 2.50	½ metro	\$ 1.25
Pintura	Unidad	\$ 1.50	4 unidades	\$ 6.00
Condimento	Unidad	\$ 0.60	3 unidad	\$ 1.80
TOTAL				\$ 13.55
COSTOS VARIABLE REF:001 (Confección kimono)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO
Mini Matt	metros	\$ 2.50	3 metros	\$ 7.50
bordado	unidades	\$ 2.00	2 unidades	\$ 4.00
Condimento	Unidad	\$ 0.60	2 unidad	\$ 1.20
TOTAL				\$ 12.70
COSTOS VARIABLE REF:001 (Confección blusa)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO
Seda	metros	\$ 4.50	1 metros	\$ 4.50
Bordado	Unidad	\$ 2.00	2 unidades	\$ 4.00
Vegetal	Unidad	\$ 0.50	1 unidad	\$ 0.50
Condimento	Unidad	\$ 0.60	1 unidad	\$ 0.60
TOTAL				\$ 9.60
COSTOS VARIABLE REF:001 (Confección falda)				
DESCRIPCIÓN	U. DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANT. CONSUMO	PRECIO
Gabardina	metros	\$ 5.00	1 ½ metro	\$ 7.50
Mini Matt	metros	\$ 2.50	3 metros	\$ 7.50
Botón	Unidad	\$ 0.15	1 unidad	\$ 0.15
Condimento	Unidad	\$ 0.60	3 unidad	\$ 1.80
Pintura	Unidad	\$ 1.50	4 unidades	\$ 6.00
cremallera	unidad	\$ 0.20	1 unidad	\$ 0.20
TOTAL				\$ 23.15

6.13.3 Costo total

Tabla N° 30 Costo total

DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:002 (Confección bomber jacket)	
Costo variable unitario	\$ 18.90
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 22.94
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:002 (Confección top tank)	
Costo variable unitario	\$ 21.27
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 25.31
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:002 (Confección pantalón)	
Costo variable unitario	\$ 13.55
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 17.59
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:001 (Confección kimono)	
Costo variable unitario	\$ 12.70
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 16.74
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:001 (Confección blusa)	
Costo variable unitario	\$ 9.60
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 13.64
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL REF:001 (Confección falda)	
Costo variable unitario	\$ 23.15
Costo fijo unitario	\$ 4.04
Costo total	\$ 27.19

6.13.4 Costo Unitario

Tabla N° 31 Costo unitario

COSTO FIJO UNITARIO REF:002 (Confección bomber jacket)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04
COSTO FIJO UNITARIO REF:002 (Confección top tank)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04
COSTO FIJO UNITARIO REF:002 (Confección pantalón)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04
COSTO FIJO UNITARIO REF:001 (Confección kimono)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04
COSTO FIJO UNITARIO REF:001 (Confección blusa)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04
COSTO FIJO UNITARIO REF:001 (Confección falda)	
Costo fijo unitario	\$ 4.04

6.13.5 Utilidad

Tabla N° 32 Utilidad

UNITILIDAD REF:002 (Confección bomber jacket)	
Utilidad 30%	\$ 22.94
Valor con utilidad	\$ 29.82
UNITILIDAD REF:002 (Confección top tank)	
Utilidad 30%	\$ 25.31
Valor con utilidad	\$ 32.90
UNITILIDAD REF:002 (Confección pantalón)	
Utilidad 30%	\$ 17.59
Valor con utilidad	\$ 22.87
UNITILIDAD REF:001 (Confección kimono)	
Utilidad 30%	\$ 16.74
Valor con utilidad	\$ 21.76

UNITILIDAD REF:001 (Confección blusa)	
Utilidad 30%	\$ 13.64
Valor con utilidad	\$17.73
UNITILIDAD REF:001 (Confección falda)	
Utilidad 30%	\$ 27.19
Valor con utilidad	\$ 35.35

6.13.6 Costo de venta

Tabla N° 33 Costo de Venta

UNITILIDAD REF:002 (Confección bomber jacket)	
Valor con utilidad	\$ 29.82
IVA 12%	\$ 3.6
PRECIO DE VENTA	\$ 33.42
UNITILIDAD REF:002 (Confección top tank)	
Valor con utilidad	\$ 32.90
IVA 12%	\$ 3.94
PRECIO DE VENTA	\$ 36.84
UNITILIDAD REF:002 (Confección pantalón)	
Valor con utilidad	\$ 22.87
IVA 12%	\$ 2.74
PRECIO DE VENTA	\$ 25.61
UNITILIDAD REF:001 (Confección kimono)	
Valor con utilidad	\$ 21.76
IVA 12%	\$ 2.61
PRECIO DE VENTA	\$ 24.37
UNITILIDAD REF:001 (Confección blusa)	
Valor con utilidad	\$ 17..73
IVA 12%	\$ 2.12
PRECIO DE VENTA	\$ 19.85
UNITILIDAD REF:001 (Confección falda)	
Valor con utilidad	\$ 35.35
IVA 12%	\$ 4.24

PRECIO DE VENTA	\$ 39.59
------------------------	----------

CONCLUSIONES

Después de efectuar el estudio mediante encuestas aplicada a la población objeto de estudio integrada por mujeres de 18 a 25 años con ubicación en la ciudad de Ambato, se obtuvo información la cual contribuye a la importancia de las necesidades femeninas considerando a las mujeres como potenciales consumidoras de nuevas creaciones, producciones de vestimenta casual con la aplicación de los diseños de las vasijas de la cultura Cañari en mercados que van avanzando de forma cultural, social, y productivo.

La necesidad de vestimenta casual femenina con inspiración de las vasijas de la cultura Cañari para mujeres de 18 a 25 años de edad establece una vinculación con las costumbres, tradiciones y tipo de vestimenta que no se encuentra disponibles de manera actual en el mercado de la ciudad de Ambato, ya que todavía no se ha visto algo igual.

Las mujeres de 18 a 25 años en cuanto a vestimenta elaborada con diseños de las culturas del Ecuador, mantienen diferentes criterios que benefician en el diseño de vestimenta casual; al incluir arte y cultura se puede perfeccionar el diseño en cuanto al color, tonalidad, formas o elementos que dan origen a criterios basados al contexto histórico, social y/o cultural dentro de su elaboración, sea de manera artesanal o industrial con respecto al diseño elaborado.

RECOMENDACIONES

Al momento de tomar un tejido autóctono hacemos referencia a la obtención empírica de conocimiento relacionadas con técnicas y procesos de producción artesanal, por esta razón para poder llevar a cabo el proyecto sin ningún tipo de problema debemos obtener un documento otorgando el permiso para proceder a utilizar parte de la cultura en el proyecto.

Se sugiere a los profesionales en diseño de modas, presentar propuestas que beneficien al país, con el propósito de revalorizar y preservar el patrimonio cultural, teniendo como valor agregado la creación de indumentaria casual femenina con diseños inspirados en la cultura Ecuatoriana, presentando productos que marcan la diferencia, mediante la combinación de diseños.

En el diseño de vestuario casual femenino para comercializar en el mercado es necesario considerar que se puedan conseguir todos los materiales y textiles para llevar a cabo el proyecto, con el fin de facilitar la confección, priorizando el fortalecimiento en la calidad de fabricación, la creación, el proceso de empaque y su comercialización.

Hacer un estudio de manera morfológica del indumento en el cual se pueda apreciar la descomposición del mismo para lograr una mejor percepción de partes internas

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial en Ecuador (2019) *Ecuador: Panorama General*, Quito, Ecuador.
- BBVA. (2017). Importancia de la Estrategia Competitiva en la Empresa. Madrid España: Bilbao Vizcaya Argentaria.
- Bustamante Raúl (2016) *La Industria Textil y Confecciones*: APTT, Lima, Perú.
- Calderin, Jay (2016) *La industria del diseño de modas*, México City, México.
- Cámara de Industrias (2016). Venta por Catálogo Negocio a Medida. *Moda Ecuador*, 36-48.
- Cardona, A. (2018). *Las principales diferencias en los hábitos de consumo de los millennials y centennials*. La República, 36 - 42.
- Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del Sector Textil y Confeccionws*, Quito, Ecuador: INEC.
- Central Intelligence Agency. (2017). *De World Factbook*. Washington: United States of America.
- Cooke, Roonie (1990) *Vogue España: Emilio Pucci*, Madrid, España.
- Cordero Iñiguez, Juan. *Tiempos indígenas o los sigsales*. Cuenca, Ed. Municipalidad de Cuenca, 2007
- Chapman, Alan (2004) *Análisis DOFA y Análisis PEST*.
- Díaz, Camila (2015) *Moda ecofriendly, una apuesta por el planeta*, Cali, Colombia
- Díaz, O. (2014). *La industria de la confección en tres localidades, producción a la mexicana*. Conpendium, 5 - 26.
- El Comercio (2014) *Textiles arqueológicos son investigados en Cañar*, Quito, Ecuador.
- Farfán, K. (2017). *Políticas Arancelarias y su impacto en la industria del calzado período 2009 - 2015. Retos y Perspectivas*, 134 - 146.
- Fleischmann María, (2019) *¿Cuánto le cuestan nuestros armarios al medio ambiente?*, NW Washintong, Washintong DC: Banco Mundial BIRF- AIF

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

Flores, Marina (2019) *Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca*, Ambato Ecuador.

Gardetti, Miguel (2016) *Ethnic Fashion*, Tamilnadu, India.

García, Alexander; El comercio (2017) *La Industria de la moda de Ecuador enfrentabrechas de innovación y de acceso a materia prima*, Quito, Ecuador.

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

Guaman, Willian (2016) *Cañar: Cultura y Tradición*, Cuenca, Ecuador.

Guanolema, César (2016) *Saberes Ancestrales Andinos*, Quito, Ecuador.

Heredia, Gabriela; VICUNHA (s.f.) *La industria textil en el Ecuador*, Quito, Ecuador.

Hobbes, T. (1965). *Leviatán*. Editorial Tecnos. Madrid.

Hugo, G. B. (2003) *La identidad del Pueblo Cañar*, Quito, Ecuador.

Idrovo, Jaime. *Tacalshapa, una exposición sobre la cerámica prehispánica del Azuay y Cañar*. Cuenca, s/Ed (Impreso en Gráficas Méndez), 1991.

INEC. (2010). *Censo Poblacional*. Quito Ecuador: Gobierno de la Republica del Ecuador.

Iñiguez, Claudia (2018) *Tallas grandes. Alternativas de cortes en patronaje para indumentaria femenina. Caso: mujeres de 20 a 30 años de edad, de la ciudad de cuenca*. Cuenca, Ecuador.

Jácome, A. (2014). *La cultura Salasaca y el rescate de la interculturalidad indígena*. Quito- Ecuador: Universitario.

Kennedy, Shirley (2017) *Love to know: Emilio Pucci*, Burlingame, California.

Kerei, Lula (2017) *Lula Kerei Collections*, Quito, Ecuador.

Krainer, Anita (2012) *Interculturalidad un Acercamiento desde la investigación*, Quito, Ecuador.

León, Humberto (2017) *Diario el Tiempo: Personajes de la cultura Cañari*, Cuenca, Azuay.

Ley de sistema ecuatoriano de la calidad (2007) *Ley de sistema ecuatoriano de la calidad*, Quito, Ecuador.

López, Nelly e Irma Sandoval.(2013) *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Documento de trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara.

Mipro (2013) *Guía de buenas prácticas de la calidad para la confección de Jeans*, Quito, Ecuador.

Municipio de Cañar (2011) *Laguna de culebrillas*, Cuenca, Ecuador.

Naranjo G., Herrera L., Medina A. (2014) *Tutoría de la Investigación Científica*, Ambato, Ecuador.

País de Leyenda, *Historia Prehispánica del Ecuador*, Quito, Ecuador.

PaginaTaller (2016), *Carreras en la Industria de la Moda: Comercialización: Taller Fashion Development Project*, Mexico DF.

Paredes Karla, (2017) *Pressreader: Diseñadores promueven moda con identidad*, Dublín, Irlanda.

Quinde, P. Isidro (2001) *Historia del Pueblo Cañari*, Cuenca, Ecuador.

Rahman Ecuador (2010) *Esculturas monumentales Cañaris*, Quito, Ecuador.

Ramoncha (2016) *Ramoncha*, Quito Ecuador.

Revista Lideres (2015) *Con trabajo en equipo se confecciona ropa de diseño*, Quito, Ecuador.

Reinoso Hermida, Gustavo. *Cañaris e Incas: Historia y Cultura*. Cuenca, Ed. Consejo Provincial del Azuay, 2006.

Riquelme Leiva, Matias (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile.

Robson, Wendy (1995) *La ventaja competitiva*, Financial Times, Bracken House, London, UK.

Saltzman, Andrea (2003) *El cuerpo Diseñado*, Buenos Aires, Argentina.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito Ecuador: Semplades.

SMS Auditores. (2017). *Como Crear una empresa en el Ecuador*. SMS, 12 - 19.

Tenecota, N. Diego (2013), *Estudio de los signos y símbolos de la cultura Cañari, aplicado al diseño de mobiliario para un espacio habitable*, Cuenca, Ecuador.

Torres, F. (2011). *El egoísmo en la teoría económica*. México. La Voz del Norte.

Vatexga. (2016). *Guía de Prevención de Riesgos Laborales en el sector Textil*. Galicia, España.

Vargas, Katerin (2018) *Análisis iconográfico de la Cultura Tolita y su aplicación al Diseño textil*, Ambato, Ecuador.

Velasco, Jessica (2018) *Jessica Velasco Desings*, Quito, Ecuador.

Viajandox, (2017), *Textiles de Cañar*, Quito, Ecuador.

Virgin, Atlantic (2016) *Style meets sustainability: Ethical fashion in Johannesburg*, Virgin, Utah.

Wong, Wucius (1995) *Fundamentos del Diseño*, Barcelona, España.

ANEXOS

ENCUESTAS

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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad



4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuando adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad



4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuando adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abruado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad



4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otros: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abruado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad



4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otros: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra: _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otros: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra: _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otros: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente



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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra: _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente

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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abrumado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra: _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente

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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abruado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente

Scanned with CamScanner

Scanned with CamScanner

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



Encuesta dirigida a mujeres de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato.

OBJETIVO:

Identificar el estilo y preferencia de ropa casual para mujeres de 18 a 25 años de edad en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que sea de su preferencia.

Información General

Nivel de Educación: Secundaria Superior

Estado Civil: Soltera Casada

1. ¿Qué tipo de estilo de vida tiene?

a. Activo b. Abruado c. Relajado

2. ¿Cuál es el valor de ingresos que tiene cada mes?

a. \$300 - \$400 b. \$600 - \$700 c. \$900 - \$1000 - \$1500

d. otros: _____

3. ¿Cuándo adquiere vestimenta casual que es lo que más valora?

a. materiales b. diseño c. colores d. calidad

e. comodidad f. funcionalidad

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere ropa nueva?

a. cada semana b. cada mes c. cada año

d. otros: _____

5. ¿Que imagen le gusta transmitir al comprar ropa nueva?

a. originalidad b. elegancia c. tendencia

6. ¿Usaría prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

a. si b. no

¿Por qué? _____

7. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por prendas casuales confeccionadas con textiles naturales?

b. \$15 - \$50 b. \$50 - \$90 c. \$90 - \$170

e. otra _____

8. ¿Cuándo adquiere ropa nueva, por qué lo hace?

a. moda b. necesidad c. agrado

d. otro: _____

9. ¿Le parece innovador usar prendas casuales que reflejen la cultura del Ecuador?

a. si b. no

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo consume ropa de marcas ecuatorianas lo hace por?

a. status social b. exclusividad c. ser diferente

Scanned with CamScanner

Scanned with CamScanner

FOTOGRAFÍAS



