



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA**

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciada en  
Diseño Textil e Indumentaria

**“Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos  
artesanales de la comunidad Quilloac – Cañar”.**

**Autora:** Jimenes Siguencia, Jennyfer Alexandra

**Tutor:** Ing. Betancourt Chávez, Diego Gustavo

**Ambato – Ecuador**  
**Marzo, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: **“Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales de la comunidad Quilloac - Cañar”** de la alumna Jimenes Sigüencia Jennyfer Alexandra, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, marzo del 2022

EL TUTOR



Ing. Mg. Diego Gustavo Betancourt Chávez  
C.C. 1710894179

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales de la comunidad Quilloac - Cañar**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, marzo del 2022

LA AUTORA



.....  
Jennyfer Alexandra Jimenes Siguenca

C.C. 0350046058

## DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, marzo del 2022

LA AUTORA



.....  
Jennyfer Alexandra Jimenes Siguencia

C.C. 0350046058

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto sobre el tema “Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales de la comunidad Quilloac - Cañar” de Jennyfer Alexandra Jimenes Siguencia, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, marzo del 2022

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

**PRESIDENTE**

**C.C.**

---

Nombres y Apellidos

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.**

---

Nombres y Apellidos

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.**

## DEDICATORIA

*A Dios, por brindarme las fuerzas necesarias para seguir en este caminar, por ser el coautor de mi vida.*

*A mi mamita Lourdes, quien ha luchado incansablemente para que cumpla mis metas, por ser mi fortaleza.*

*A mis hermanos Alfredo, Adrián y Jean, por ser mis compañeros de vida y mi gran apoyo.*

*A mi enamorado Bryan y a mi amiga Erika por ser seres excepcionales.*

*Jennyfer Alexandra Jimenes Seguencia*

## **AGRADECIMIENTO**

*A todas las personas quienes me han brindado su apoyo a lo largo de este camino, a mi mamita, a mis hermanos, a mis tíos y a mis demás familiares.*

*Jennyfer Alexandra Jimenes Siguenca*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

#### 1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto.....	2
1.2. Antecedentes (Estado de arte).....	2
1.3. Justificación.....	4
1.4. Planteamiento del problema.....	7
1.5. Objetivos.....	9
1.5.1. Objetivo general.....	9
1.5.2. Objetivos específicos.....	9

### CAPÍTULO II

#### 2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Los Cañari.....	10
----------------------	----



2.1.1.	Origen mitológico .....	10
2.1.2.	Cosmovisión .....	12
2.2.	Cañar en la actualidad .....	14
2.2.1.	Idioma .....	15
2.2.2.	Vestimenta.....	16
2.2.3.	Artesanías.....	17
	Clasificación .....	18
	Textiles.....	18
	Talabartería .....	19
	Carpintería .....	19
	Orfebrería.....	20
	Cerámica .....	20
2.2.4.	Símbolos.....	20
2.2.5.	Color.....	23
2.3.	Comunidad Quilloac.....	25
2.4.	Diseño de una colección de indumentaria .....	27
	Diseño .....	27
	Indumentaria .....	27
	Estética.....	28
	Técnica.....	28
	Práctica.....	28
2.4.1.	Innovación.....	29
2.4.2.	Comercialización y distribución .....	29
	Comercialización .....	29
	Distribución .....	30
2.5.3.	Visionario.....	33

### **CAPÍTULO III**

#### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Análisis externo.....	35
3.1.1. Análisis PEST .....	35
Entorno político .....	35

Entorno económico .....	36
Entorno social/ cultural .....	37
Entorno tecnológico .....	38
3.1.2. Tendencias de consumo .....	39
3.1.3. Segmentación del mercado potencial.....	40
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	42
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial .....	43
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	43
Análisis interno.....	45
3.1.7. Análisis de recursos propios y disponibles .....	45
3.1.8. Análisis Cadena de valor.....	46

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO METODOLÓGICO**

4.1. Estudio de público objetivo.....	51
4.1.1. Encuesta .....	51
4.1.2. Entrevista.....	51
4.1.3. Modelo de encuesta y/ entrevista .....	52
Modelo de encuesta .....	52
Modelo de entrevista.....	55
4.2. Selección de la muestra .....	57
4.2.1. Población.....	57
4.2.2. Muestra.....	57
4.3. Técnicas de estudio .....	60
4.3.1. Cualitativas.....	60
4.3.2. Cuantitativas.....	60
4.3.3. Metodología .....	61
4.4. Elaboración e interpretación de los datos.....	64
4.4.1. Entrevista - interpretación de datos.....	64
4.4.2. Encuesta - interpretación de datos.....	69

## **CAPÍTULO V**

### **5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN**

5.1.	Cronograma de producción .....	83
5.2.	Control de calidad .....	84
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto .....	85
5.4.	Requerimientos de mano de obra .....	86
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente .....	87

## **CAPÍTULO VI**

### **6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.1.	Descripción del producto o servicio .....	89
6.2.	Brain storming (lluvia de ideas) .....	90
6.3.	Perfil del cliente.....	91
6.3.1.	Moodboard del perfil del cliente .....	92
6.4.	Identidad de marca .....	93
6.4.1.	Manual de estilos.....	94
6.4.2.	Uso de la marca.....	97
6.4.3.	Aplicaciones.....	99
6.5.	Análisis de color de la propuesta.....	102
6.5.1.	Paleta de color de la propuesta.....	103
6.6.	Tendencia: macrotendencia y tendencia.....	103
6.6.1.	Macrotendencia .....	103
6.6.2.	Tendencia .....	104
6.7.	Concepto de la propuesta .....	105
6.8.	Elementos del diseño .....	106
6.8.1.	Siluetas .....	106
6.8.2.	Proporción y línea .....	107
6.8.3.	Función.....	107
6.8.4.	Detalles.....	108
6.8.5.	Estilo .....	108
6.8.6.	Tejido en telar y bordado manual.....	108
6.9.	Materiales e insumos .....	110

6.9.1. Moodboard de textiles e insumos.....	110
6.10. Bocetos.....	111
6.11. Ilustración .....	117
6.12. Fichas técnicas .....	118
6.13. Photobook.....	128
6.14. Costos de producción.....	136
6.14.1. Ficha de costos .....	136
6.15. Modelo de negocio.....	138
6.16. Costos de inversión.....	141
CONCLUSIONES .....	145
RECOMENDACIONES.....	146
BIBLIOGRAFÍA .....	147
ANEXOS .....	153

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de problematización .....	7
Tabla 2. Variables demográficas .....	40
Tabla 3. Variables socio económicas .....	40
Tabla 4. Variables geográficas .....	40
Tabla 5. Variables psicográficas .....	41
Tabla 6. Variables conductuales .....	41
Tabla 7. Cadena de valor.....	47
Tabla 8. Matriz de análisis cualitativa.....	64
Tabla 9. Triangulación de datos .....	65
Tabla 10. Edad .....	70
Tabla 11. Género.....	71
Tabla 12. Cuando realiza visitas a lugares turísticos ¿suele comprar artesanías? .....	72
Tabla 13. ¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?.....	73
Tabla 14. ¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?.....	74
Tabla 15. ¿Qué tipo de prenda de indumentaria le gustaría adquirir como recuerdo de la visita del Complejo Arqueológico Ingapirca?.....	76
Tabla 16. ¿Qué factor determinaría adquirir una prenda de indumentaria de este sitio turístico?.....	77
Tabla 17. ¿Le gustaría que la prenda de indumentaria elegida lleve bolsillos?.....	79
Tabla 18. ¿Qué sistema de oclusión le gustaría que tenga la prenda de indumentaria elegida? .....	80
Tabla 19. Cronograma de producción.....	83
Tabla 20. Control de calidad .....	85
Tabla 21. Cuadro de recursos.....	86
Tabla 22. Requerimientos de mano de obra.....	87
Tabla 23. Modelo Canvas de la marca Atempo .....	138
Tabla 24. Inversión.....	141

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Las Guacamayas .....	11
Figura 2. Laguna de Culebrillas .....	12
Figura 3. Escudo Cañari .....	13
Figura 4. Parque central del cantón Cañar .....	15
Figura 5. Vestimenta tradicional Cañari .....	17
Figura 6. Las montañas .....	21
Figura 7. La serpiente.....	22
Figura 8. La luna .....	22
Figura 9. La guacamaya .....	23
Figura 10. Los colores usados dentro de la cultura Cañari .....	24
Figura 11. Colores implementados en la vestimenta de la cultura Cañari .....	25
Figura 12. Comunidad Quilloac .....	26
Figura 13. Prendas Lula Kirei .....	31
Figura 14. Jessica Velasco designs .....	32
Figura 15. Asirik Design .....	33
Figura 16. Asirik Design .....	44
Figura 17. Cálculo de la muestra .....	58
Figura 18. Edad .....	70
Figura 19. Género.....	71
Figura 20. Cuando realiza visitas a lugares turísticos ¿suele comprar artesanías? .....	72
Figura 21. ¿Qué tipo de artesanías suele adquirir? .....	73
Figura 22. ¿Qué tipo de artesanías suele adquirir? .....	75
Figura 23. ¿Qué tipo de prenda de indumentaria le gustaría adquirir como recuerdo de la visita del Complejo Arqueológico Ingapirca?.....	76
Figura 24. ¿Qué factor determinaría adquirir una prenda de indumentaria de este sitio turístico?.....	78
Figura 25. ¿Le gustaría que la prenda de indumentaria elegida lleve bolsillos?.....	79
Figura 26. ¿Qué sistema de oclusión le gustaría que tenga la prenda de indumentaria elegida? .....	80

Figura 27. Brainstorming .....	90
Figura 28. Moodboard del perfil del cliente.....	92
Figura 29. Identidad de marca.....	93
Figura 30. Manual de estilos .....	94
Figura 31. Cromática.....	95
Figura 32. Escala de grises.....	95
Figura 33. Construcción y aplicación.....	96
Figura 34. Área de protección.....	96
Figura 35. Usos correctos.....	97
Figura 36. Usos incorrectos .....	97
Figura 37. Tipografía .....	98
Figura 38. Control de proporción.....	98
Figura 39. Tramas permisibles .....	99
Figura 40. Aplicación tienda física .....	99
Figura 41. Etiquetas .....	100
Figura 42. Packaging.....	100
Figura 43. Marquillas .....	101
Figura 44. Agenda.....	101
Figura 45. Aplicaciones .....	102
Figura 46. Paleta cromática.....	103
Figura 47. Moodboard de tendencia Enmendar .....	105
Figura 48. Silueta recta .....	106
Figura 49. Silueta semiajustada.....	107
Figura 50. Culebra.....	109
Figura 51. Culebra zig zag .....	109
Figura 52. Moodboard de textiles .....	110

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En la actualidad han surgido un sin fin de marcas de moda que incorporan artesanías, arte o procesos artesanales y artísticos en sus propuestas, unas con el fin de preservarlas, otras para dar a conocer sus raíces. En este marco introductorio encaja el presente proyecto, que tiene como propósito la creación de una colección de indumentaria en la que se incorporen los procesos artesanales de la comunidad de la cultura Cañari llamada Quilloac, con el fin de dar a conocer el trabajo artesanal de manos Cañaris e inmiscuirles en el mercado comercial.

A través, de la recopilación de información bibliográfica y su respectivo análisis se halló que en la cultura Cañari se desarrolla cinco ramas artesanales que son: textiles, cerámica, orfebrería, carpintería y talabartería; mediante entrevistas realizadas dentro de la comunidad estudiada, se pudo observar que en la actualidad únicamente la rama textil es practicada.

Además, se encontró que se ha incorporado el bordado manual con mullos, mismo que es desarrollado por mujeres. En base a toda la información proporcionada se pudo determinar que el grupo objetivo son hombres y mujeres de 25 a 35 años, para quienes se desarrolló una propuesta de abrigos que contienen procesos artesanales tales como el tejido en telar y el bordado manual. La propuesta cumple con los parámetros elegidos por el grupo objetivo, y es una propuesta que realza las potenciales manos artesanales cañaris.

**PALABRAS CLAVE: DISEÑO DE INDUMENTARIA, DISEÑO DE ABRIGOS, CULTURA CAÑARI, COMUNIDAD QUILLOAC, TRABAJO ARTESANAL.**



## **ABSTRACT**

At present, an endless number of fashion brands have emerged that incorporate crafts, art or artisanal and artistic processes in their proposals, some in order to preserve them, others to make their roots known. In this introductory framework fits the present project, whose purpose is the creation of a clothing collection in which the artisanal processes of the Cañari culture called Quilloac, in order to publicize the craftsmanship of Cañaris hands and interfere in the commercial market.

Through the collection of bibliographic information and its respective analysis, it was found that in the Cañari culture five artisan branches are developed that are: textiles, ceramics, goldsmithing, carpentry and saddlery; through an interview within the community studied, it was observed that at present only the textile branch is practiced.

Also, it was found that manual embroidery with beads has been incorporated, which is developed by women. Based on all the information provided, it was determined that the target group are men and women aged 25 to 35 years, for whom a proposal of coats containing artisanal processes such as loom weaving and manual embroidery was developed. The proposal meets the parameters chosen by the target group, and is a proposal that enhances the potential artisanal hands of cañaris.

**KEYWORDS: CLOTHING DESIGN, COAT DESIGN, CAÑARI CULTURE, QUILLOAC COMMUNITY, CRAFTSMANSHIP.**

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador pretende desarrollar una colección de indumentaria en la que se incorpore el trabajo artesanal de la comunidad Quilloac, con el fin de generar nuevas propuestas desarrolladas conjuntamente con manos cañaris para el mercado comercial.

En el capítulo I, se desarrolló una investigación bibliográfica de antecedentes como punto de guía y partida del proyecto, además, se realizó la justificación y se establecieron los objetivos generales y específicos.

En el capítulo II, en base a lo establecido en el capítulo I se desarrolló un esquema del marco conceptual que indica la investigación de la cultura Cañari, la comunidad Quilloac, y prácticas artesanales, entre otras; posteriormente se recopiló información detallada de cada punto planteado, además, se analizaron marcas ya establecidas.

En el capítulo III, se realizó la investigación de mercado, con el fin de conocer las situaciones externas que puedan beneficiar al proyecto. El análisis interno es parte de este capítulo y se analiza los recursos, y la cadena de valor.

En el capítulo IV, se emplean herramientas con el fin de estudiar el público objetivo y recabar información para seguir con el desarrollo del proyecto, por ello, se utilizó las entrevistas para los artesanos de la comunidad Quilloac y las encuestas para el grupo objetivo. Datos que fueron interpretados y definidos a manera de conclusión.

En el capítulo V, se establecieron las tecnologías necesarias para la producción, como el cronograma de producción, el control de calidad, seguridad industria y medio ambiente, entre otras.

En el capítulo VI, con toda la información recopilada se inicia con el desarrollo de la propuesta, se analiza tendencias, colores, formas, y se establece la identidad de la marca, posteriormente se desarrolla los bocetos de la colección en este caso de abrigos, se elaboró la ilustración y fichas técnicas y se concluye con la materialización.

# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1. Nombre del proyecto

Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales de la comunidad Quilloac – Cañar.

### 1.2. Antecedentes (Estado de arte)

Para este acápite se realizó una ardua búsqueda de trabajos investigativos relevantes al tema planteado, entre ellos podemos encontrar tesis de grado que han hecho uso de la cultura Cañari para desarrollar los objetivos planteados, e investigaciones de centros comprometidos con las artesanías de pueblos andinos.

En el documento resultante de XV Festival de artesanías de América CIDAP/2017 denominado CAÑARI en su edición Pueblos originarios del Ecuador menciona que, en la cultura Cañari, la principal actividad es la agricultura, y las actividades complementarias a esta, son las ramas artesanales. CIDAP cita 5 actividades artesanales de las cuales resultan productos para el uso, consumo comunitario o comercialización. El área denominada textiles, la talabartería, la carpintería, la orfebrería y la cerámica son las distintas actividades que desempeñan hombres y mujeres cañaris; cabe aclarar que el hombre cañari tiene mayor participación en estas actividades, pero la mujer cañari tiene su papel fundamental en el desarrollo de las mismas. (CIDAP, 2017)

En la tesis de grado titulada Diseño de vestuario femenino inspirado en vasijas de la cultura Cañari de Sara Pita, se encuentra un detallado análisis de elementos simbólicos, vestimenta, y leyendas de esta cultura; menciona que, el tejido es una actividad realizada por los hombres cañaris, sin embargo, la preparación del hilo es desarrollado por la mujer cañari; la principal materia prima para los tejidos es el hilo de lana de borrego, porque proporciona un tejido con mayor uniformidad y por ende mayor calidad, además menciona que el poncho, la faja, la cushma, las gualcarinas, el tapiz, las reatas, las cobijas y las bayetas con los principales tejidos tradicionales. (Pita, 2020)

Rhina Padrón en su tesis menciona que la comunidad Quilloac es un vivo ejemplo de lucha por mantener sus valores culturales, además es un pueblo relevante en la historia Cañari. En la comunidad Quilloac se desempeñan actividades agrícolas y ganaderas, en conjunto con actividades textiles que han sido parte de la preservación de antiguos conocimientos. Padrón hace énfasis en la vestimenta cañari aludiendo que esta tiene una gran cantidad de gráficos y colores. El tejido es de gran importancia en la vida cotidiana de esta comunidad, pues, además de suplir necesidades propias, es una fuente de ingresos, por ello, toda la familia participa en esta actividad, los niños ayudan a cuidar los borregos y posteriormente los adultos inician el proceso de trasquilado hasta llegar al tejido.

Finalmente, Padrón desarrolla un análisis de los símbolos utilizados en esta comunidad, basándose en el libro de Sadir Milla y menciona que dentro de los diseños andinos se encuentran, el triángulo, el rombo, las diagonales, la espiral, la cruz y el escalonado. Los colores utilizados en esta comunidad parten del arcoíris y se adiciona el negro y el blanco. (Padrón, s.f.)

El autor Diego Tenecota establece el Estudio de los signos y símbolos de la Cultura Cañari. Es así que inicia con la investigación y análisis cronológico de las fases preincaicas y la realidad actual; además el estudio de objetos tangibles como la cerámica, e intangibles como las leyendas. Tenecota menciona que, en la cultura Cañari la indumentaria actual es más elaborada, este argumento se sustenta desde los colores, textiles y formas, y la principal materia prima para el desarrollo de estos indumentos es lana de borrego. El autor define que las deidades de esta cultura es la serpiente, la guacamaya y la luna; y que los símbolos que decoran los productos de cerámica y de textiles son las deidades mencionadas, las montañas, cuevas, maíz, granos, paños entre otros- Además, analiza y establece que la simetría, repetición, anomalía, deformación, orgánico están sistema de operativas de diseño dentro de la cultura Cañari. Finalmente, denomina a los colores neutros como el blanco, negro, y colores vistosos como predominantes dentro de esta cultura. (Tenecota, 2013)

Willian Guaman establece crear una memoria técnica que se refleja en el libro fotográfico llamado Cañar, cultura y tradición. Se enfoca en el estudio de este pueblo, detallando la cosmovisión, el calendario Cañari, elementos arqueológicos, vestimenta,

costumbres, tradiciones, música, danza, lugares emblemáticos, y la gastronomía, entre otros. El autor en su acápite de actividades artesanales menciona que, estas actividades han disminuido con el pasar del tiempo, y que el número de artesanos vigentes en sus prácticas es reducido. Las artesanías como el poncho, cushma, polleras, reboso están hecha con lana de borrego y manufacturadas en telar. Además, hace alusión que una de las actividades que tiene mayor vigencia hoy en día es el bordado de polleras. Y concluye que las actividades artesanales mencionadas son las que más se desempeñan, puesto que, se conoce muy poco de otras actividades realizadas por manos cañaris en la actualidad. (Guamán, 2016)

### **1.3. Justificación**

El presente proyecto tiene como propósito desarrollar una colección de indumentaria en la que se incorpore el trabajo artesanal vigente que se ejecuta en la comunidad Quilloac del cantón Cañar. La importancia parte del enfoque cultural Cañari, mismo que, a través del proceso creativo de diseño se fusiona o implementa en diferentes productos indumentarios que tienen como destino el mercado comercial.

Las diversas artesanías cañaris surgen de un trabajo meticuloso que emplean las manos dedicadas de artesanos que mantienen saberes ancestrales, en estos productos se puede observar símbolos y signos pertenecientes a esta cultura que en su mayoría tienen una amplia relación con la naturaleza y la religión. Es necesario el análisis de símbolos y signos de esta cultura porque mediante el proceso de diseño se innovará en la creación de prendas para poder cumplir con una colección comercial que contenga procesos artesanales.

Se conoce que hasta la actualidad los procesos artesanales de la comunidad Quilloac no se han expandido en lo que en comercialización respecta, es decir, las manufacturas se desarrollan en su gran mayoría para integrantes de la misma comunidad y en menor cantidad para extraños. La incorporación de procesos artesanales en este proyecto será de gran impacto para los artesanos y la economía local, a través de requerir la contratación de mano de obra local, y venta de los productos a desarrollarse, primero se

genera más trabajo para los artesanos que serán remunerados de manera justa, y segundo el dinero se quedará en el entorno, lo cual es un impacto positivo.

Este proyecto tiene como beneficiarios a hombres y mujeres que visitan los destinos turísticos de Cañar, tendrán a su disposición una colección de prendas innovadoras que contiene procesos artesanales realizados por artesanos Cañaris. Como se mencionó en el párrafo anterior, los artesanos también serán beneficiados a través de este proyecto, porque su actividad se potenciará.

El presente proyecto se enmarca en el ámbito de **Investigación a través del diseño**, ya que, en este acápite, combina lo teórico y lo práctico, y esto se involucra en todo el proceso. Por ende, en el tema propuesto se pretende obtener una extensa investigación previa de las prácticas artesanales de la comunidad Quilloac, es decir, conocer todos los procesos de fabricación que conllevan las artesanías del sector. En base a ello, teniendo elementos cruciales se podrá iniciar la planificación, desarrollo y la materialización de la colección, cumpliendo así la segunda fase de este ámbito de investigación, que es la parte práctica.

En base a las líneas de investigación establecidas por la Universidad Técnica de Ambato el proyecto se enmarca en el dominio **Optimización de los sistemas productivos y desarrollo urbanístico**, específicamente en la línea de investigación **Comunicación, sociedad, cultura y tecnología**, en el eje de investigación **Social – Cultural**, con el enfoque temático de investigación **Diseño para la Sociedad, Identidad y Patrimonio**, y finalmente inmerso en el programa sugerido **Procesos y técnicas tradicionales de las artes y los oficios**. El tema de proyecto de investigación se ha posicionado en todas las áreas mencionadas anteriormente, porque se pretende el análisis de las prácticas artesanales de la comunidad Quilloac, a partir de ello, se diseñará la colección de indumentaria en colaboración con la cultura mencionada; siendo así, se puede observar la estrecha relación con el área cultural, social, patrimonial, comunicacional e identidad, ya que, se va a investigar puntos importantes de la cultura Cañari; además interpretando los puntos de análisis como elementos comunicacionales, patrimoniales e identitarios de la cultura Cañari.

Aclarando el posicionamiento del tema de titulación en el programa sugerido Procesos y técnicas tradicionales de las artes y los oficios, se ha establecido en este acápite por la investigación de los procesos artesanales de la cultura Cañari, pues, se pretende el análisis de las prácticas tanto en el área textil, alfarera, bordado, orfebrería, bisutería, entre otras; con el fin de plasmar en el presente proyecto.

En lo que respecta Artefacto y artificios este trabajo encaja en la categoría de análisis **apropiación**, ya que como menciona Fernández en su artículo:

Apropiación: aspectos identitarios que se generan a partir del uso, historia de vida del vestido desde el momento de la adquisición, sus transformaciones materiales y los significados asociados a la experiencia de su uso (Attfield 2000; Kopytoff, 1991).

Definiendo a esta categoría como: tomar algo externo o ajeno a una persona, para interpretarlo y terminar adaptándolo. Es así que en el presente proyecto se pretende el análisis de las prácticas artesanales de la comunidad Quilloac perteneciente a la cultura Cañari, con la finalidad de interpretar lo mencionado y culminar con una adaptación a la colección mencionada, es así que se dará la apropiación a partir de la cultura Cañari.

## 1.4. Planteamiento del problema

*Tabla 1.*

*Cuadro de problematización*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>DEFINICIONES</b>	<b>PREGUNTAS</b>
<b>Técnico</b>	Para diversificar la oferta de los productos artesanales de la comunidad Quilloac se requiere diseñar una colección de indumentaria con el objetivo de difundir sus prácticas, diversificar sus productos y expandir las ventas.	¿Cómo diseñar una colección de indumentaria en la que se incorpore los procesos artesanales de la comunidad Quilloac?
<b>Social</b>	Integrar las prácticas de los artesanos de la comunidad Quilloac en el diseño de una colección de indumentaria con la finalidad contribuir en la reactivación económica el sector artesanal de la comunidad.	¿Cómo generar estrategias para que los artesanos la comunidad Quilloac acepten diversificar sus productos con el fin de reactivar la economía del sector?

Las artesanías han sido y son parte de la actividad económica de la comunidad Quilloac, además, son productos que poseen gran significación identitaria. La escasa comercialización de los productos artesanales desarrollados en la comunidad Quilloac permite este abordaje. La comunidad mencionada, perteneciente a la cultura Cañari, desarrolla diferentes actividades económicas, tales como: la agricultura, la ganadería y la artesanía, que, además, de ser medios de subsistencia, son actividades que comprenden un legado de saberes ancestrales.

Los artesanos de la comunidad Quilloac, desarrollan oficios en el área textil, talabartería, carpintería, orfebrería y cerámica, actividades que hasta la actualidad no se



han ejecutado con el fin de generar mayores ingresos o depender económicamente de las mismas. Es así que Burgos menciona: su carácter es más bien tradicional, pueblerino, alejado de las tendencias urbanas de la comercialización, de la importación de diseños, y de grandes aparatos de exhibición. Consecuentemente, existe artesanía en Cañar, pero ésta es parte de la vida cotidiana, de la cultura local y comunal, y no del mercado internacional. (Burgos, 2003, pág. 65)

La artesanía Cañari no se torna global, no se inmiscuye tecnología actual, no se ha planteado firmemente el proyecto de expandir la comercialización, crear una demanda de productos artesanales y, por ende, generar ingresos que permitan al artesano vivir de su trabajo. La producción de artesanías cañaris son manufacturadas y los costos son altos; al encontrar en el mercado diferentes alternativas de productos artesanales pertenecientes a otras etnias ecuatorianas, que han conseguido posicionarse en el mercado, abaratando costos de producción y logrando que los artesanos pertenecientes a dichas étnicas puedan vivir solamente de su trabajo. En la comunidad Quilloac encontramos que las artesanías han vivido intentos fallidos, no han conseguido ser competencia en el mercado, ya que, los clientes buscan productos artesanales pero los costos altos terminan por declinar la acción de compra; es así que, el artesano de esta comunidad se dedica a solventar necesidades vestimentarias únicamente en su hogar y comunidad.

La falta de apoyo de entidades gubernamentales es uno de los puntos que afecta a este tema. Además, a consecuencia de esta problemática, se origina la pérdida de saberes ancestrales, porque, al no resultar un ejercicio rentable, las personas de esta comunidad buscan otras opciones de subsistencia, y entre estas están: desempeño en otros oficios o profesiones, y migrar al exterior.

Para el hallazgo del problema se planteó lo siguiente: las artesanías de la comunidad Quilloac no son competitivas en el mercado en relación con otras artesanías, por ello, es necesario innovar en el diseño y oferta de sus productos.

## **Pregunta de investigación**

¿Cómo diversificar la oferta de los productos artesanales de la comunidad Quilloac- Cañar con el fin que puedan competir frente a otras alternativas en el mercado y generar una reactivación económica en el sector artesanal?

## **Idea a defender**

A través del diseño de prendas de indumentaria en las que se incorporen los procesos artesanales de la comunidad Quilloac y se generen propuestas creativas con el fin de que compitan con otros productos de indumentaria en el mercado, y a su vez faciliten la reactivación económica al sector artesanal de la comunidad.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Diseñar una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales de la comunidad Quilloac - Cañar, con el fin de diversificar la oferta de sus productos para que sean competitivos.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Analizar los procesos artesanales que se desarrollan en la comunidad Quilloac – Cañar.
- Determinar los procesos artesanales de la comunidad Quilloac que se implementarán en el proyecto.
- Diseñar una colección de indumentaria en la que se incorporen los procesos artesanales de la comunidad Quilloac – Cañar.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1.Los Cañari

Los Cañaris habitaron antiguamente en lo que en la actualidad se conoce como provincia del Azuay. Entre las investigaciones de (Tenecota, 2013) se puede encontrar información del significado de Cañari, señala que uno de sus significados es: un servidor doméstico, encargado de recoger los productos que se encontraban en el suelo después de una cosecha. Por otro lado, Federico Gonzáles menciona que Cañari proviene del idioma quiché dando como resultado la definición de: son de la culebra. Finalmente, existe una definición que separa la palabra Cañari de la siguiente manera: Kan que significa culebra y Ara que significa Guacamaya según el Padre Jesús Arriaga.

Según Gonzáles los Cañaris a través de la conquista de los Incas empiezas a aparecer en la historia. Los Cañaris en este indicio se presentan como una nación constituida que contaba con veinte y cinco tribus, entre ellas se encontraban las siguientes: “Ayancayes, Azogues, Bambas, Burgayes, Cañaribambas, Chuquipatas, Cinubos, Cumbes, Guapanes, Girones, Gualaseos, Hatun Cañares, Manganes, Molleturos, Pacchas, Pautes, Planteros, Racares, Sayausies, Siccis, Tadayes, Tomebambas y Yunguillas.” (Gonzáles, 1965)

##### 2.1.1. Origen mitológico

Dentro de la historia del origen de los Cañaris existen dos leyendas locales que explican el surgimiento de este pueblo.

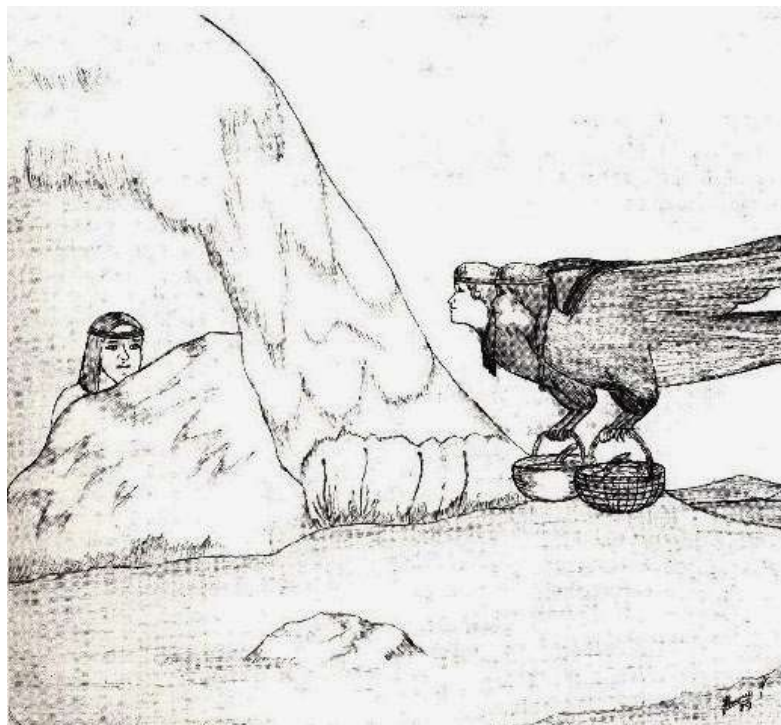
La primera leyenda está relacionada con la Guacamaya, mismo que relata que en la época donde los Cañaris habitaban en toda la provincia del Azuay se produjo una inundación que cubrió toda la población, de este trágico evento únicamente dos hermanos se salvaron en la montaña Huacay – ñan. Los dos hermanos a medida que el peligro pasaba, consumían el poco alimento que había quedado, y construyeron una cabaña como refugio; salían a los valles vecinos a buscar alimentos para evitar el total

desabastecimiento total. En alguna ocasión, al regresar a su morada se llevaron una gran sorpresa, encontraron comida que ellos no esperaban, desconocían las manos que les brindaban dichos manjares.

Al repetirse la escena los dos hermanos estaban ansiosos de conocer quien o quienes estaban detrás de dicho gesto, es así que, en un día como de costumbre saldrían a buscar alimento, pero uno de los hermanos se quedaría escondido en la cabaña para poder descubrir al donador. El hermano mientras se encontraba oculto de repente vio entrar a dos aves, específicamente papagayos con caras de mujer, mismas que ingresaron para preparar el maíz y otros alimentos. Al descubrir al hermano oculto, alzaron su vuelo, pero no fueron tan rápidas ya que este logró capturar a una de ellas, con la cual se desposó y de esta familia nacieron 6 hijos, mitad hombres y mitad mujeres, quienes se casaron entre si y formaron el pueblo Cañari. (González, 1965)

***Figura 1.***

*Las Guacamayas*



*Nota.* La figura es una representación de la leyenda de las Guacamayas. Tomada Blogger, 2018, (<http://madelourdes1.blogspot.com/2018/04/la-leyenda-de-las-guacamayas-literatura.html>)

La leyenda de la serpiente o culebra es considerada otro origen mitológico, puesto que el pueblo Cañari mediante esta historia se considera descendiente de la culebra. Cuenta la leyenda que en la laguna llamada Culebrillas existía una serpiente, misma que engendró dos huevos, a partir de estos nacen una mujer y un hombre que desposaron y poblaron el pueblo Cañari. En la misma laguna la serpiente murió inmolada. (Tenecota, 2013)

***Figura 2.***

*Laguna de Culebrillas*



*Nota.* La figura muestra la laguna de Culebrillas. Tomada de Blogger, 2016, (<http://jessisim.blogspot.com/2016/06/lagunas-de-culebrillas-unode-los.htmCl>)

**2.1.2. Cosmovisión**

Los Cañaris dentro de sus creencias veneraban a diferentes dioses. Según (González, 1965) los primeros dioses del pueblo Cañari, eran la Luna, los árboles de gran tamaño, y las piedras jaspeadas. Mediante la conquista Incaica se introdujo el culto al Sol. Al hablar de idolatría de los pueblos, se conoce que existían un ídolo en conjunto en cada

provincia, además, de existir diferentes ídolos venerados dentro de todos los pueblos que constituían toda una provincia.

Las piedras jaspeadas eran objeto de adoración de este pueblo, puesto que además de lo anteriormente mencionado, veneraban a objetos o cosas no comunes, los amuletos, talismanes de piedras semipreciosas, y conchas marinas formaban parte de este grupo.

Elementos de la naturaleza están inmersos dentro de los dioses Cañaris, tales como: “oso, puma, serpiente, guacamayo, mono, rana, lagunas, cuevas, montañas” (Tenecota, 2013), entre otros. Cabe recalcar que en base a la creencia del origen del pueblo Cañari, las guacamayas y la culebra tienen gran relevancia que se considera hasta la actualidad.

**Figura 3.**

*Escudo Cañari*



*Nota.* La figura muestra el escudo Cañari en el que se puede observar deidades como la serpiente. Tomada de Tenecota (2013)

## **2.2. Cañar en la actualidad**

El pueblo Cañari se encuentra ubicado en la zona sur del país, limita al norte con la provincia Chimborazo, al sur con la provincia del Azuay, al oeste con la provincia del Guayas y al este con Morona Santiago. Tienen un total de 281.396 habitantes aproximadamente, cuenta con un clima variado, este tiende a ser frío primaveral hasta el subtropical, dependiendo de la zona. Esta provincia está conformada por siete cantones, El Tambo, Biblián, Cañar, La Troncal, Suscal, Déleg y su capital Azogues. La actividad de sostén es principalmente la agrícola, en el sector costero se cultiva caña de azúcar y en el sector andino maíz, trigo, cebada, hortalizas y frutas. Además, se caracteriza por manifestar el legado ancestral mediante manufactura y producción artesanal, sombreros de paja toquilla, la alfarería, la talabartería, los bordados, el tallado en piedra, la hojalatería, y el tejido de fibras naturales son algunos de los productos de esta provincia. (Prefecutra Cañar , s.f.)

En lo que respecta el cantón Cañar cuenta con 11 parroquias rurales y 252 comunidades, mismas que se dividen en dos partes, Hatun Cañar es el pueblo de Cañar es decir la ciudad y Ura llacta o Zona Baja que comprende las comunidades. (Padrón, s.f.) Los cañaris son indígenas orgullosos, rudos y guerreros, que han sabido resistir las olas de cambio a través del tiempo. Pueblo sabio y milenario, poseedor de costumbres y tradiciones que se basan en la Pachamama, la cual provee alimentos alrededor del año. Los cañaris son un pueblo dedicado a la agricultura, ganadería y artesanías, oficios mediante los cuales suplen necesidades básicas, como alimentarse y alimentar al pueblo urbano, el cubrir el cuerpo con ropas, entre otros. Según Quinde el lenguaje en esta etnia, es considera un componente de la cultura de un pueblo indio, menciona que, a través de este componente se logra transmitir a diferentes generaciones conocimiento, creencias, leyendas, entre otros.

#### **Figura 4.**

##### *Parque central del cantón Cañar*



*Nota.* Tomada de Cañar, s.f., (<https://turismo.canar.gob.ec/historia.html>)

#### **2.2.1. Idioma**

Los Cañaris según el historiador Federico Gonzáles, debieron haber acoplado a su lengua el idioma quichua tras la conquista de los Incas, sin embargo, ciertas palabras que hacen referencia a ríos, montes y otros, se conservaron en la propia lengua Cañari, de la cual se desconoce, esta hipótesis se da a la falta de significado en el idioma quichua de estas palabras. (Gonzáles, 1965)

En la actualidad el quichua sigue siendo el idioma de los Cañaris, las zonas con mayor conservación del dialecto son las comunidades de Quilloac y Sisid. Se puede apreciar que con la llegada de las nuevas generaciones el idioma se va deteriorando, lo que ha llevado a tomar medidas de prevención de pérdida total por parte de los adultos, quienes mantienen casi intacto su dialecto cultural, creando instituciones educativas que impartan el idioma. (Guamán, 2016)



### **2.2.2. Vestimenta**

Los cañaris antes de la conquista Incaica y de los españoles, se caracterizaban por tener una vestimenta única y no compartía similitudes con otro pueblo; sus ropas estaban elaboradas con textiles de fibras naturales, tanto animales como vegetales. (Ecuador - Guía Virtual de Turismo Accesible , s.f.)

En la actualidad se puede observar una vestimenta vistosa y desarrollada en base a procesos artesanales ancestrales.

Las mujeres visten una blusa de color blanco lleva bordados de flores en el cuello, codos y puños: una wallkarina o rebose de un tamaño considerable para cubrir los hombros, elaborada en bayeta de color negro con símbolos del sol y la chakana; una faja que se confecciona con lana de borrego en telar de cintura, misma que tiene figuras de la naturaleza; faldas pesada llamadas polleras, son elaboradas en bayeta, los colores más utilizados es el fucsia y el naranja. En el caso del calzado usan osotas, similares a las alpargatas, pero elaborados en caucho. Además, es parte de esta vestimenta accesorios como un sombrero hecho de lana de borrego de color blanco faldeado con una cinta blanca y un cordón dorado que sostienen dos borlas blancas que representan la dualidad, también lleva un ribete por lo general azul o morado en el borde. Finalmente, usan un prendedor llamado Tupo, está elaborado en plata o acero, además contiene una cinta de color que sirve para desviar las malas energías. (Hablemos de Culturas, 2019)

La vestimenta de los hombres está conformada por un sombrero ribeteado del color que la persona guste, una camisa blanca bordada en zonas como los codos, puños y cuello, además, una kushma que es elaborada con lana de borrego, un poncho color rojo tejido en telar que tiene figuras de rombos, líneas, etc. El pantalón es de color negro fabricado en lana de borrego, una faja tejida que tenía diseño de animales, nombres de personas especiales u otras figuras simbólicas. Las oshotas hecha en caucho era el calzado, finalmente el uso de pañuelo rosado indicaba el estado civil del hombre Cañari, si se usaba encima del sombrero indicaba la soltería y cuando se usaba en el cuello indicaba compromiso. (Hablemos de Culturas, 2019)

**Figura 5.**

*Vestimenta tradicional Cañari*



*Nota.* Tomada de Mintur Zonal 6, 2019,  
([https://twitter.com/mintur\\_zonal6/status/1141133825940086786?lang=fa](https://twitter.com/mintur_zonal6/status/1141133825940086786?lang=fa))

### **2.2.3. Artesanías**

“La Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía

se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable.” (Roncancio, 1999)

Las artesanías son subjetivas, ya que, dependerá del lugar en el que se encuentre, para considerar a un producto como tal, es decir, los objetos artesanales de un país europeo no precisamente pueden ser considerados como objetos artesanales en Latinoamérica, ya que no existe el conocimiento del significado de estos objetos.

Aun cuando la agricultura es el principal medio generador de ingresos en la cultura Cañari, la artesanía se considera como una actividad complementaria al desarrollar productos para fines de consumo y comercialización, es así que, la cultura Cañari cuenta con oficios como: textil, talabartería, carpintería, orfebrería y cerámica. Los textiles predominan dentro del sector artesanal de esta cultura, se aplican procesos de hilado, tinturado, bordado y tejido en telares de cintura; culminando con productos como fajas, reatas, ponchos, cobijas, entre otros. En cuanto a la talabartería se elaboran zamarros, artículos y prendas de uso a partir de cuero de borrego o chivo. En el oficio de la carpintería se fabrican diferentes instrumentos musicales, además, herramientas agrícolas, artesanales y constructivas. La elaboración de artículos complementarios de la vestimenta tradicional de la mujer cañari como los tupus, anillos y aretes, se realizan en la orfebrería, a partir de metales preciosos y pedrería. En el área de la cerámica, se aplica la técnica del “golpeado” de origen Cañari, dando como resultado diferentes artículos, entre ellos las ollas de barro. (CIDAP, 2017)

## **Clasificación**

### **Textiles**

Los textiles elaborados por los artesanos de la cultura Cañari, son en base a lana de borrego principalmente, por ello, arduamente cuidan a los borregos hasta la etapa de esquilada. Para la elaboración de textiles, los cañaris poseen conocimientos ancestrales que les han sido otorgados, como el tejer en telar de mano, telar de pie y de cintura. A través de los conocimientos sobre esta técnica, los cañaris, desarrollan este oficio para obtener, ponchos, chushma, rebosos, y fajas. Además, en esta área, se complementan las prendas adornándolas con bordados ricos en colores y significados.

Antiguamente los cañaris producían obrajes en paños y lana, la Audiencia de Quito eran los principales consumidores, también elaboraban sogas, cordeles. (Prefecutra Cañar , s.f.)

### **Talabartería**

La talabartería consiste en el trabajo del cuero principalmente vacuno, aunque también puede ser cuero proveniente de otro tipo de animal. La palabra “talabartería” en sí misma deriva del término “talabarte” que es una especie de cinturón de cuero en el que se colgaba la espada. Con la revalorización del campo y con la reconstrucción a través de los signos de nuestras raíces se fue ampliando el público consumidor de los artículos que hoy se agrupan bajo el concepto de la talabartería porque de alguna manera se siente a través de este tipo de accesorios de cuero un fuerte contacto con la tierra. (Beviglia, 2014)

En la capital Cañari hace décadas atrás, se realizaban prendas y artículos de piel de borrego, para el frío invierno; el proceso de curtir el cuero se realizaba de forma manual y se utilizaba una planta llamada cashca, que se la podía encontrar en el cerro Huayrapungo. En la actualidad los talabarteros cañaris elaboran monturas, botas de cuero, cinturones y chicotes para caballos, que son prendas y artículos útiles y por ende comerciales.

### **Carpintería**

Según Muzo “la carpintería es una actividad que se inició en el Ecuador desde la época de la colonia a través de hábiles manos artesanas, la misma que lo largo de los años ha sido y ha venido siendo un trabajo manual en madera.” (Muzo, 2015)

La carpintería desarrollada por los artesanos cañaris, no se centra en elaboración de artículos mobiliarios como se consideraría en una definición general, por el contrario, los artesanos cañaris desarrollan herramientas agrícolas, artesanales y constructivas, además, se encargan de la elaboración de instrumentos musicales que son utilizados en festividades típicas.

## **Orfebrería**

Según Yagual la orfebrería “es el arte de dar un valor artístico a ciertos metales conocidos como preciosos. Orfebrería procede del latín auri (oro) y faler (fabricador), que significa metalúrgico de oro. Es el arte de trabajar los metales preciosos para realizar objetos bellos de variado fin.” (Yagual, 2013)

El oficio de la orfebrería en los cañaris se ha visto en torno a desarrollar artículos y complementos tradicionales en materiales como el oro y la plata, complementando con piedras preciosas. Según Pinos, antiguamente el orfebre realizaba trabajos como orejeras simples o con decoración repujada, zarcillos, diademas, brazaletes, narigueras y bastones de madera finamente recubiertos con láminas de oro repujado.

## **Cerámica**

Según Sjöman la cerámica se resume a la acción de transformar la arcilla en objetos útiles y bellos, este proceso es considerado milenario. La transformación de estos objetos útiles y bellos, consiste en moldear la blanda arcilla en la forma deseada, posteriormente pasa a un proceso de cocido, que da un acabado resistente y durable.

Los investigadores dicen que los cañaris 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 cañari 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)

### **2.2.4. Símbolos**

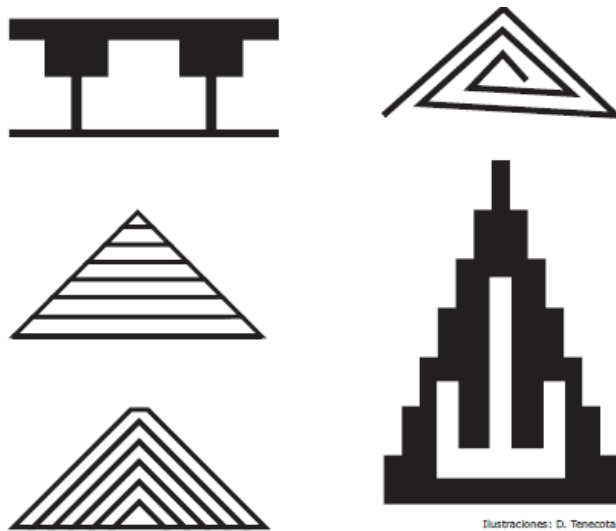
A través de la sustracción de formas de restos arqueológicos como cerámica y textiles, (Tenecota, 2013) desarrolló un análisis de las símbolos que contienen.

## Las montañas

Las montañas son formas que se encuentran en formas escalonadas, se conoce que los Cañarís manifestaban gran respeto, también se eran espacios en los que se desarrollaban rituales.

### *Figura 6.*

*Las montañas*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

## La serpiente

Es otra de las formas que comúnmente se encontraban representadas en espiral y zigzag. (Tenecota, 2013)

**Figura 7.**

*La serpiente*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

**La luna**

A pesar de la importancia de la Luna para los Cañaris, (Tenecota, 2013) menciona que existen pocas representaciones a manera de grabados, sin embargo, esta deidad de la cultura Cañari, se encuentre representada en la forma de objetos de cerámica que se usaban en fiestas religiosas. (Tenecota, 2013)

**Figura 8.**

*La luna*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

## **La guacamaya**

Al igual que la Luna, esta forma no tienen varias representaciones como se espera. Estas representaciones se encuentran en cerámica religiosa manejada en alto relieve. (Tenecota, 2013)

### ***Figura 9.***

*La guacamaya*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

Existen otros símbolos representados en restos arqueológicos, como las cuevas, el maíz, los granos, el paño en cantidades baja; sin embargo, son figuras que aparecen continuamente en las representaciones cañaris. (Tenecota, 2013)

### **2.2.5. Color**

Dentro de la cultura Cañari los siete colores del arcoíris y dos colores neutros son usados en diferentes áreas, cada uno de estos tiene un significado. A continuación, se mencionan los colores en orden según el arcoíris, exceptuando los colores neutros.

- Rojo/Puka: este color semeja a la tierra y a la sangre que se produce en una lucha. (Padrón, s.f.)



- Naranja/Chiltu: se considera como una conexión de la sociedad. Además, es agente dinamizador del desarrollo cultural del pueblo. (Padrón, s.f.)
- Amarillo/Killu: este tono tiene gran vínculo con el sol/inti y el oro/kuri, se relaciona con la vitalidad y fortaleza. (Padrón, s.f.)
- Verde/Waylla: Este color se vincula con la vegetación denotando una buena producción, también tiene relación con cuestiones de economía. (Padrón, s.f.)
- Azul/Ankas: color que representa al misticismo, dentro del área medicinal tiene la propiedad neutra o templada. (Padrón, s.f.)
- Violeta/Maywa: mediante este color se representa el poder político positivo de una organización, representa la identidad cultural y el conocimiento. (Padrón, s.f.)
- Fucsia/Waminsí: es el color del curaca o poder, representa sabiduría y se considera un color fresco dentro del área medicinal. (Padrón, s.f.)
- Blanco/Yurak: este color está vinculado con la luna, la planta, la niebla, se considera el color de la belleza, la delicadeza y pureza que son características femeninas. Dentro de la medicina al igual que el color fucsia, se considera como fresco. Además, tiene un lazo místico del tiempo entre pasado, presente y futuro. (Padrón, s.f.)
- Negro/Yana: este color se vincula al duelo y oscuridad. (Padrón, s.f.)

**Figura 10.**

*Los colores usados dentro de la cultura Cañari*



**Figura 11.**

*Colores implementados en la vestimenta de la cultura Cañari*



*Nota.* Tomada de Hablemos de culturas, 2019, (<https://hablemosdeculturas.com/canaris/>)

### **2.3. Comunidad Quilloac**

Quilloac es una de las comunidades que pertenecen a la parroquia, cantón y provincia de Cañar, se encuentra a 1km de la cabecera cantonal. Esta comunidad limita al norte con la comunidad de Londón, Jirincay, y San Rafael, al sur con el área comunal de Lodón y Ganzhi, al este con el centro urbano de Cañar, Manzanapata y la Capilla, finalmente al oeste con la comunidad Lodón, Santamaría y el área comunal de Lodón, cuenta con una superficie de 1.516,17 hectáreas. Está conformada por seis sectores: Quilloac-Quilloac Centro-Ayaloma o San Nicolás, Quilloac-Hierbabuena, Quilloac-Juntukuchu-Chakawín, Quilloac-Solitario y Quilloac-Punkuloma o San Marcos. (Pichizaca, 2018)

Cuenta con una población de 1787 personas, de quienes 987 son mujeres y el 798 son hombres. La economía de esta comunidad se basa principalmente en el trabajo

ganadero, la agricultura es otra de las actividades que realizan los pobladores, además un gran porcentaje se desempeñan en áreas profesionales, un porcentaje pequeño se dedica al textil, comercio y la construcción. La migración es uno de los factores que mayormente marca la vida de la comunidad, a pesar que de ser un agente que ha incrementado los ingresos económicos, s raíz de esta práctica el núcleo familiar no se encuentra constituido, reemplazando figuras maternas y paternas por otros familiares. (Pichizaca, 2018)

Quilloac tiene varios significados, uno de ellos es que esta palabra se constituye por el compuesto Quillu que significa amarillo y huac que significa huaca, lo que resulta huaca amarilla/huaca de oro. (Pichizaca, 2018) Quilloac se encuentra rodeado de elevaciones como el cerro Narrio, Pungoloma, Mesaloma y Ayaloma, Esta comunidad es considerada como el prototipo de la identidad del pueblo Cañari, por su perfil ancestral, su cosmovisión e idiosincrasia; además, es considerada históricamente por luchar y liderar durante la Reforma Agraria, por el impulso al bienestar comunitario, principalmente en el sector académico, ya que esta comunidad Quilloac cuenta con el Instituto Pedagógico Intercultural Bilingüe Quilloac que está al servicio de toda persona. (Padrón, s.f.)

***Figura 12.***

*Comunidad Quilloac*



*Nota.* Tomada de El Telégrafo, 2022,

(<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/quilloac-culturacanari-canar>)

## **2.4. Diseño de una colección de indumentaria**

### **Diseño**

Wong menciona que el diseño tiene como objetivo embellecer las cosas, sin embargo, no es lo único que le concierne al diseño como tal; por ello, plantea una silla como ejemplo, menciona que la silla que posee un buen diseño no solo tiene como característica el ser un objeto estético, si no, estar elaborada de tal manera que sea firme y confortable al usarla, además, debe tener una función específica, segura y duradera.

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito.” (Wong, 1991)

El buen diseño cubre exigencias prácticas, las necesidades de un consumidor y transporta un mensaje prefijado, el diseño no solo es estética, el diseño también debe ser funcional.

### **Indumentaria**

Según Schwarz una respuesta inmediata a la definición de este término es que la “indumentaria tiene algo que ver con la imagen que el hombre tiene de sí mismo frente al mundo que percibe.” (Schwarz, s.f.) La indumentaria se creó inicialmente para cubrir el cuerpo de distintas circunstancias, ya sea por condiciones climáticas o por pudor, al pasar el tiempo todo se ha transformado y se ha generado una connotación diferente a este término, que, si bien es cierto, la función de cubrir el cuerpo no ha sido reemplazada, se ha otorgado a la indumentaria el ser un factor diferenciador de etnia, clase social, profesión, edad, personalidad, entre otros.

En efecto, la indumentaria conforma un sistema de signos. El vocabulario de la indumentaria incluye no sólo prendas de vestir, sino también peinados, complementos, joyas, maquillaje y adornos corporales. Todo este conjunto de elementos integra el sistema de vestuario de cada sociedad, que es el resultado de la interacción de una serie de factores de carácter funcional, económico e ideológico. (García, 2001)

## **Estética**

Según Quezada “la nominación de “Estética” fue acuñada por Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762); con la referencia etimológica a partir del griego αἴσθησις [a’ísthēsis], sensación, enmarca lo bello dentro de la esfera de la experiencia sensible, así como insta una particular propuesta sobre los contenidos de la entonces nueva disciplina filosófica.” (Quezada, 2017)

Lo bello por estar ligado a la sensación y a percepciones sensibles, por ello, recae en la estética. En el ámbito de la moda la estética se ha determinado como una actividad que inquiere lo bello en base a un contexto determinado; cabe aclarar que lo bello o la belleza resulta un término distinto a la estética, pues el segundo término mencionado se cataloga como una experiencia que se vincula a las impresiones que demandan una forma distinta de entender la realidad.

## **Técnica**

Según Urrutia la técnica se considera una actividad humana que se ejecuta mediante una estructura del proceso de trabajo, “el hombre controla y dirige las fuerzas de la naturaleza, con miras a conseguir sus propios fines humanos.” (Mumford, 1952) como se citó en (Urrutia del Campo, 2010)

## **Práctica**

Según Chaverra “la práctica desde un punto de vista epistemológico se convierte en un ejercicio complejo debido a la diversidad de concepciones que sobre ella existe.” (Chaverra, 2003)

La práctica se puede catalogar como conjunto de actividades que se extienden en el tiempo y espacio y que se identifican como una unidad. La práctica involucra actividades corporales y un conjunto de objetos y materialidades. Además, la práctica está definida como una conducta compuesta por distintos elementos interconectados: “actividades del cuerpo, actividades mentales, objetos y uso, y otras formas de

conocimiento que están en la base tales como significados, saberes prácticos, emociones y motivaciones.” (Cilleruelo, s.f.)

#### **2.4.1. Innovación**

La innovación como procesos que nos invita a reivindicarnos dentro del campo que nos situemos, encontrar y reencontrar ideas que fluyen dentro de la imaginación personal. Para Gee “innovación «es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente»: — Proceso: Conjunto de actividades con diferentes entradas que buscan la consecución de un objetivo final. — Idea: Creación mental basada en estímulos externos. — Invención: Fase temprana del proceso de innovación, que no contempla la industrialización y comercialización del producto/servicio. — Necesidad: Estado que demanda la aportación de una solución para generar satisfacción. — Producto: Tangibilización de un conjunto de conocimientos. — Servicio: Actividades aportadas por un ente a otro, para cumplir las necesidades del último. — Aceptación comercial: Transacción por medio de la cual un ente aporta recursos económicos.” (Cilleruelo, s.f.)

#### **2.4.2. Comercialización y distribución**

##### **Comercialización**

Según Rodríguez la comercialización consta de diversas actividades que implica la venta de un servicio o producto, estas se dividen en actividades previas y posteriores, en las previas está inmersa la preventa, demostraciones y pruebas, y en las posteriores, la postventa, mantenimiento y reparaciones. La comercialización eficaz se manejará mediante estrategias y estas partirán desde el análisis del mercado objetivo.

Dentro de la comercialización existen ciertas estrategias que también son conocidas como estrategias de mercadeo, constan de una serie de actividades o acciones estructuradas y por ende planeadas, que se desarrollan para cumplir con objetivos tales como, dar a conocer un nuevo producto, generar mayor número de ventas o conseguir una mayor participación en el mercado, estos objetivos están relacionados con la mercadotecnia. La comercialización mezclada o marketing mix consta de un conjunto de

herramientas de comercialización para el logro de objetivos e venta, es decir, es un factor influyente en la decisión de compra del consumidor.

“La comercialización mezclada 7P se incorpora en un sistema de comercialización moderno, es decir, Producto, Precio, Punto de venta, Promoción, Personal, Presentación y Proceso.” (Lovelock, Wirtz, & Chew, 2011)

## **Distribución**

Una definición general de este término, simplemente es la entrega de productos o servicios. Rodríguez define a este término como un concepto amplio, que si bien la definición, entrega de producto o servicios es importante y está inmersa indiscutiblemente, existen otros acápites importantes como la disponibilidad del inventario, la ubicación de los lugares en donde se reparan las cosas compradas, lugares de asesoría, entre otros.

“Las actividades que implican la distribución comercial son realizadas por numerosas personas y entidades, que actúan como eslabones intermedios entre productores consumidores, formando los canales de distribución. Los conjuntos de esos eslabones intermedios constituyen el sistema comercial.” (Armario, 1993)

La distribución genera utilidades como la de poner a tiempo la disposición de productos o servicios para el consumidor en el momento preciso, además, evita la compra y el guardado de cantidades grandes de productos o servicios para el consumo posterior. Utilidad de lugar, se desarrolla mediante puntos de venta cercanos al consumidor; la utilidad de posesión, a través de la entrega del producto o servicio. El consumidor, el que decide, qué, cuándo, dónde y cómo va a comprar, y la distribución se encarga de establecer sistemas que permitan suministrar los productos para que el consumidor encuentre lo que, cuándo y dónde y cómo decida.

## 2.5. Marcas referentes y/o aspiracionales

### 2.5.1. Marca referente

**Lula Kirei**

*Figura 13.*

*Prendas Lula Kirei*



*Nota.* Tomada de Etra, s.f.

Marca de ropa femenina creada por la creativa Fernanda Salgado en el año 2012, la marca surge tras el nacimiento de la última hija de Salgado llamada Luciana, quien inspira a la creativa y le direcciona a seguir creando prendas desde una nueva perspectiva. Lula Kirei inició su camino con una colección incorporando textiles andinos que hacen referencia a raíces ecuatorianas, es así que, esta marca plantea el manejo de elementos simbólicos de nuestro país en sus prendas de moda. (Grafitat, 2016)

Lula Kirei es una marca que crea prendas versátiles y únicas, en la actualidad sus prendas son exportadas, menciona que, en el exterior sus colecciones tienen gran aceptación porque en dichos lugares se aprecia el trabajo manual. Entre las principales



tipologías de prendas que maneja Lula Kirei son: vestidos, blusas, pantalones, en la actualidad ha apostado por la sostenibilidad incorporando el upcycling.

### 2.5.2. Marca aspiracional

#### Jessica Velasco designs

#### *Figura 14.*

*Jessica Velasco designs*



*Nota. Tomada de Jessica Velasco, 2021*

Jessica Velasco es guatemalteca e ingeniera agrónoma y máster en Ciencias animales, recursos humanos y relaciones laborales, la gran demanda de tiempo ha sido el factor que ha declinado trabajar en su rama profesional. La moda y el diseño fue la mejor opción para incursionar en el mundo laboral, puesto que, es algo que le gusta desde temprana edad, además, que le brinda más tiempo con sus hijos. Con el apoyo de su esposo ecuatoriano y su familia en el año 2017 decidió emprender en la marca que lleva su

nombre. Esta marca desarrolla prendas que combinan la cultura ancestral de países como Ecuador, Guatemala y México, con un enfoque vanguardista, la parte cultural se desarrolla con artesanos latinoamericanos, quienes con su trabajo artesanal aportan gran identidad a sus prendas.

La marca maneja diversas tipologías de prendas femeninas, que destacan el trabajo artesanal, prendas armónicas y modernas que se tornan únicas y de gran colorido. (EL UNIVERSO, 2018)

### 2.5.3. Visionario

#### Asirik Design

#### *Figura 15.*

#### *Asirik Design*



*Nota.* Tomada de Asirik Design, s.f.,  
([https://www.instagram.com/asirik\\_design/?hl=es-la](https://www.instagram.com/asirik_design/?hl=es-la))

Se ha tomado a la marca Asirik Design como visionaria porque es la primera marca que desarrolla indumentaria incorporando procesos artesanales de la cultura Cañari. El

nacimiento de esta marca surge a través de la gran influencia artesanal y artística que tuvo la diseñadora oriunda del cantón El Tambo Sandra Angamarca. Asirik Design desarrolla prendas como blusas, vestidos, faldas, bolsas, collares y mascarillas en las que se plasman formas y colores a través de textiles y procesos artesanales como el bordado la creatividad, la dedicación y la pasión de esta diseñadora.

Asirik Design ha estado presente en diferentes pasarelas donde ha cautivado al público con sus trajes elegantes que a través de sus detalles reflejan la parte artística y artesanal que maneja la marca

## **CAPÍTULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **Análisis externo**

##### **3.1.1. Análisis PEST**

El análisis PEST es una herramienta que analiza factores externos a una marca, empresa, negocio, entre otros, es decir, permite el estudio de un mercado y ayuda a comprender la situación de crecimiento o declive del mismo. Este análisis se realiza a partir de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, los cuales yacen de las iniciales PEST, en ocasiones esta herramienta se extiende a 6 o 7 factores, incorporando Ecológicos, Legislativos e Industria, transformándose en PESTEL en el caso de 6 factores y PESTELI en el caso de 7 factores, esta aplicación no es necesaria si se aplica correctamente el análisis PEST, pero es aplicable cuando hace se carece de algo en los 4 primeros factores. (Chapman, 2004)

#### **Entorno político**

Los objetivos de desarrollo sostenible o también llamados objetivos mundiales se establecieron por todos los Estados miembros en el año 2015, con la finalidad de erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la paz y la prosperidad en la vida de las personas.

“Los 17 ODS están integrados, ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social.” (PNUD Ecuador, s.f.)

“El caso ecuatoriano presenta desafíos adicionales al ser una economía pequeña, de ingreso medio, relativamente abierta, con déficit de balanza de pagos, dependiente de financiamiento externo, primario exportadora y altamente vulnerable a los precios internacionales de sus principales productos y la apreciación del dólar. Adicionalmente, se debe enfatizar que la estructura productiva primaria, extractivista y de exportación de

materias primas no se ha modificado a lo largo de la vida republicana del país, y que el crecimiento económico del país es fuertemente correlacionado con el gasto público y este con el precio del petróleo, además de no contar con mecanismos de política monetaria por el esquema.” (Chavez, y otros, 2020)

### **Entorno económico**

Un gran desencadenante para la gran crisis en el Ecuador fue el virus Covid – 19, el confinamiento paralizó empresas, restaurantes, centros educativos y todo lo que significase interacción física, lo cual condujo grandes pérdidas económicas, no solo a nivel nacional, si no a nivel mundial. A pesar de lo sucedido, en el segundo trimestre del año 2021 según el ( Banco Central del Ecuador) se registra un crecimiento de la economía nacional en un 8,4% respecto al año 2020, la recuperación de las actividades tanto económicas como productivas en el país, se reflejan en el porcentaje mencionado.

“Este comportamiento se explica por el crecimiento respecto a los componentes del Producto Interno Bruto (PIB), el consumo de los hogares creció en 10,5% lo que muestra una recuperación considerable luego de siete trimestres consecutivos de contracción. Además, el consumo del Gobierno General creció en 3,3% con relación al segundo trimestre de 2020, explicado por un aumento en los servicios de salud; y las exportaciones crecieron en 16.” ( Banco Central del Ecuador, 2021)

El sector textil y de confección aporta 0,8% al PIB, y representa 5,9% del sector industrial, a consecuencia del confinamiento vivido a partir del año 2020, este sector tuvo grandes pérdidas, las cuales se reflejaron en una

“contracción interanual de -9,9% entre enero y septiembre de 2020 en la fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero, siendo el cuarto más afectado del sector industrial”. (Lucero, 2021)

El SRI reporta que las ventas en el sector textil y de confección se desplomaron en -36% en el 2020 y en los meses más críticos descendió en -40%, debido a estos porcentajes, el panorama para este sector era desalentador en los primeros meses del 2021. La Asociación del Industrias Textiles del Ecuador AITE y la Corporación de Promociones

de Exportaciones e Inversiones CORPEI, deciden crear una alianza y trabajar ante la complicada situación del sector textil y de confección, por ello crean el Plan de Mejora Competitiva.

La internacionalización de productos es el enfoque del Plan de Mejora Competitiva, aunque no se piensa desatender el mercado local, el objetivo claramente es expandirse para que el sector crezca de manera asertiva y pueda generar mayores plazas de trabajo, inversión y producción; el proyecto cumple con nueva de las 17 ODS del PNUD de la ONU. (Lucero, 2021) Además, el BCE estima que en este año la actividad textil y de confección crecerá en 4,7%. (Pacheco, 2021)

### **Entorno social/ cultural**

Las tendencias ya pronosticaban diversos cambios en el consumo y la pandemia trajo consigo un acelerado, se ha dado un metamorfosis sustancial en todo lo que podamos imaginar, el estilo de vida de las personas es uno de los grandes cambios que se han suscitado en estos últimos tiempos, toda actividad que incluya el contacto físico se ha visto truncada con el fin de evitar contagios, la vestimenta por un tiempo prolongado pasó a ser un arma de protección contra el virus, las compras se trasladaron al mundo virtual, la salud se volvió una prioridad y muchos otros cambios se dieron en la vida de las personas, con el fin de resguardar la salud física y mental.

El consumidor post pandemia después de haber pasado la peor fase del virus Covid – 19, ha tomado conciencia y ha replanteado sus prioridades, un estudio de la agencia de investigación IPSOS, demuestra que el 60% de las personas cambiarán su comportamiento de gasto de productos y servicios, una vez terminada esta crisis de salud. Con un crecimiento en áreas como seguro médico 56%, además indica que el 78% de los encuestados dará preferencia a productos ecuatorianos, un tercer rubro será utilizado en paseos y diversión familiar. Se nota un interés alto en ahorrar, el 94% declara que iniciará un proceso de ahorro, incluso sale a relucir un probable gasto en seguros exequiales, servicios no buscados normalmente, que ahora pasan a ser importantes e incluso un tema del cual hablar en el gasto familiar. (Erazo, 2020)

El consumidor post pandemia después del largo acontecimiento vivido, lo que requiere es que las marcas trabajen desde la empatía con enfoques sostenibles, ahorrativos, positivos, inmediatez, seguridad y funcionalidad. El acoplamiento a ventas y servicios virtuales se torna esencial para el consumidor, puesto que el contacto por estos medios electrónicos no creará brechas entre la marca y el consumidor. Además, el consumo local es de las nuevas primeras opciones del usuario.

### **Entorno tecnológico**

La tecnología ha sido uno de los sectores que se ha catapultado por el Covid – 19, puesto que se ha requerido del mismo para enfrentar diversos problemas de la pandemia, el sector tecnológico no ha permitido la paralización de estudios académicos puesto que se aplicaron clases virtuales, no ha frenado las compras puesto que se han implementado e-commerce, además la comunicación y el entretenimiento no se ha estancado, puesto que las redes sociales han estado vigentes y en constantes avances.

La industria textil y moda ha tenido notables avances y por ello en la pandemia se ha encargado de la seguridad y protección de cada individuo en las calles mediante la utilización de prendas y accesorios elaborados a partir de textiles que incluyan tecnología. Lafayette es una empresa colombiana que ofrece textiles con tecnologías como corta viento, antimicrobial, compresión, secado rápido, membrana, repelencia, impermeabilidad, respirabilidad, protección solar, anticloro, antirasgado, entre otras. (Lafayette, s.f.) Es decir, la tecnología textil ha llegado a nuestro país desde antes de la pandemia, y con los nuevos requerimientos se ha hecho uso de ellas.

El estudio de moda Nino es un precursor de la moda tecnológica y la fabricación digital, se puede observar en los trabajos de Nino la implementación de impresión 3D, textiles tecnológicos entre otros, aunque la tecnología no es una realidad latente en Ecuador, marcas como Nino nos acercan cada vez más. (Nino, s.f.)

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

El ser humano a raíz de acontecimientos que suscitan a diario, se ve obligado a cambiar su comportamiento; en esta ocasión, el impacto en las tendencias de consumo surge desde el reciente virus Covid – 19. Según (Consumer Engagement, 2021) como efecto de la reciente pandemia el consumismo se ve envuelto entre lo emocional y lo organizativo. La nueva normalidad ha marcado diferentes prioridades y por ende nuevas formas de vida, los consumidores han pasado por un reciente cambio, que, si bien ha sido traumático y mortal, también han surgido consecuencias positivas como la priorización de lo realmente importante, que se desencadena en la mayor parte de la forma de consumir.

La priorización de las emociones exige cambios estrictos, las marcas deben trabajar desde la empatía, los consumidores han pasado por una ola de hiperconectividad y digitalización forzosa, las formas de consumos deben ser más fáciles y tolerables, en el caso de sitios web deben simplificar el proceso de compra y la saturación de productos. Las marcas de moda deben tener presente que los consumidores no son los mismos, que día a día las exigencias crecen, por ello, la implementación del respeto a la salud mental debe primar, el consumidor aprecia y premia las marcas que se preocupan por entregar productos de calidad y que priorizan el respeto a la diversidad en todos los aspectos. En la actualidad el consumidor tiene un gran poder, mediante las redes sociales una marca puede ser posicionada por sus prácticas éticas como puede ser destituida por el incumplimiento de buenas prácticas ya sean medioambientales, sociales, entre otras.

El gran cambio de la forma de consumir se ha palpado a nivel global, la crisis económica ha sido parte de la priorización de comprar lo necesario, además el consumo local se ha incrementado, con el objetivo de crear una economía local que beneficiará a todos los involucrados.



### 3.1.3. Segmentación del mercado potencial

*Tabla 2.*

*Variables demográficas*

<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
<b>Nacionalidad</b>	Todas las nacionalidades
<b>Sexo</b>	Masculino y Femenino
<b>Edad</b>	25 a 35 años de edad

*Tabla 3. Variables socio económicas*

<b>VARIABLES SOCIO ECONÓMICAS</b>	
<b>Nivel socio económico</b>	Medio, medio alto y alto
<b>Educación</b>	Tercer nivel
<b>Ocupación</b>	Estudiantes, emprendedores, empleados públicos o privados
<b>Ingresos</b>	Entre \$800 a \$5000

*Tabla 4. Variables geográficas*

<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>	
<b>Continentes</b>	América del Sur América del Norte Europa
<b>Países</b>	Ecuador (Cuenca, Guayaquil, Quito) Estados Unidos Alemania Francia España

**Tabla 5.**

*Variables psicográficas*

<b>VARIABLES PSICOGRÁFICAS</b>	
<b>Personalidad</b>	Indagador y activo
<b>Estilo de vida</b>	Aventurera y libre, inquietud de conocer nuevas culturas.
<b>Gustos</b>	Prendas elaboradas con procesos artesanales

**Tabla 6.** *Variables conductuales*

<b>VARIABLES CONDUCTUALES</b>	
<b>Lealtad de marca</b>	Menos productos, más calidad
<b>Beneficios buscados</b>	Productos que sean empáticos con el consumidor y el medioambiente.  Cliente satisfecho por una buena atención y requerimientos a tiempo.

### **Descripción del mercado objetivo**

El grupo objetivo está integrado por mujeres y hombres de 25 a 35 años de edad, son personas que visitan sitios turísticos de Cañar, por ello, su nacionalidad es diversa. El continente América del Sur, América del Norte o Europa son de manera general la procedencia de este grupo objetivo; en cuanto a la capacidad de pago es media y alta debido a la diversidad de este grupo. La personalidad de estos hombres y mujeres es indagadora y activa, mantienen un estilo de vida libre y aventurero, atraídos por las culturas andinas, por sus prácticas y productos que sacian la vista por su contenido vistoso, colorido y texturizado. Los requerimientos de este grupo objetivo son productos que tengan una historia detrás, la manifestación de la cultura debe estar presente y clara en

dichos productos. Finalmente, una buena experiencia basada en la atención que necesita y cumplir con los requerimientos a tiempo.

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

El sector textil y confección aporta cerca del 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas para evitar los contagios de covid-19 le generaron fuertes estragos. En el 2020 el sector cayó en -9,9% entre enero y septiembre, mientras las ventas se redujeron en -40% entre marzo y diciembre. Junto a ello se perdieron más de 10 mil empleos formales de enero a agosto del 2020. Ante esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva. (Revista Gestión, 2021)

Tras la crisis sanitaria el sector textil y de moda ha tenido significativas pérdidas y ha sido el más afectado del sector industrial, la caída del sector se ha vivido en Ecuador y todo el mundo, por ello la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador AITE y la Corporación de Exportaciones e Inversiones han creado un Plan de Mejora Competitiva, en el que se pretende internacionalizar los productos ecuatorianos, logrando crear un mayor número de empleos y de inversión, todo esto se debe potenciar con las exportaciones previstas.

El sector artesanal inmiscuido en el sector textil y de moda ha tenido el mismo impacto, puesto que a raíz de la pandemia el turismo ha tenido un declive considerable, al igual que las pérdidas, muchos artesanos han abandonado sus prácticas artesanales por la baja rentabilidad de la artesanía. La nueva normalidad trae nuevas esperanzas, puesto que a pequeños pasos pero seguros se está recuperando este sector, al igual que muchos otros.

En la provincia Cañar el sector textil es considerado la tercera actividad generadora de ingresos, es decir no es la principal fuente económica de la provincia. Dentro de este sector se desarrolla la confección de prendas de indumentaria obtenidas mediante procesos artesanales. Según (Solano, 2017) el 76,37% de las 139 empresas que pertenecen a cuatro cantones de la provincia manejan esta actividad como negocio unipersonal, el 19,23% son

empresas de tipo familiar y el 8% son empresas dedicada a las fabricación de cueros y productos similares.

La producción de las empresas que constituyen el análisis en su mayoría tienen un volumen de producción de 1 a 20.000 productos anuales, Solano mediante estos números llega a la conclusión que no existe una industria textil en la provincia. (Solano, 2017) Es así que, se determina que en el mercado de referencia no existe saturación de competencia en lo que respecta una industria textil.

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

En el cantón Cañar de la provincia de Cañar existen un mercado artesanal amplio, pero, se debe determinar el lugar de procedencia de estos productos artesanales, a través de un street vision se ha podido establecer que la gran mayoría de productos existentes en el mercado artesanal de Cañar proceden de otras etnias ecuatorianas, y que en menor cantidad se comercializa productos artesanales de manos cañaris. Rebeca Pichisaca es de las contadas artesanas que realiza productos artesanales con fines comerciales fuera de la comunidad.

A través de la investigación se pudo determinar que Asirik Design es la única marca establecida que propone prendas de moda incorporando procesos artesanales de la cultura Cañari. Concluyendo que el índice de saturación es mínimo.

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

Para el análisis estratégico de la competencia, se consideró únicamente la marca Asirik Design, ya que, la marca mencionada es la única posicionada en el mercado y que desarrolla prendas comerciales incorporando procesos artesanales de la cultura Cañari.

## Asirik Design

### *Figura 16.*

*Asirik Design*



*Nota.* Tomada de Asirik Design, s.f.,  
([https://www.instagram.com/asirik\\_design/?hl=es-la](https://www.instagram.com/asirik_design/?hl=es-la))

Marca de ropa y accesorios que fue creada

a por la diseñadora y ahora directora creativa Sandra Angamarca, quién es oriunda del cantón El Tambo de la provincia de Cañar. Angamarca menciona que en su infancia tuvo gran influencia artesanal y artística de parte de sus abuelos, quienes eran artesanos. Encaminada por la idea de crear y preservar la cultura Cañari, se aventura a través de textiles, formas y colores a crear nuevas prendas que contengan procesos artesanales como el bordado. Maneja una tipología de prendas simples y elegantes que destacan el maravilloso bordado colorido dándole un gran plus a las prendas con esencia Cañari. (San Antonio de las Reales Minas de Hatun Cañar , s.f.)

Asirik entre su tipología de prendas maneja blusas, vestidos, faldas, y accesorios como bolsos, collares y mascarillas. En cuanto a las estructuras de las prendas son sencillas con el objetivo de realzar el bordado manual que contiene cada una de estas. Los precios de las blusas son de \$65, pero varía según el diseño, en cuanto a los accesorios como collares tiene un precio de \$15 y faldas en aproximadamente \$50. (Asirik Design, s.f.)

## **Análisis interno**

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

Los recursos tienen gran relevancia para la construcción de un proyecto, pues son los medios que nos llevarán a hacer realidad cada fase propuesta. Para este proyecto es necesario el uso de recursos humanos, económicos, materiales y tecnológicos.

#### **Recursos humanos**

Los recursos humanos son parte importante para el desarrollo de este proyecto, por ello, se contará con un tutor guía, quién ha sido asignado por la afinidad y experiencia en el tema abordado, además un docente encargado de impartir la asignatura denominada Desarrollo de Proyectos, con la finalidad de explicar los pasos a seguir para desarrollar y culminar el presente trabajo. Además, es necesaria la colaboración de artesanos integrantes de la comunidad Quilloac, quienes contribuirán con información clave para cumplir el objetivo del proyecto, adicional serán actores que ayuden con el desarrollo del producto físico final.

#### **Recursos económicos**

En lo que respecta a la inversión necesaria para el presente proyecto se necesita la cantidad de \$4000 para poder ejecutar la colección mediante una producción en serie, la cantidad establecida es un recurso económico propio, y será utilizado para el desarrollo de las actividades planificadas, como: el traslado del autor del proyecto hacia la comunidad Quilloac, la adquisición de materiales e insumos necesarios para la fabricación de abrigos, además, la remuneración a artesanos quienes colaboran con mano de obra para la elaboración de prototipos finales, finalmente el pago salarial al personal de diseño, corte

y confección. Cabe aclarar que a medida que la producción crezca se considerará que la adquisición de presupuesto se obtendrá mediante una institución financiera.

### **Recursos materiales**

La sección de recursos materiales requiere de proveedores claves para la adquisición de textiles e insumos. A través de un análisis de proveedores, se ha establecido que los materiales se adquirirán en las tiendas textiles Monte Carlo, San Alfonso y Lira, para la adquisición de insumos se ha establecido el bazar Zalamea, en caso de requerir otro proveedor de insumos se dispone de Lira. En lo que respecta la intervención artesanal, el artesano es quien en su mayoría contará con el material necesario, en ciertos casos de necesitar otras alternativas se establece a Maquiced como proveedor de hilos para el tejido y a bazar Zalamea para la adquisición de mullos y perlas. Todas las tiendas textiles y bazares mencionados están ubicados en la ciudad de Cuenca.

### **Recursos tecnológicos**

Los recursos tecnológicos tienen gran relevancia, pues, son necesarios de inicio a fin, por ello, es necesario un computador para la redacción e investigación necesaria para el desarrollo del proyecto, un teléfono celular que será de gran ayuda para comunicarse con los artesanos de la comunidad Quilloac, también capturar fotografías como evidencia de las actividades de recolección de datos; y finalmente el uso de maquinaria de confección y maquinaria manual que el artesano disponga.

#### **3.1.8. Análisis Cadena de valor**

Una empresa necesita ser competitiva para mantenerse en el mercado, para esto, se requiere identificar todas las actividades que se realiza dentro de la misma, con el fin de “comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales”, todo este proceso parte de la herramienta de análisis llamada Cadena de Valor. El término VALOR en el sentido competitivo “es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona, es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y a las unidades que se pueda vender. La cadena de valor despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen.” (Gómez, s.f.)

Para el desarrollo de la cadena de valor es necesario analizar una empresa mediante una estructura en forma de gráfico, planteada por el profesor de la Escuela de Negocios de Harvard Michael Porter, consta de una serie de actividades denominadas actividades de valor que se dividen en 2 tipos. Las actividades primarias especifican “la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta.” (Gómez, s.f.) Y las actividades de apoyo proporcionan “insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa”, además son actividades que apoyan a las actividades primarias y existe un soporte mutuo. A continuación, se puede visualizar el gráfico de análisis de la Cadena de Valor.

**Tabla 7.**

*Cadena de valor*

<b>Actividades de soporte</b>	<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>					<b>MARGEN</b>
	Financiación, planificación, relación con inversores					
	<b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS</b>					
	Reclutamiento, Capacitación, Sistema de Remuneración					
	<b>DESARROLLO DE TECNOLOGÍA</b>					
Diseño de productos, investigación de mercado						
<b>COMPRAS</b>						
Componentes, maquinaria, publicidad, servicios						
<b>Actividades primarias</b>	<b>LOGÍSTICA INTERNA</b>	<b>OPERACIONES</b>	<b>LOGÍSTICA EXTERNA</b>	<b>MARKETING Y VENTAS</b>	<b>SERVICIOS POST VENTAS</b>	
	Almacenamiento de materiales, recepción de datos, acceso de clientes.	Montaje, fabricación de componentes, operaciones de sucursal	Procesamiento de pedidos, manejo de depósitos, preparación de informes	Fuerza de ventas, promociones, publicidad, exposiciones, presentaciones de propuestas	Instalación, soporte al cliente, resolución de quejas, reparaciones	

*Nota.* Tomada de Gómez, s.f.,

([https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53833097/Cadena\\_de\\_Valor-with-cover-page-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53833097/Cadena_de_Valor-with-cover-page-))



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

El eslabón de investigación y desarrollo está compuesto por dos puntos que proporcionan los principios necesarios para el desarrollo de una colección de indumentaria. En este caso, partiendo de lo anteriormente analizado, es decir, los procesos artesanales de la comunidad Quilloac y los diferentes elementos simbólicos que usan en su desarrollo, se procede al planteamiento de un tablero de actitud o moodboard, el cual consta de una serie de elementos gráficos y textuales, en los cuales se podrá visualizar colores, materiales y texturas a manera de collage, los elementos estarán determinados por una inspiración, concepto o idea. (Sánchez, 2019)

El perfil del consumidor se determina a partir de ciertas características que contengan un cierto grupo al cual está dirigido la colección de indumentaria a desarrollar. En este caso, en base a la información recopilada en las investigaciones anteriores, el perfil de consumidor muestra una personalidad exploradora y gustosa en conocer la cultura a través de los productos comercializados en los destinos turísticos, por lo tanto, las propuestas tienen que estar encaminadas hacia la demostración de la cultura Cañari a partir del trabajo artesanal de la comunidad Quilloac inmerso en las colecciones de indumentaria.

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

La propuesta del presente proyecto cuenta con dos procesos, el primero es el desarrollo artesanal de partes establecidas de las prendas, lo cual estará encargado por los artesanos de la comunidad Quilloac, y el segundo proceso será el que finalice la prenda, es decir el armado que contiene la parte artesanal de la prenda con la combinación de bases textiles. Por lo tanto, para el proceso artesanal no se requiere ningún material, puesto que, los artesanos portan material y entregan lo requerido con el material incluido.

Para la segunda fase de las prendas, los materiales, insumos, marquillas y etiquetas serán adquiridos en la ciudad de Cuenca, porque se puede encontrar una amplia variedad de colores, tipos de textiles y precios de lo requerido en comparación a la provincia de Cañar.

### **3.1.11. Eslabón de producción**

En el eslabón anterior describimos que el proceso productivo de las prendas pertenecientes a la colección de indumentaria del proyecto contiene dos fases, en la primera fase se planteará el trabajo de un número suficiente de artesanos, quienes puedan cubrir el desarrollo de las prendas necesarias, la gestión con los grupos de artesanos y con los artesanos independientes será fundamental para lograr una producción.

En cuanto a la segunda fase se requiere de una maquila, que concluirán la prenda, es decir, la fusión entre la parte artesanal de las prendas y las bases textiles utilizadas, más los insumos en el caso de ser necesario. Por último, se contará con una bodega de almacenamiento y una sección para empaquetado.

### **3.1.12. Eslabón de comercialización**

Este eslabón debe contener un plus, porque se necesita que el consumidor conozca el producto final y lo termine adquiriendo. Por ello, se han planteado diferentes estrategias de comercialización, una de ellas es contar con una tienda física de la empresa, inicialmente en el cantón Cañar por el atractivo turístico principal como es el Complejo Arqueológico Ingapirca, en esta tienda se exhibirán todos los productos y adicional se pretende proyectar información de cómo han sido hechas las prendas, mediante fotografías y videos de los procesos artesanales. Además, la participación en ferias artesanales, expo ferias, dentro y fuera de la provincia, serían un gran difusor de la empresa.

Por otra parte, la divulgación en sitios virtuales, como las redes sociales serán claves para los consumidores que no puedan visitar la tienda física. Por último, el desarrollo de las colecciones de indumentaria de la empresa se realiza conjuntamente con los artesanos, quienes cuentan con un taller donde manufacturan sus productos, se planteará una propuesta denominada Recorrido Artesanal, consistirá en la visita por parte de los consumidores a los artesanos en sus respectivos talleres, quienes tendrán la oportunidad de demostrar y vender el trabajo que realizan, muy aparte del que desempeñan para la empresa. Este recorrido tendrá un valor adicional, el cuál una cierta parte está destinado a los artesanos visitados; con todos lo mencionado se pretende la atracción de

consumidores con la finalidad de que consuman los productos de indumentaria propuestos.

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Estudio de público objetivo**

Para el desarrollo del presente proyecto se requiere el estudio del público objetivo, mismo que, mediante encuestas y entrevistas se podrá desarrollar. Las encuestas estarán destinadas a turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, mismo que se tomó como referencia por ser el sitio con mayor afluencia en el cantón Cañar; por otro lado, las entrevistas están direccionadas a los artesanos de la comunidad Quilloac, quienes deben estar activos en sus prácticas.

##### **4.1.1. Encuesta**

Con la aplicación de la encuesta que está dirigida a los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, se pretende conocer el comportamiento de los turistas frente a las artesanías o prendas que se comercializan en sitios turísticos. Las encuestas serán aplicadas indistintamente, pues, buscan determinar el rango de edad y género del grupo objetivo. Además, se busca constatar las preferencias en lo que respecta las prendas que serán parte de la propuesta de la colección de indumentaria, detalles de las prendas como la tipología, los materiales, los insumos, los factores determinantes de compra son algunas de las preguntas que se realizaran con el objetivo de diseñar la colección con mayor asertividad para el grupo objetivo.

##### **4.1.2. Entrevista**

#### **Entrevista semiestructurada**

En la entrevista semiestructurada también se decide de antemano qué tipo de información se requiere y en base a ello – de igual forma- se establece un guion de preguntas. No obstante, las cuestiones se elaboran de forma abierta lo que permite recoger información más rica y con más matices que en la entrevista estructurada. (Folgueiras, pág. 3)

Los artesanos de la comunidad Quilloac serán los entrevistado para de conocer sobre el trabajo artesanal que realiza este grupo, además, los procesos, técnicas, herramientas y materiales que utilizan para elaborar sus productos.

#### **4.1.3. Modelo de encuesta y/ entrevista**

##### **Modelo de encuesta**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA**

**Encuestador/a:** Jennyfer Jimenes

##### **Dirigido**

A los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca.

##### **Objetivo**

Obtener información sobre el comportamiento de los turistas frente a los productos artesanales.

##### **Instrucciones**

- Lea detenidamente cada pregunta
- Seleccione su respuesta

##### 1. Edad

\_\_\_\_\_ 15 a 25 años

\_\_\_\_\_ 25 a 35 años

\_\_\_\_\_ 35 a 45 años

\_\_\_ 45 a 55 años

2. Género

\_\_\_ Femenino

\_\_\_ Masculino

\_\_\_ Otro

3. Cuando realiza visitas a lugares turísticos ¿suele comprar artesanías?

\_\_\_ Si

\_\_\_ No

4. ¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?

\_\_\_ Prendas de vestir (buzos, chompas, bufandas, gorros)

\_\_\_ Accesorios (manillas, collares, llaveros)

\_\_\_ Adornos (cuadros de pintura, objetos de cerámica)

\_\_\_ Ninguna

5. ¿Qué tipo de cualidades necesita tener una artesanía para que usted la adquiriera?

Ser:

\_\_\_ Económica

\_\_\_ Novedosa

\_\_\_ Representativa del lugar

\_\_\_ Funcional (tenga un uso determinado)

\_\_\_ Ninguna

6. ¿Qué tipo de prenda indumentaria le gustaría adquirir como recuerdo de la visita al Complejo Arqueológico Ingapirca?

\_\_\_ Chaqueta

\_\_\_ Abrigo

\_\_\_ Buso

Camiseta

Poncho

7. ¿Qué factor determinaría adquirir una prenda indumentaria de este sitio turístico?

Calidad

Precio

Innovación

Estética

Funcionalidad

Comodidad

8. ¿Le gustaría que la prenda de indumentaria elegida lleve bolsillos?

Si

No

9. ¿Qué sistema de oclusión le gustaría que tenga la prenda de indumentaria?

Cierre

Botones

Velcro

Broches

Ninguna

**Modelo de entrevista**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA**

**Entrevistador/a:** Jennyfer Jimenes

**Fecha:**

**Dirigido**

A los artesanos de la comunidad Quilloac - Cañar.

**Objetivo**

Obtener información acerca del trabajo artesanal que se realiza en esta comunidad.

**Datos del encuestado**

Nombre:

1. ¿Qué tipo de artesanía desarrolla?

---

---

2. ¿Cuáles son los procesos que desarrolla para obtener sus productos?

---

---

3. ¿Cuáles son las técnicas que utiliza?

---

---



4. ¿Qué materiales usa en su práctica artesanal?

---

---

5. ¿Cuáles son los elementos simbólicos que emplea sus productos?

---

---

6. ¿Qué tiempo tarda en concluir su trabajo?

---

---

7. ¿Cuál es el precio de sus productos?

---

---

8. ¿En qué lugar comercializa sus productos?

---

---

9. ¿Cuál es su opinión acerca de las artesanías de la comunidad Quilloac?

---

---

10. ¿Estaría dispuesto a diversificar sus productos con el fin?

---

---

11. ¿Cuáles cree que serían los beneficios de diversificar sus productos?

---

---

## **4.2. Selección de la muestra**

### **4.2.1. Población**

#### **Población Diana – Artesanos de la comunidad Quilloac**

Los artesanos de la comunidad Quilloac encajan en el tipo de población diana, porque se definen según se requiera en el proyecto y los objetivos del mismo.

#### **Población finita – Turistas que visitan el complejo Arqueológico Ingapirca**

La población conformada por los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, se les considera como población finita, pues, se conoce el número específico de los mismos. En el año 2019, el Complejo Arqueológico Ingapirca recibió un total de 131.848 turistas y visitantes. (Álvarez, 2022)

### **4.2.2. Muestra**

#### **Muestra de los artesanos de la comunidad Quilloac**

##### **Cálculo de muestra**

El cálculo de muestra respecto a la entrevista a los artesanos de la comunidad Quilloac es de 5 encuestas, esto se determina debido a que se considera una cantidad considerable para extraer la información necesaria y porque se ha determinado como un muestreo por conveniencia y se establece desde los requerimientos del proyecto.

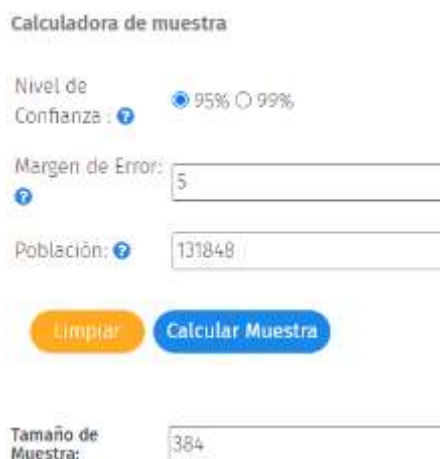
En el caso de la muestra de los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, al ser un muestreo accidental se determina manejar 100 encuestas, puesto que, de la misma manera que las entrevistas es un número considerable para poder recaudar una información concisa. Además, se ha establecido este número por las medidas de seguridad que rigen en la actualidad por el Covid – 19.

#### **Muestra de los turistas que visitan el complejo Arqueológico Ingapirca**

**Población:** 131.848 turistas en el año 2019

**Figura 17.**

*Cálculo de la muestra*



The image shows a web-based sample size calculator interface. At the top, it is titled "Calculadora de muestra". Below the title, there are three input fields: "Nivel de Confianza" with radio buttons for 95% (selected) and 99%; "Margen de Error" with a text input field containing the value 5; and "Población" with a text input field containing the value 131848. Below these fields are two buttons: a yellow "Limpiar" button and a blue "Calcular Muestra" button. At the bottom of the interface, there is a "Tamaño de Muestra" label and a text input field containing the calculated value 384.

El cálculo de muestra se gestionó mediante la página web llamada Question Pro, para el desarrollo del cálculo se estableció un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, para la población se añadió el total de 131.848, que es el número de visitantes del Complejo Arqueológico Ingapirca en el año 2019. El resultado del tamaño de muestra añadiendo todos los datos mencionados es de 384, mismo que se redujo a 100 por temas de seguridad y consideración de cantidad aceptable.

#### **4.2.3. Criterios de muestra**

- Artesanos
- Artesanos que estén vigentes en sus prácticas artesanales.
- Artesanos que comercialicen sus productos en el complejo arqueológico Ingapirca.
- Turistas que suelen adquirir artesanías en los sitios turísticos que visitan.
- Turistas que suelen comprar productos indumentarios.

#### **4.2.4. Unidades de observación y/o unidades de análisis**

##### **Unidad de observación**

Artesanos de la comunidad Quilloac – Cañar

En la unidad de observación se ha determinado a los artesanos de la comunidad Quilloac, porque se necesita conocer sobre el trabajo artesanal que realiza este grupo, además, todos los procesos, técnicas, herramientas y materiales que implica para llegar a los productos finales.

### **Unidad de análisis**

Turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca

Los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca han encajado en la unidad de análisis, ya que, en este caso se requiere conocer el comportamiento de los turistas frente a las artesanías, es decir, si suelen comprar artesanías cuando visitan destinos turísticos o qué tipo de artesanías prefieren, entre otros.

#### **4.2.5. Tipo de muestreo**

##### **Muestreo no probabilístico**

##### **Muestreo Accidental: Turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca**

El muestreo accidental se ha establecido para la muestra de la población denominada turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, porque este muestreo se desarrollará en un sitio determinado que, en este caso es el Complejo Arqueológico Ingapirca, y se realizará indistintamente a turistas que estén visitando el sitio.

##### **Muestreo por conveniencia: Artesanos de la comunidad Quilloac**

El muestreo por conveniencia se aplica cuando el autor necesita decidir quienes forman parte de este tipo muestra por algún interés específico, con el fin de cumplir los objetivos del proyecto. Para los artesanos de la comunidad Quilloac se ha determinado la aplicación de un muestreo por conveniencia, puesto que, son necesarios para adquirir información para el desarrollo del proyecto.

### **4.3.Técnicas de estudio**

#### **4.3.1. Cualitativas**

##### **Enfoque cualitativo de investigación**

La investigación cualitativa se enfoca en obtener información no numérica, como definiciones, cualidades entre otras, de un tema en específico. Para la aplicación de este enfoque se determinó el uso de la entrevista, misma que está dirigida a artesanos de la comunidad Quilloac, con el fin de extraer información necesaria para el desarrollo del presente proyecto.

El formato de entrevista contendrá interrogantes para saber el tipo de práctica que realizan los artesanos entrevistados, se busca indagar sobre como desarrollan su trabajo, también cuales son los materiales que utilizan, las técnicas y herramientas, además, que tiempo emplean y el valor de los mismos, entre otros.

#### **4.3.2. Cuantitativas**

##### **Enfoque cuantitativo de investigación**

Se entiende por investigación cuantitativa la obtención de información numérica. Para el presente proyecto es de suma importancia aplicar esta técnica de estudio mediante la herramienta denominada encuesta. La encuesta está dirigida a los visitantes propios y extraños del Complejo Arqueológico Ingapirca, con la finalidad de recabar información que ayude en el transcurrir del proyecto.

Con la aplicación de las encuestas se determinará el grupo objetivo y sus preferencias, dado que, dentro de su formato existen interrogantes de género, edad, preferencias de prendas y artesanías, tipología de prendas, detalles y cualidades determinantes de compra.

### **4.3.3. Metodología**

#### **Metodología proyectual – Bruno Munari**

El método proyectual de Bruno Munari se define como un método lineal que establece una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. Además, se establece que, en el campo del diseño tampoco es correcto diseñar sin método, pensar de forma artística buscando en seguida una idea sin hacer previamente un estudio para documentarse sobre lo ya realizado en el campo de lo que hay que proyectar, si saber con qué materiales construir una cosa, sin precisar bien su exacta función.

Munari plantea partir del problema, ya que considera que contiene todos los elementos para su solución. Todo problema es susceptible de descomponerse en pequeños problemas, de tal manera que se puedan solucionar parcialmente.

#### **Aplicación**

El método proyectual de Bruno Minari contiene 10 fases que serán aplicadas para el desarrollo de la colección de indumentaria, a continuación, se detalla el proceso correspondiente a cada fase.

#### **Fases**

##### **1. Problema**

Se establece como problema del presente proyecto la escasa comercialización del trabajo artesanal de la comunidad Quilloac en el mercado comercial, dando paso a la inmersión de otras culturas o etnias en el mercado local.

##### **2. Definición del problema**

La falta de competitividad en las artesanías de la comunidad Quilloac ha declinado el sector artesanal, en la actualidad el trabajo artesanal no resulta una práctica rentable, lo

que ha llevado al abandono del mismo, por ello se requiere reactivar dicho sector innovando en diseño y oferta de sus productos.

### **3. Componentes del problema**

Artesanías, comunidad Quilloac – Cañar, competitividad, mercado, innovación, diseño, oferta.

### **4. Recolección de datos**

La recolección de datos nos ayudará a entender cómo está el panorama donde se pretende incursionar con el presente proyecto, es así que el análisis de antecedentes y el marco teórico contienen información que contribuirá para la conceptualización de la propuesta, de la misma manera el análisis estratégico de marcas referentes, aspiracionales y visionarias ayudan con información para saber quiénes ya han desarrollado un proyecto similar a este, como lo están haciendo y cuantos existen. Al investigar la marca visionaria se puso constatar que solo existe una marca registrada que trabaja con procesos artesanales de la cultura Cañari.

Se requiere la recolección de información de las prácticas artesanales, lo cual nos permitirá conocer cuales se encuentran vigentes, como se desarrollan, que materiales se usan, los costos y las herramientas que emplean entre otros. Además, mediante encuestas se pretende recolectar información para plantear el grupo objetivo y determinar gustos y preferencias, por ejemplo: tipología de prendas, detalles, entre otros.

### **5. Análisis de datos**

Para este acápite en base a la recolección de datos planteada en el punto anterior, en el caso de la entrevista se plantee una triangulación de datos, con el fin de organizar toda la información y llegar a conclusiones que servirán para el desarrollo del proyecto, por ejemplo, se considera la aplicación de bordado manual y tejido en telar en la propuesta son prácticas con mayor vigencia.

En la encuesta se ejecutó una interpretación de datos con el fin de obtener una conclusión de cada pregunta, es así que se establece el grupo objetivo de género femenino

y masculino de 25 a 35 años, y demás información que se detallan en la conclusión de la encuesta. Así mismo se tiene información respecto a la cultura Cañari y a la comunidad Quilloac, los símbolos y colores que manejan, entre otros.

Finalmente, se define la tendencia Enmendar, misma que es apta para incorporar en la propuesta de la colección.

## **6. Creatividad**

Mediante el análisis de toda la información obtenida se debe tomar decisiones sobre qué es lo que se va a incorporar en la propuesta, es así que mediante paneles creativos o moodboards se recopila la información tanto del perfil de usuario como de la tendencia. Los moodboards sirven como guía para el desarrollo de la propuesta, en este caso, el resultado son bocetos de una colección de abrigos.

## **7. Materiales y tecnología**

Al establecer la colección de abrigos y en base a la triangulación de datos se establece la incorporación de tejido en telar y bordado manual, en lo que respecta la parte artesanal. En cuanto a los materiales, se establece el manejo del textil paño para los abrigos con el forro correspondiente, los insumos como botones se han establecido según el requerimiento del grupo objetivo. Lo mencionado se detalla en cada boceto de la propuesta.

## **8. Experimentación**

Para la etapa de experimentación mediante los bocetos de la propuesta se desarrolla una encuesta dirigida al grupo objetivo con el propósito de determinar las prendas de la colección de abrigos. Es así que se define 3 abrigos para masculino y 3 abrigos para el género femenino.

## **9. Modelos**

Al conocer las propuestas elegidas por el grupo objetivo se procede al desarrollo de fichas técnicas para posteriormente desarrollar la materialización de la colección.



## 10. Verificación

Finalmente, para la etapa de verificación como se nombre lo indica se verifica que los modelos concuerden con lo establecido. Es así que se ha cumplido con todas las fases de la metodología y se desarrolla un resultado de una colección de abrigos.

### Elaboración e interpretación de los datos

#### 4.3.4. Entrevista - interpretación de datos

*Tabla 8.*

*Matriz de análisis cualitativa*

<b>PREGUNTAS CENTRALES</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>	<b>ENUNCIADO</b>
¿Cómo diseñar una colección de indumentaria en la que se incorpore los procesos artesanales de la comunidad Quilloac?	CATEGORÍA 1 Técnico	Diseño de una colección	Diseño de una colección de indumentaria incorporando los procesos artesanales
		Procesos artesanales	Incorporar procesos artesanales a la colección de indumentaria.
¿Cómo generar estrategias para que los artesanos de la comunidad Quilloac acepten diversificar sus productos con el fin de reactivar la economía del sector?	CATEGORÍA 2 Social	Artesanos de la comunidad Quilloac	Identificar artesanos de la comunidad Quilloac que trabajen con tejido en telar.
		Comercialización	Incorporar estrategias de comercialización

**Tabla 9.**

*Triangulación de datos*

<b>TRIANGULACIÓN DE DATOS</b>			
<b>Variable / Pregunta</b>	<b>Artesano 1</b>	<b>Artesano 2</b>	<b>Artesano 3</b>
	<b>Santiago Guamán</b>	<b>Pedro Pichisaca</b>	<b>Rebeca Pichisaca</b>
<b>¿Qué tipo de artesanía desarrolla?</b>	Desarrolla fajas y cinturones tejidos en telar de cintura.	Desarrolla ponchos amarrados en telar.	Desarrolla cobijas, bufandas, ponchos y telas de bayeta tejidas en telar de pedal, cuadros bordados y muñecos con vestimenta cañari.
<b>¿Cuáles son los procesos que desarrolla para obtener sus productos?</b>	En el caso de usar lana de borrego, se inicia trasquilando el borrego con tijeras para obtener la lana, luego se procede a cardar la lana, el hilado será el siguiente paso, después se lava la lana con agua caliente y jabón, el siguiente proceso es teñir, se usa anilina del color deseado, además se usa orina y plantas para fijar el teñido, posteriormente se debe ovillar el hilo para	En el caso de usar lana de borrego, se inicia trasquilando el borrego con tijeras para obtener la lana, luego se procede a cardar la lana, el hilado será el siguiente paso, después se lava la lana con agua caliente y detergente, el siguiente proceso es teñir, se usa anilina del color deseado, posteriormente se debe ovillar el hilo para finalmente tejer los ponchos amarrados.	En el caso de usar lana de borrego, se inicia trasquilando el borrego con tijeras para obtener la lana, luego se procede a cardar la lana, el hilado será el siguiente paso, después se lava la lana con agua caliente y jabón, el siguiente proceso es teñir, se usa anilina del color deseado, posteriormente se debe ovillar el hilo para finalmente tejer las cobijas, bufandas o el producto deseado.

	<p>finalmente tejer las fajas y los cinturones.</p> <p>En el caso de usar lana de alpaca, primero se procede a comprar la misma para posteriormente realizar el mismo proceso que se emplea en la lana de borrego.</p> <p>Y si se desea emplear hilo orlón, simplemente se debe comprar los colores deseados y pasar directamente al proceso de tejido.</p>	<p>En el caso de usar lana de alpaca, primero se procede a comprar la misma para posteriormente realizar el mismo proceso que se emplea en la lana de borrego.</p>	<p>En el caso de usar lana de alpaca, primero se procede a comprar la misma para posteriormente realizar el mismo proceso que se emplea en la lana de borrego.</p>
<p><b>¿Cuáles son las técnicas que utiliza?</b></p>	<p>Tejido en telar de cintura y cosido en máquina recta.</p>	<p>Tejido en telar de pedal y cosido en máquina recta.</p>	<p>Tejido en telar de cintura, bordado manual y cosido en máquina recta.</p>
<p><b>¿Qué materiales usa en su práctica artesanal?</b></p>	<p>Se emplea lana de borrego, lana de alpaca y orlón.</p> <p>En el caso de los cinturones se requiere cinturones para sobreponer el tejido.</p>	<p>Se emplea lana de borrego, lana de alpaca e hilo brillante.</p>	<p>Se emplea lana de borrego, lana de alpaca, orlón, hilo poliéster y el cuerpo base para los muñecos.</p>

<b>¿Cuáles son los elementos simbólicos que emplea en sus productos?</b>	Los elementos que se emplean son las figuras de la naturaleza, símbolos cañaris, incas y religiosos.	Los elementos que se emplean son las figuras de la naturaleza, símbolos cañaris, incas y religiosos.	Los elementos que se emplean son las figuras de la naturaleza, símbolos cañaris, incas y religiosos.
<b>¿Qué tiempo tarda en concluir su trabajo?</b>	Depende el largo y el material, las fajas y cinturones tardan 15 días aproximadamente.	Depende el tamaño del poncho, si este es pequeño tarda de 3 a 4 días y los ponchos grandes de 5 días a 1 semana.	Depende el producto que se desarrolle y el material, mientras más delgado este sea se emplea más tiempo, en el caso de las cobijas se tarda 2 días, las bufandas 1 día, los ponchos 1 semana aproximadamente, los cuadros 4 días y los muñecos 2 días.
<b>¿Cuál es el precio de sus productos?</b>	El precio de las fajas oscila desde \$120 a \$150 y los cinturones desde \$50 a \$70.	El precio de los ponchos de lana de alpaca cuesta \$120, en el caso de los ponchos grandes de lana de borrego cuestan desde \$250 a \$300.	El precio de las cobijas es de \$50, las bufandas cuestan \$5, los ponchos \$150, los cuadros \$30 y los muñecos \$25.
<b>¿En qué lugar comercializa sus productos?</b>	La comercialización se realiza desde el taller ubicado en el domicilio.	La comercialización se realiza desde el taller ubicado en el domicilio.	La comercialización se realiza desde el taller ubicado en el domicilio.

<b>Variable / Pregunta</b>	<b>Artesano 4</b>	<b>Artesano 5</b>	<b>Síntesis Integral</b>
	<b>Rosa Elena Pomavilla</b>	<b>Vicenta Guamán</b>	

<b>¿Qué tipo de artesanía desarrolla?</b>	Desarrolla polleras bordadas a mano con mullos.	Desarrolla polleras bordadas a mano con mullos y cintas	Los productos de artesanía más desarrollados son las fajas, ponchos y polleras bordadas.
<b>¿Cuáles son los procesos que desarrolla para obtener sus productos?</b>	El proceso del desarrollo de una pollera inicia en el requerimiento del cliente, según el diseño y colores se prepara los distintos mullos, cintas y el matizado, después se procede a bordar el contorno inferior de la pollera.	El proceso del desarrollo de una pollera inicia en el requerimiento del cliente, según el diseño y colores se prepara los distintos mullos, cintas y el matizado, después se procede a bordar el contorno inferior de la pollera.	Los procesos más empleados son desde la adquisición de la lana de borrego y alpaca.
<b>¿Cuáles son las técnicas que utiliza?</b>	Bordado manual	Bordado manual	La técnica más empleada es el tejido en telar.
<b>¿Qué materiales usa en su práctica artesanal?</b>	Se emplea mullos de distintos colores y tamaños, cintas de colores, además hilo poliéster.	Se emplea mullos de distintos colores y tamaños, cristales, cintas de colores, además hilo poliéster.	Los materiales más utilizados son el hilo de lana de borrego y alpaca, además el hilo sintético.
<b>¿Cuáles son los elementos que</b>	Las figuras más utilizadas son zigzag,	Las figuras que se utiliza son elementos de la	Los elementos más utilizados son figuras

<b>emplea en sus productos?</b>	flores, macetas y pavos.	y naturaleza y símbolos cañaris, por ejemplo, se emplea las mariposas, pavos, culebras, macetas, rosas, flores y zigzag.	provenientes de la naturaleza, símbolos cañaris, incas y religiosos.
<b>¿Qué tiempo tarda en concluir su trabajo?</b>	Las polleras de bordado ancho tardan 1 semana y las polleras de bordado delgado 1 día y medio.	Las polleras de bordado ancho tardan 2 días y las polleras de bordado delgado 1 día.	El tiempo para culminar un producto puede durar entre 1 día hasta 15 días.
<b>¿Cuál es el precio de sus productos?</b>	El precio de las polleras con bordado ancho van desde \$90 a \$120, en el caso del bordado delgado cuestan desde \$25 a \$35.	El precio de las polleras tiene un valor desde \$60 a \$150.	El rango de precio de los productos es desde \$5 a \$250.
<b>¿En qué lugar comercializa sus productos?</b>	La comercialización se realiza desde el taller ubicado en el domicilio y redes sociales.	La comercialización se realiza desde el taller ubicado en el domicilio y redes sociales.	La comercialización más frecuente es desde el taller ubicado en el domicilio.

#### **4.3.5. Encuesta - interpretación de datos**

La encuesta está dirigida a turistas que visitan destinos turísticos del cantón Cañar y El Tambo, el Complejo Arqueológico Ingapirca tiene mayor afluencia de turistas, por ello, se ha tomado en cuenta como destino turístico referencial, se ha realizado 100 encuestas a turistas en el destino anteriormente mencionado.

**Pregunta 1.**

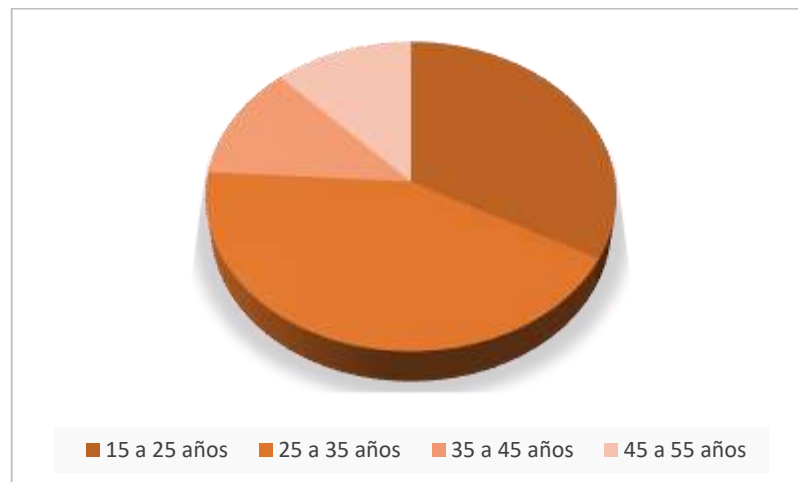
**Tabla 10.**

Edad

Opciones	Porcentaje
15 a 25 años	33%
25 a 35 años	43%
35 a 45 años	12%
45 a 55 años	12%

**Figura 18.**

*Edad*



**Análisis:** Los datos obtenidos reflejan que el 43% de turistas tiene un rango de edad de 25 a 35 años, el 33% lo ocupan los turistas de 15 a 25 años y en porcentajes menores personas de 35 a 55 años de edad.

**Interpretación:** Conocer la edad del usuario es fundamental para la elaboración y asertividad de la propuesta, ya que determinará gustos y preferencias acorde a la edad, según el análisis planteado el mayor número de visitantes tiene entre 25 a 35 años, dejando como resultado el rango de edad del usuario.

**Pregunta 2.**

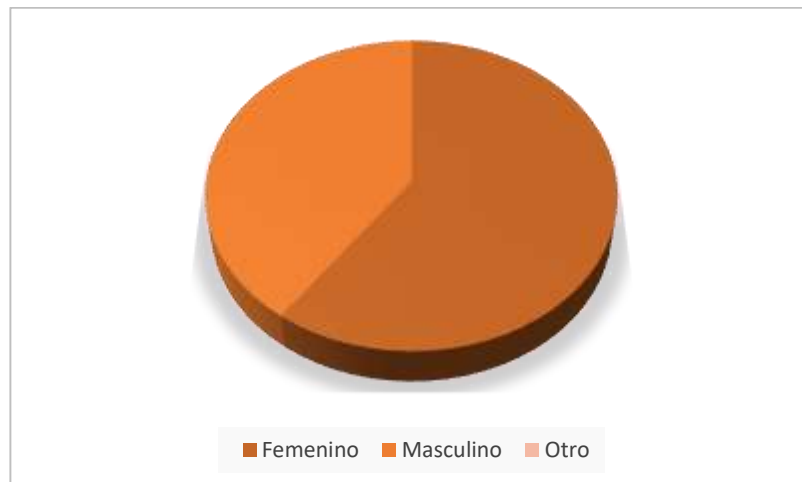
*Tabla 11.*

*Género*

Opciones	Porcentaje
Femenino	60%
Masculino	40%
Otro	0%

*Figura 19.*

*Género*



**Análisis:** Según la base de datos el mayor número de turistas pertenece al género femenino cubriendo un 60%, el género masculino toma el segundo lugar con un porcentaje del 40%.



**Interpretación:** Según el análisis podemos observar que el destino turístico Ingapirca recibe más visitantes del género femenino, sin embargo, se trabajará con los dos géneros, puesto que la diferencia entre los porcentajes es el 10 %.

**Pregunta 3.**

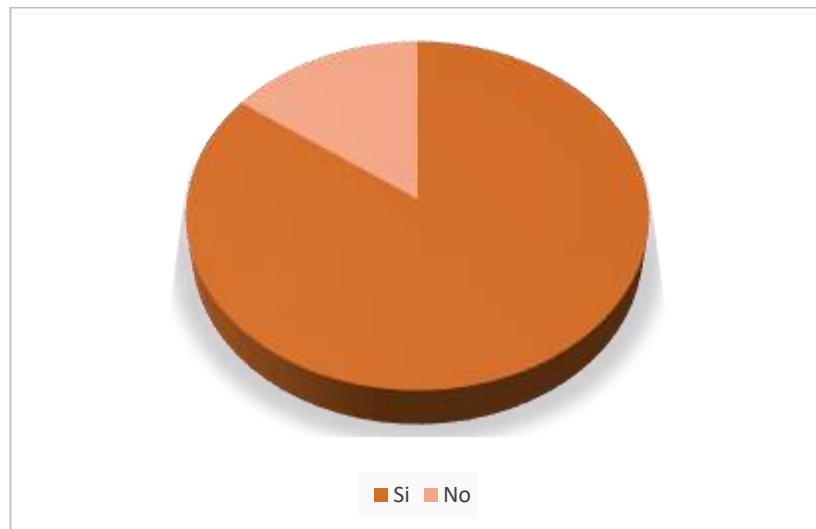
**Tabla 12.**

*Cuando realiza visitas a lugares turísticos ¿suele comprar artesanías?*

Opciones	Porcentaje
Si	85%
No	15%

**Figura 20.**

*Cuando realiza visitas a lugares turísticos ¿suele comprar artesanías?*



**Análisis:** Los resultados determinan que un 85% de los turistas que visitan lugares turísticos suelen comprar algún tipo de artesanía y el 15% no suele hacerlo.

**Interpretación:** En base al análisis de datos se puede evidenciar que un 85% de las turistas adquieren artesanías en los destinos turísticos que visitan, lo cual deja como resultado la factibilidad del proyecto.

**Pregunta 4.**

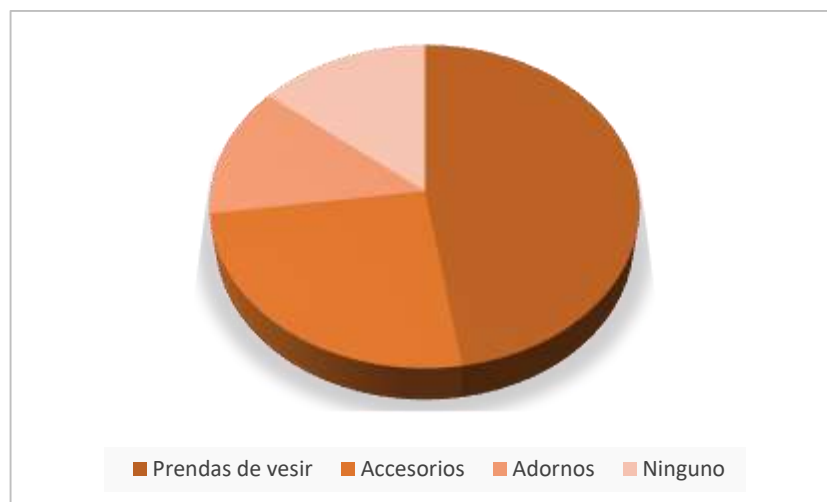
*Tabla 13.*

*¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?*

Opciones	Porcentaje
Prendas de vestir	47,50%
Accesorios	25,30%
Adornos	13,10%
Ninguno	14,10%

*Figura 21.*

*¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?*



**Análisis:** Se observa que el 47,50% de los turistas encuestados adquieren prendas de vestir en las visitas a lugares turísticos, el 25,30% prefieren accesorios, los adornos son la opción de un 13,10% de turistas y en un 14,10% no adquieren ninguna artesanía.

**Interpretación:** Los datos revelan el 47,50% de los turistas tienen preferencia a adquirir prendas de vestir, lo cual determina que las prendas de la propuesta de la colección de indumentaria estarían en las primeras opciones de compra de los turistas.

### **Pregunta 5.**

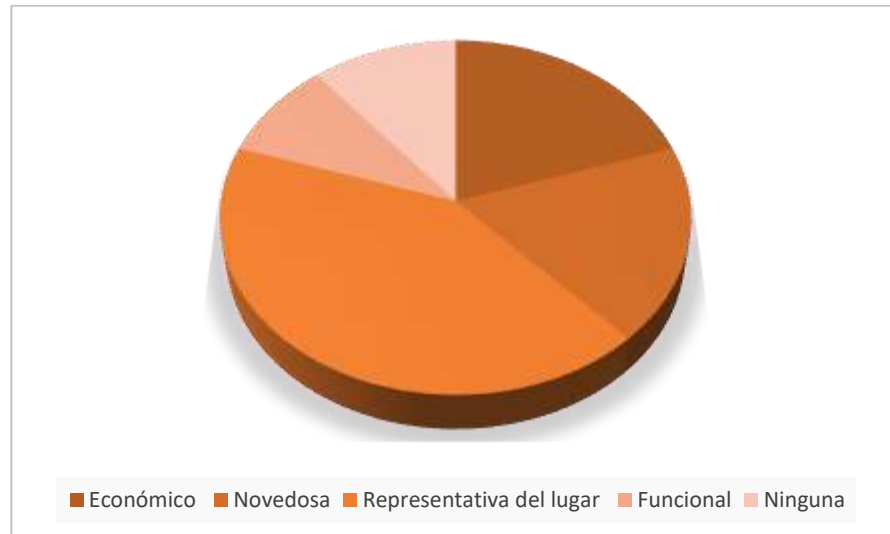
**Tabla 14.**

*¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?*

<b>Opciones</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Económico</b>	20%
<b>Novedosa</b>	18%
<b>Representativa del lugar</b>	42%
<b>Funcional</b>	9%
<b>Ninguna</b>	11%

**Figura 22.**

*¿Qué tipo de artesanías suele adquirir?*



**Análisis:** De los 100 encuestados el 42% prefiere que una artesanía sea representativa del lugar, el 20% de los turistas determinan como cualidad principal el bajo precio, una artesanía novedosa lo prefieren un 18%, la cualidad funcional cubre el 9% y el 11% de los turistas prefiere la opción ninguna.

**Interpretación:** De acuerdo al análisis de datos, se observa que el mayor número de turistas prefieren las artesanías alusivas al lugar turístico, por lo tanto, la implementación de procesos artesanales de la comunidad Quilloac en las prendas de la colección planteada, será un factor que cumpla con el requerimiento de los turistas y, por ende, la adquisición de las prendas será posible.

**Pregunta 6.**

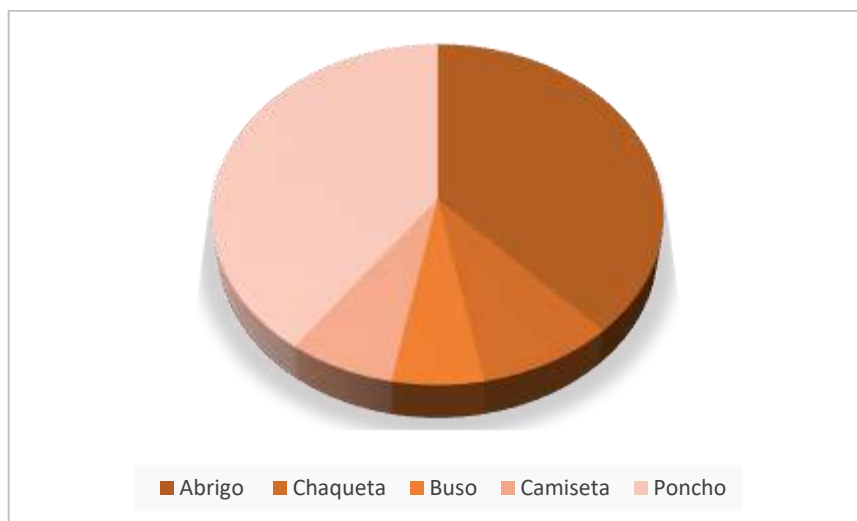
**Tabla 15.**

*¿Qué tipo de prenda de indumentaria le gustaría adquirir como recuerdo de la visita del Complejo Arqueológico Ingapirca?*

Opciones	Porcentaje
Abrigo	38%
Chaqueta	9%
Buso	6%
Camiseta	7%
Poncho	40%

**Figura 23.**

*¿Qué tipo de prenda de indumentaria le gustaría adquirir como recuerdo de la visita del Complejo Arqueológico Ingapirca?*



**Análisis:** En un 40% a los turistas les gustaría adquirir un poncho como recuerdo de la visita del Complejo Arqueológico Ingapirca, el 38% prefiere un abrigo, y en porcentajes menores eligen chaqueta, buso y camiseta.

**Interpretación:** Según el análisis de datos el mayor número de turistas destacan como primeras opciones el poncho y el abrigo para adquirir en el Complejo Arqueológico Ingapirca, a raíz de estos resultados, se descarta la prenda poncho, y se plantea el abrigo como prenda a elaborar en la propuesta, cumpliendo así, con la diversificación de productos de artesanías cañaris.

**Pregunta 7.**

*Tabla 16.*

*¿Qué factor determinaría adquirir una prenda de indumentaria de este sitio turístico?*

<b>Opciones</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calidad</b>	31%
<b>Precio</b>	14%
<b>Innovación</b>	13%
<b>Estética</b>	15%
<b>Funcionalidad</b>	7%
<b>Comodidad</b>	20%

**Figura 24.**

*¿Qué factor determinaría adquirir una prenda de indumentaria de este sitio turístico?*



**Análisis:** Los resultados obtenidos evidencian que el 31% de los turistas encuestados eligen el factor calidad, el 20% la comodidad, el 15% la estética, el 14% el precio, el 13% la innovación y tan solo el 7% la funcionalidad.

**Interpretación:** Al analizar los datos se puede evidenciar que la calidad es el mayor factor determinante para la adquisición de una prenda de indumentaria en el Complejo Arqueológico Ingapirca, además, la comodidad se encuentra en la segunda opción de los turistas. De esta manera se establece que las prendas planteadas en la propuesta deberán contener estos dos factores.

**Pregunta 8.**

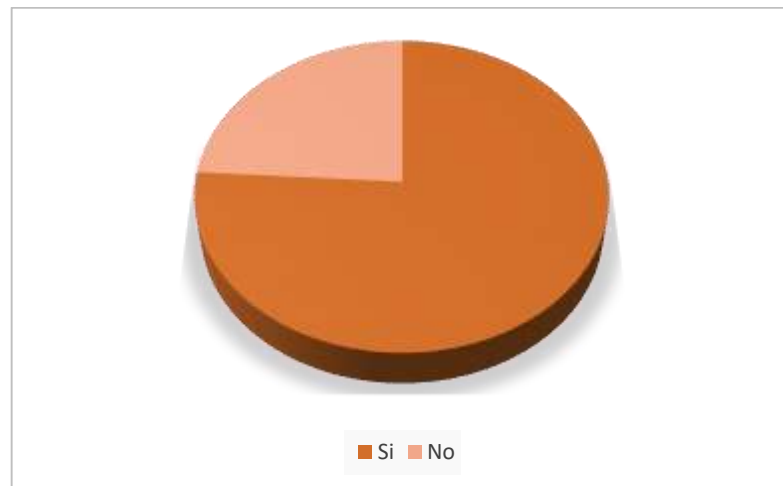
**Tabla 17.**

*¿Le gustaría que la prenda de indumentaria elegida lleve bolsillos?*

Opciones	Porcentaje
Si	76%
No	24%

**Figura 25.**

*¿Le gustaría que la prenda de indumentaria elegida lleve bolsillos?*



**Análisis:** El 76% de los encuestados han elegido la opción si y el 24% la opción no.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que un 76% de los turistas prefieren las prendas con bolsillos, de esta manera se establece que las prendas propuestas deben tener bolsillos como requerimiento del usuario.



**Pregunta 9.**

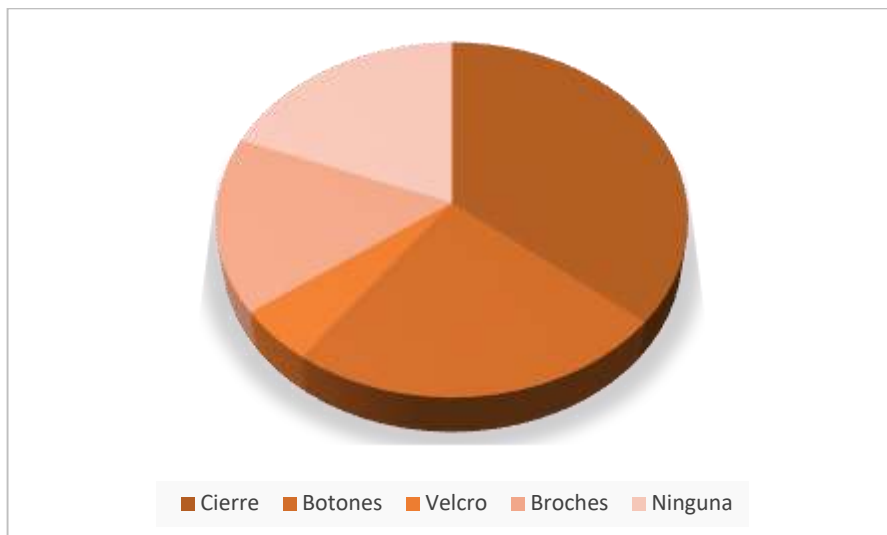
**Tabla 18.**

*¿Qué sistema de oclusión le gustaría que tenga la prenda de indumentaria elegida?*

Opciones	Porcentaje
Cierre	36%
Botones	24%
Velcro	5%
Broches	16%
Ninguna	19%

**Figura 26.**

*¿Qué sistema de oclusión le gustaría que tenga la prenda de indumentaria elegida?*



**Análisis:** Según los resultados recopilados el 36% de los turistas eligen el cierre, el 24% los botones, el 19% no prefieren ningún sistema de oclusión, el 16% los broches y tan solo el 5% el velcro.

**Interpretación:** El 36% de los encuestados prefiere el cierre como sistema de oclusión y el 24% prefiere los botones, con una diferencia de 12% y siendo las primeras dos opciones más requeridas, se establecer tomar en cuenta estos sistemas de oclusión en el planteamiento de propuestas.

#### **4.3.6. Conclusiones**

##### **Conclusión de la entrevista**

En base a lo detallado se puede concluir que, los productos de artesanías de la comunidad Quilloac con mayor producción son las fajas, ponchos y polleras bordadas, así mismo, los procesos que se desarrollan para conseguir dichos productos se dan desde la adquisición de materia prima, en el caso de utilizar fibras naturales, se emplea el trasquilado, teñido e hilado. Además, la técnica artesanal mayor utiliza dentro del grupo de encuestados es el tejido en telar, y emplean materiales naturales como lana de borrego y alpaca, y materiales sintéticos como el hilo de poliéster. En cuanto al manejo de elementos simbólicos los artesanos optan por el uso de figuras provenientes de la naturaleza, símbolos cañaris, incas y religiosos; el tiempo para culminar estos productos oscila de 1 día hasta 15 días, todo dependerá del tamaño y dificultad del producto. Finalmente, el rango de precio de los productos es desde \$5 a \$250 y la comercialización más frecuente entre este grupo es desde el taller ubicado en el domicilio.

##### **Conclusión de la encuesta**

Se concluye que en base a la encuesta realizada a 100 visitantes del complejo Arqueológico Infagirca, se obtuvieron datos que se consideran directrices para construir la propuesta. Para cada pregunta se desarrolló un análisis de respuestas y una interpretación que consta de establecer la respuesta con mayor porcentaje la que se incorporará a la propuesta final. El rango de edad del grupo objetivo es de 25 a 35 años,

así mismo la propuesta estará planteada para el género femenino y masculino. Los encuestados evidencian que al visitar lugares turísticos adquieren artesanías, mismas que en su mayoría son prendas de vestir alusivas al lugar turístico. Una de las preguntas que se realizó y es determinante para la propuesta es sobre la tipología de prendas que prefiere el grupo objetivo, el poncho fue la opción que obtuvo el mayor puntaje, cabe aclarar que la segunda opción con mayor puntaje es la tipología de abrigo, mismo que se eligió, puesto que, de este segundo no se conoce propuestas en el mercado comercial. Además, se establece el manejo de detalles como bolsillos, botones y que prevalezca la comodidad.

## CAPÍTULO V

### TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

#### 5.1. Cronograma de producción

El cronograma de producción es una herramienta que detalla sistemáticamente las actividades y tiempos que requiere una prenda o producción de indumentaria, cada proceso se desarrolla en diferentes departamentos o áreas de la empresa. La producción inicia desde la fase investigativa, luego pasa al diseño, producción y finalmente post producción.

**Tabla 19.**

*Cronograma de producción*

<b>CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>ETAPA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>TIEMPO HORAS</b>
<b>PRE PRODUCCIÓN</b>	Investigación	Definición de inspiración y de elementos de diseño como colores, siluetas, etc.	30
	Diseño	Desarrollo y definición de la propuesta de colección.	40
<b>PRODUCCIÓN</b>	Abastecimiento de materia prima	Adquisición de materiales e insumos necesarios.	30
	Patronaje	Elaboración de patrones y marcada de las prendas de la colección.	30
	Mano de obra artesanal	Ejecución de mano de obra artesanal requerida en la colección.	160
	Corte	Corte de los patrones que en las bases textiles.	30
	Confección	Confección de las prendas de la colección.	80

<b>POST PRODUCCIÓN</b>	Acabados	Pulido y planchado de las prendas.	40
	Fotografías	Sesión fotográfica para la promoción de la nueva colección.	30
	Empaquetado	Etiquetado y empaque de las prendas.	16
	Distribución	Distribución a la tienda física.	8
	Ventas	Envíos a los compradores virtuales.	Hasta agotar stock

## 5.2. Control de calidad

Este eslabón llamado control de calidad es necesario en todos los procesos que requiera la construcción de un producto o servicio, trata de un “conjunto de técnicas y procedimientos de que se sirve la dirección para orientar, supervisar y controlar todas las etapas mencionadas hasta la obtención de un producto de la calidad deseada.” (Hansen & Ghare, 1990)

El control de calidad de una empresa no solo es requerido en el proceso productivo, si no debe ser de principio a fin, es decir, debe estar presente desde la etapa pre productiva hasta la post producción. La implementación del control de calidad tiene como objetivo “mejorar la calidad y la productividad, y reducir los costos.” (Hansen & Ghare, 1990)

**Tabla 20.**

*Control de calidad*

<b>CONTROL DE CALIDAD</b>	
<b>ETAPA</b>	<b>DETALLE</b>
<b>PRE PRODUCCIÓN</b>	Investigación de fuentes confiables para definir las bases del diseño, además. Desarrollo del diseño con bases fundamentadas en el consumidor. Preparación de fichas técnicas, detallar las especificaciones necesarias como color, materiales e insumos, además especificación de piezas en mano de obra artesanal.
<b>PRODUCCIÓN</b>	Revisión de inventario de materiales e insumos. Adquisición de materiales e insumos necesarios. Verificación de moldería. Mano de obra artesanal de artesanos calificados. Verificación de materiales e insumos a utilizar, colores o acabados del textil. Revisión de prendas confeccionadas.
<b>POST PRODUCCIÓN</b>	Fotografías a cargo de un profesional fotográfico. Revisión de cada producto, debe estar pulido, además debe contar con las respectivas etiquetas para la posterior distribución y venta.

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

Para la producción que requiere un producto, es necesario el uso de diferentes maquinarias y el buen uso de las mismas, en el siguiente cuadro se especificará cada equipo o maquinaria que requiere cada actividad en cada etapa.

**Tabla 21.**

*Cuadro de recursos*

<b>CUADRO DE RECURSOS</b>		
<b>ETAPA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>PRE PRODUCCIÓN</b>	Investigación	Computador
	Diseño	Impresa
		Material de oficina
		Libros y material visual
		Software de diseño
<b>PRODUCCIÓN</b>	Abastecimiento de materia prima	Textiles e insumos
	Patronaje	Papel para moldería
	Corte	Mesas de corte
	Acabados	Cortadora industrial
		Tijeras
<b>POST PRODUCCIÓN</b>	Empaquetado	Mesa de empaquetado
	Distribución	Estantería
	Ventas	Smartphone

#### **5.4. Requerimientos de mano de obra**

Para el presente proyecto requiere personal para cada área, con el fin de garantizar el trabajo óptimo de las colecciones de indumentaria de la empresa, además, se necesita los servicios de personal externo.

**Tabla 22.**

*Requerimientos de mano de obra*

<b>REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA</b>	
<b>PERSONAL</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Diseñador de textil e indumentaria</b>	Desarrollo de investigación y diseño
<b>Artesanos</b>	Mano de obra artesanal requerida
<b>Cortador</b>	Corte de piezas de las prendas
<b>Maquila</b>	Confección de las prendas

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

La seguridad en una empresa es necesaria tanto para empleados como empleadores, porque evitará diversos accidentes que se pueden suscitar por el uso de maquinarias o el desarrollo de diferentes actividades. Para el presente proyecto se ha tomado medidas para precautelar la seguridad de los integrantes de la empresa y del medio ambiente.

#### Área de trabajo

En la empresa existen diversas áreas de trabajo, por lo cual, es necesario contar con algunos implementos de seguridad como botiquines y extintores.

- Oficinas con buena temperatura, iluminación y ambiente en general.
- Señalética de áreas, información de áreas o implementos peligrosos.
- Seguridad en estanterías, con el fin de evitar caídas del personas, textiles e insumos.
- Implementos necesarios en el área de corte como guantes, una mesa fija y el trabajo de personal calificado.
- Orden estricto en todas las áreas de trabajo.

#### Medio Ambiente



- Minimizar residuos en todas las etapas de fabricación del producto.
- Reutilización de mermas textiles o donación de las misma a empresas que lo requieran.
- Elección de proveedores con ética ambiental

## CAPÍTULO VI

### DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 6.1. Descripción del producto o servicio

Destinos turísticos como el Complejo Arqueológico Ingapirca, sitio referente en este proyecto, carecen de artesanías o productos elaborados por manos de artesanos cañaris, la propuesta surge como respuesta a la problemática observada, el objetivo es solventar el mercado que corresponde a los artesanos Cañaris, reactivando el trabajo artesanal, inmiscuyendo a las nuevas generaciones y generando actividad en la economía local.

Los productos de la propuesta están desarrollados en dos fases, la primera consta de mano de obra artesanal y la segunda de mano de obra industrial con el fin de abaratar costos. La mano de obra artesanal está encargada por artesanos de la comunidad Quilloac, quienes manufacturarán las piezas necesarias de las prendas, por otra parte, para las demás piezas se pretende utilizar textil acorde a la tendencia a manejar.

Los abrigos serán prendas principales dentro de la tipología de prendas, además de diferentes complementos para completar los outfits, la inspiración surge de la cultura Cañari, por ello, los símbolos serán los protagonistas de esta propuesta.

## 6.2. Brain storming (lluvia de ideas)

Figura 27.

Brainstorming



La creación de ideas en las primeras fases de la investigación de diseño es una técnica útil para generar varias ideas para posteriormente profundizarlas y por ende aplicarlas según se requiera. En este caso se ha planteado una idea central denominada mano de obra artesanal, de la cual se han desplegado ideas como el origen, artesanías, materiales, herramientas, elemento simbólicos y colores.

Estas ideas desplegadas contribuirán al concepto de la propuesta de diseño, porque a partir de estas premisas se definirán elementos simbólicos como la culebra, la luna, el sol o el maíz, así mismo se establecerá el tipo de técnica artesanal que se implementará en la colección de indumentaria, la cromática se definirá en base a las definiciones culturales

del pueblo Cañari, además se despliegan materiales como hilo de lana de borrego, hilo de lana de alpaca, hilo sintético, y mullos, finalmente se cuentan con herramientas como el telar y la aguja para desarrollar los productos.

### **6.3. Perfil del cliente**

Mujeres y hombres de 25 a 35 años de edad, pertenecientes al continente América del Sur, América del Norte y Europa, con media y alta capacidad de pago. Se desempeñan profesionalmente en su vida laboral, además, son personas de espíritu libre, aventureros y amantes de las culturas, y valoran e adquieren productos artesanales.

Según Inexmoda existen 5 perfiles de consumidor y para el presente proyecto el consumidor Contemporáneo es el ideal, se caracteriza por surgir “de los cambios sociales, económicos y tecnológicos de las últimas décadas. Es original, auténtico y en permanente evolución, dinámico, multicultural y explorador constantes. En el espacio es casual e informal, busca espacios abiertos, tranquilos, muy iluminados, con arquitectura simple. Su alimentación es seleccionada y rica en vitaminas.” (PRENSA INEXMODA, 2014)

### 6.3.1. Moodboard del perfil del cliente

*Figura 28.*

*Moodboard del perfil del cliente*



## 6.4. Identidad de marca

### *Figura 29.*

#### *Identidad de marca*



Para la creación de la marca se tomó las letras A y T, mismas que son las primeras palabras con las cuales empieza la palabra ATEMPO. La Letra T se presenta en formato positivo, la letra A se presenta en estado negativo y esta a su vez realiza un corte a la silueta de la primera letra dándole la forma de una montaña, en la parte central que representa la zona andina, con todos estos parámetros se ha logrado formar perfectamente un monograma, en el cual, se maneja el balance perfecto y la simetría de las figuras. Como elemento adicional se ha colocado en la parte inferior la palabra completa ATEMPO, por ser una marca nueva en el mercado, se la maneja de esta manera, puesto que, a futuro al estar posicionada, se manejaría únicamente la parte icónica del monograma.

La marca tiene un estilo geométrico, se ha tomado como fuente de inspiración la cultura de los cañaris, ya que ellos manejan figuras geométricas en sus vestimentas, especialmente

en los bordados. De esta manera la marca transmite fuerza y carácter, además de mantener un estilo fresco y jovial.

Para la selección de la paleta cromática se ha seleccionado como fuente de inspiración las montañas andinas y la flora que abunda en ellas, tomando en cuenta que la mayor parte de las flores silvestres tienen tonalidades violetas. (Mejía, 2021)

#### 6.4.1. Manual de estilos

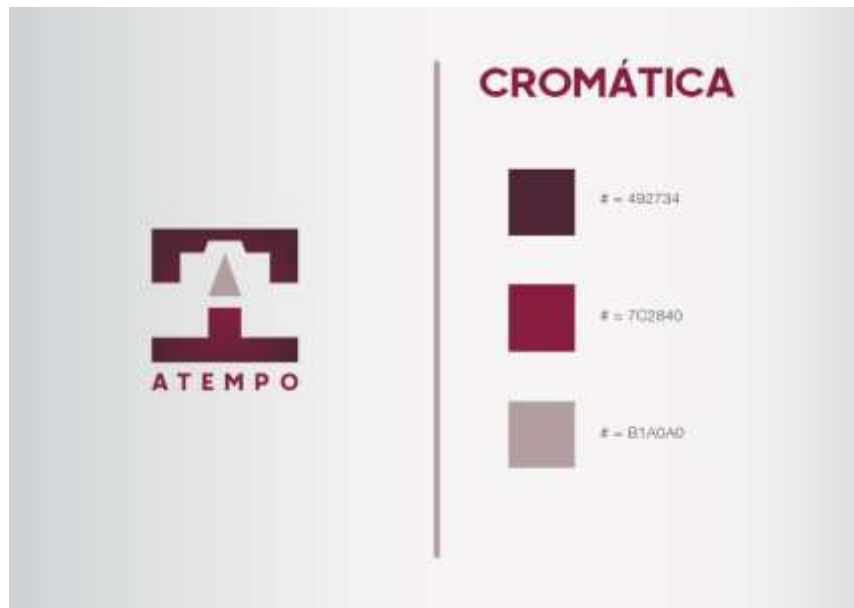
**Figura 30.**

*Manual de estilos*



**Figura 31.**

*Cromática*



**Figura 32.**

*Escala de grises*





**Figura 33.**

*Construcción y aplicación*



**Figura 34.**

*Área de protección*



## 6.4.2. Uso de la marca

**Figura 35.**

*Usos correctos*



**Figura 36.**

*Usos incorrectos*



**Figura 37.**

*Tipografía*



**Figura 38.**

*Control de proporción*



**Figura 39.**

*Tramas permisibles*



### 6.4.3. Aplicaciones

**Figura 40.**

*Aplicación tienda física*



**Figura 41.**

*Etiquetas*



**Figura 42.**

*Packaging*



**Figura 43.**

*Marquillas*



**Figura 44.**

*Agenda*



**Figura 45.**

*Aplicaciones*



### **6.5. Análisis de color de la propuesta**

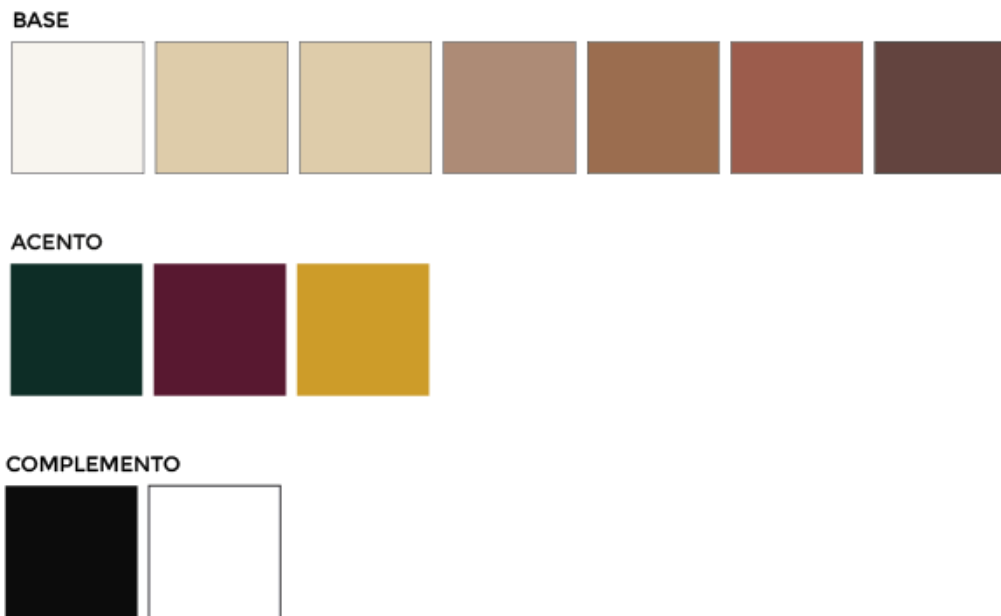
Para la propuesta planteada se ha determinado el uso de colores acorde a la tendencia Enmendar, la misma que propone una larga gama de tonos neutrales a pasteles que se presentan en combinaciones clásica y otoñales; además, se ha pensado la elección de los colores acento, en base a los significados de colores de la cultura Cañari. En cuanto a los colores base se han definido tonos terrosos que aluden la esencia otoñal de la colección, y para los tonos complemento se ha determinado tonos neutrales como el negro y el blanco que, de la misma manera que los colores acento son muy utilizados en la cultura Cañari. Los colores acento y complementos tienen los siguientes significados, según (Padrón, s.f.) el color amarillo, tiene un vínculo con el sol, el oro, la fuerza y la vitalidad; el color verde tiene relación con la buena producción y se vincula con el ámbito económico; el color violeta representa identidad cultural; la luna, la plata, la niebla, la pureza y la delicadeza son parte del color blanco y la oscuridad y duelo representa el color negro. Se han tomado en cuenta estos significados ya que los colores utilizados especialmente en los colores

acento pertenecen a las gamas cromáticas mencionadas, además, que se han podido observar el uso de estos colores en diversos productos artesanales Cañaris.

### 6.5.1. Paleta de color de la propuesta

**Figura 46.**

*Paleta cromática*



## 6.6. Tendencia: macrotendencia y tendencia

### 6.6.1. Macrotendencia

Las macrotendencias revelan a dónde se mueve el mundo a nivel de la esfera global, en base a sucesos, sociales, políticos económicos y ambientales. Inexmoda a través del equipo multidisciplinario debeló 4 macrotendencias para Otoño Invierno 2020 2021, para el presente proyecto se acopla la macrotendencia denominada NEOANCESTRALES.

NEOANCESTRALES conduce a conectar con nuestros ancestros, con el objetivo de redirigir la vida cotidiana, adoptando hábitos como vivir más lento para lograr una conexión con la esencia individual, y obtener sentido y propósito de la vida. “Una forma



de vida mística y serena embellecida a través de lo manual y los oficios resignificados a través de la tecnología. Una mezcla respetuosa para crear estados de lucidez y obtener experiencia de consciencia, claridad e inspiración para habitar el aquí y el ahora.” (Inexmoda, 2020)

La influencia de esta macrotendencia se enmarca en lo social y antropológico; se toma diferentes referentes tales como el deseo de conocer cómo estamos interconectados sin distinción alguna, el lovetuner denominado como silbato que resopla la frecuencia del amor, además, el surgimiento de la primera biblioteca indígena más grande de la historia con el fin de preservar las memorias de cuatro comunidades, y la utilización de CBD como medicina ancestral para mentes modernas son algunos de los referentes que guían esta macrotendencia.

### **6.6.2. Tendencia**

Fashion Snoops es una agencia de pronóstico de tendencias globales, realiza este trabajo con el objetivo de fomentar la creatividad e innovación en el área de diseño con la finalidad de crear productos más exitosos. Fashion Snoops ha decidido denominar a las tendencias como sentimientos culturales, puesto que, según el análisis que han desarrollado, se ha visto que el consumidor actual al momento de realizar una compra es motivado por una emoción o sentimiento. Para otoño invierno 2021 - 2022 esta agencia ha detectado 4 sentimientos culturales, de los cuales se ha planteado analizar y aplicar el sentimiento cultural ENMENDAR.

La tendencia ENMENDAR se centra en un tema multicultural y social, que prioriza el rediseño del concepto de valores, pretende un cambio de leyes, modificando lo que se ha creído por mucho tiempo que está bien. Enmendar el daño social engendrando una nueva moralidad, situando a los agresores como inmorales. Esta tendencia se torna inclusiva y proactiva, se visualiza a ciudadanos del mundo apoyando causas injustas, además la unión de empresas para crear fuerza social y sin competencia.

La tendencia enmendar plantea pilares del diseño como Calcular que incita a la reexaminación de lo que se hizo bien y mal en el pasado para detectar que no funcionó y cambiarlo; Legado y Nativo conduce a poseer el pasado y repensar el futuro, portar con

orgullo los elementos indígenas, tener un concepto familiar, hogareño, examinar el patrimonio y las costumbres.

En cuanto a cromática el color que representa a este sentimiento es el denominado worth o valía, es un tono dorado envejecido u oxidado. Además, se cuenta con tonos desde neutrales a pasteles que se presentan en combinaciones clásica y otoñales. Materiales que se utilizaban ancestralmente combinados con la tecnología es la predicción para el eslabón de materiales de este sentimiento cultural, además el toque decadente en textiles suntuosos. (Fashion Snoops, 2021)

**Figura 47.**

*Moodboard de tendencia Enmendar*



### **6.7. Concepto de la propuesta**

ARTECA es la colección planteada en el presente proyecto, término que contiene la unión de palabras claves Artesanos y Cañar, mismas que son protagonistas. La propuesta tiene como concepto el realce de los procesos artesanales de la cultura Cañari, específicamente de la comunidad Quilloac.

Conocer y valorar el trabajo artesanal de una comunidad de la Capital Arqueológica del Ecuador es el punto de partida de este proyecto, por ello, se ha planteado una colección de abrigos dirigidos al género masculino y femenino, los cuales contienen dos tipos de procesos artesanales, tejido en telar y bordado a mano con mullos, además, han sido pensados para diversas ocasiones de uso.

Elementos simbólicos importantes para la cultura Cañari han sido considerados para la presente colección, como por ejemplo la deidad culebra, la misma que está presente en los diseños de tejido y bordado.

## **6.8. Elementos del diseño**

### **6.8.1. Siluetas**

Se define como silueta de una prenda al contorno exterior de la misma. Existen diversas tipologías de prendas; en esta ocasión se ha considerado la silueta recta y la silueta semi ajustada. En cuanto a la silueta recta tiene la misma dimensión tanto en los hombros como en las caderas y no tiene ningún tipo de curvatura. La silueta se ajustada tiene leves curvaturas en zonas como la cintura y caderas, además que se considera un mínimo volumen en el pecho en el caso del género femenino.

#### ***Figura 48.***

*Silueta recta*



*Nota.* Tomada de Shopping, 2015, (<https://smoda.elpais.com/moda/shopping/30-abrigos-largos-la-prenda-de-la-temporada/>)

**Figura 49.**

*Silueta semiajustada*



*Nota.* Tomada de Fashiola, s.f., (<https://www.fashiola.es/mujer/ropa/abrigos-y-chaquetas/?mrk=filippa-k>)

**6.8.2. Proporción y línea**

La armonía en las prendas es muy importante ya que visualmente no generará ningún ruido, por ello, las proporciones deben ser equilibradas. Las prendas que comprenden la colección tienen en su mayoría simetría, y asimetría en minoría, en el caso del diseño de tejidos y bordados se puede encontrar el manejo de un elemento simbólicos que es la deidad culebra, distribuida de manera simétrica y reflejada, que se concluye a los planteado.

**6.8.3. Función**

La colección ARTECA tiene como objetivo suplir los requerimientos del grupo objetivo, a partir de la encuesta realizada se pudieron observar ciertas tendencias a detalles de las prendas y tipologías, las cuales fueron tomadas en cuenta en la presente colección. Además, la función de ARTECA es suplir a un nicho de mercado poco abastecido con mano de obra propiamente Cañari.

#### **6.8.4. Detalles**

Los detalles predominantes de la colección ARTECA son el tejido en telar y el bordado manual que contiene cada una de las prendas, siendo parte primordial de la prenda y la implantación del proceso artesanal de la comunidad Quilloac. Más adelante se detalla de mejor manera.

#### **6.8.5. Estilo**

El estilo se ha definido a partir de la marca Atempo que maneja el estilo casual urbano, mismo que tiene un balance entre lo casual y urbano, como su nombre lo indica, es decir, busca la informalidad, pero no el desarreglo en sí, y en cuanto a la comodidad se desprende de la parte urbana. Desde la marca Atempo se ha decidido manejar este estilo por su versatilidad, comodidad y adaptabilidad a diferentes ocasiones de uso.

#### **6.8.6. Tejido en telar y bordado manual**

La colección ARTECA tiene detalles como tejido en telar y bordado manual que son desarrollados por artesanos de la comunidad Quilloac – Cañar. La concepción de los diseños de los productos resultantes de mano de obra artesanal, está basada en lo que (Tenecota, 2013) incluye en sus tesis. Tenecota menciona que, en el sistema de operatorias de diseño en la cultura Cañari se encuentra de manera predominante la simetría y la repetición, mismas que fueron utilizadas en decoraciones para vasijas y textiles. Además, en uno de los capítulos de su tesis menciona la deidad culebra y expone una sustracción de esta figura, misma que se encontraba inmersa en una vasija Cañari. Para la presente propuesta se utilizó la sustracción de la deidad culebra para el proceso de diseño de las áreas de intervención artesanal de las prendas de la colección ARTECA.

**Figura 50.**

*Culebra*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

**Figura 51.**

*Culebra zig zag*



*Nota.* Tomada de Tenecota (2013)

## 6.9. Materiales e insumos

### 6.9.1. Moodboard de textiles e insumos

*Figura 52.*


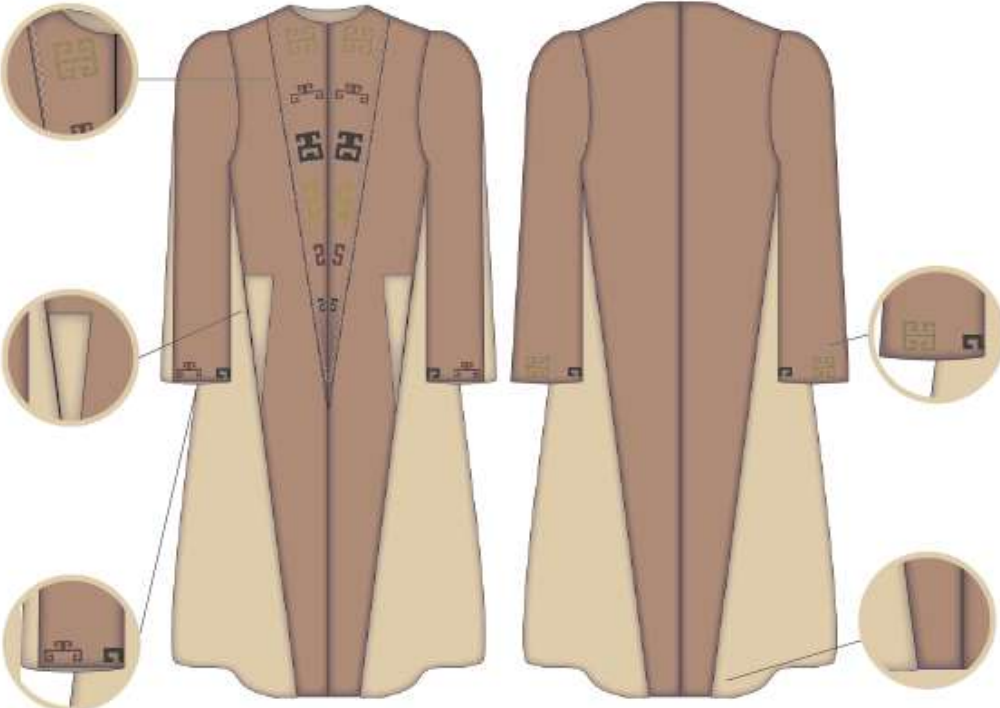
*Moodboard de textiles*



## 6.10. Bocetos


	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>		CÓDIGO AF01	
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	1
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	



	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>			CÓDIGO AF03
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	3
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - <b>M</b> - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo femenino con 2 textiles base, bordado manual y tejido artesanal.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	

	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>		CÓDIGO AF03	
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	3
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - <b>M</b> - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo holgado femenino con bordado con mullos y tejido en telar.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	

	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>			CÓDIGO AM01
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	4
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	

	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>			CÓDIGO AM02
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	5
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo masculino con cuello tejido en telar y detalles de bordado manual.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	



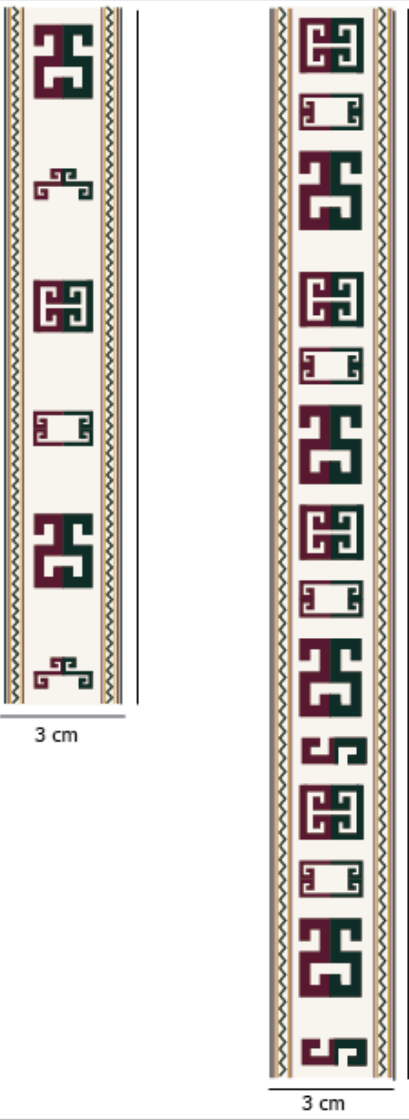
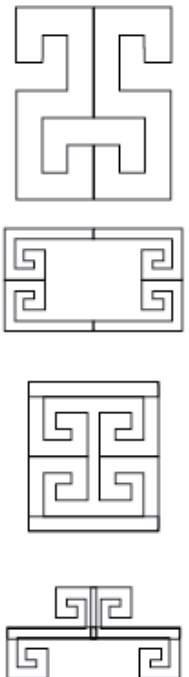

	<b>FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO</b>			<b>CÓDIGO</b> AM03
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	6
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 / 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo masculino con pecho tejido en telar y botones de mullos.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022	



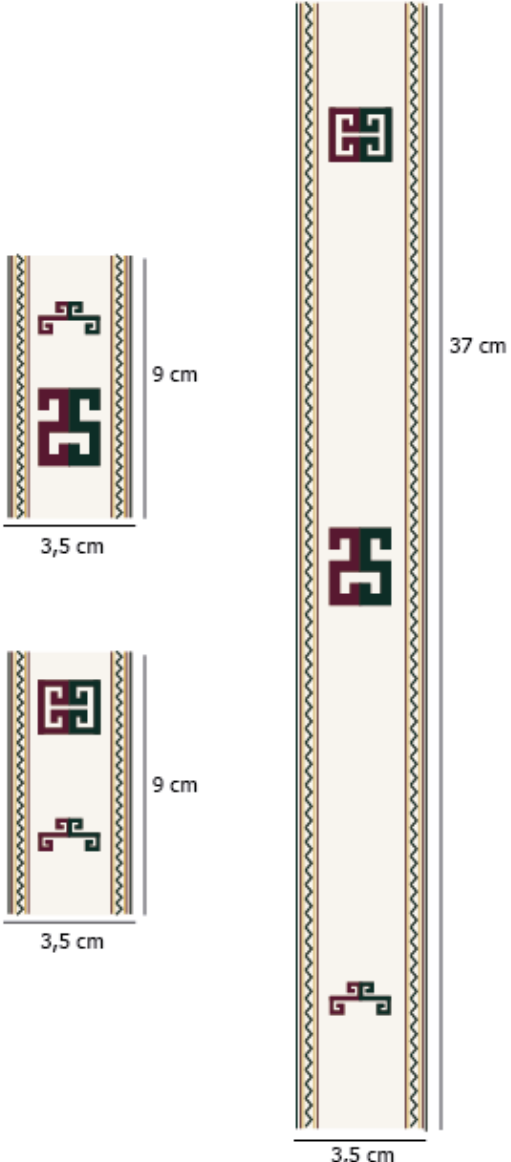
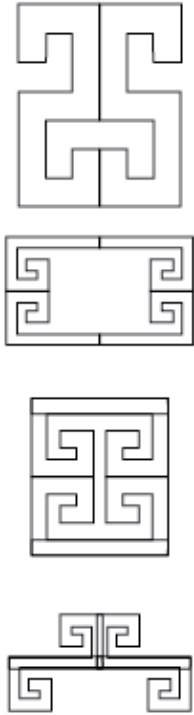

6.11. Ilustración



## 6.12. Fichas técnicas


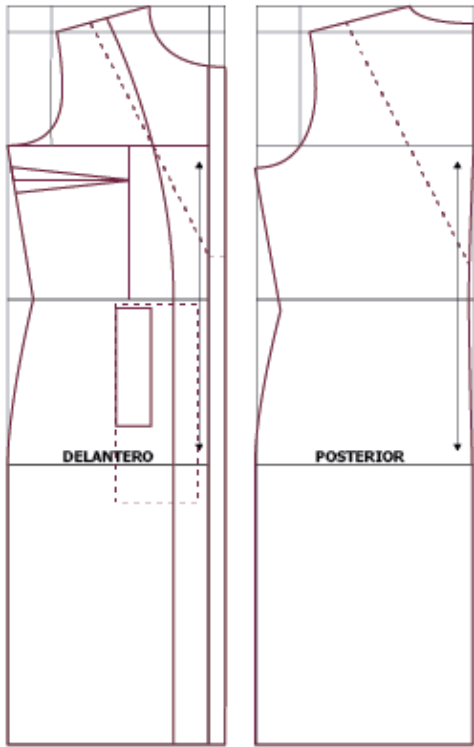
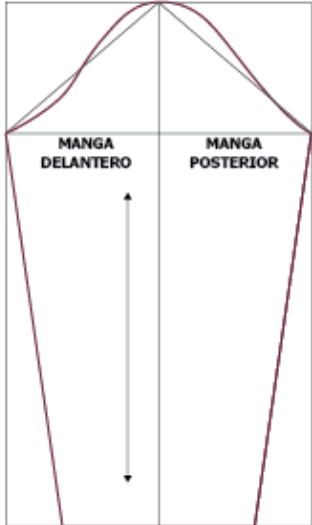


- Ficha de diseño de tejido


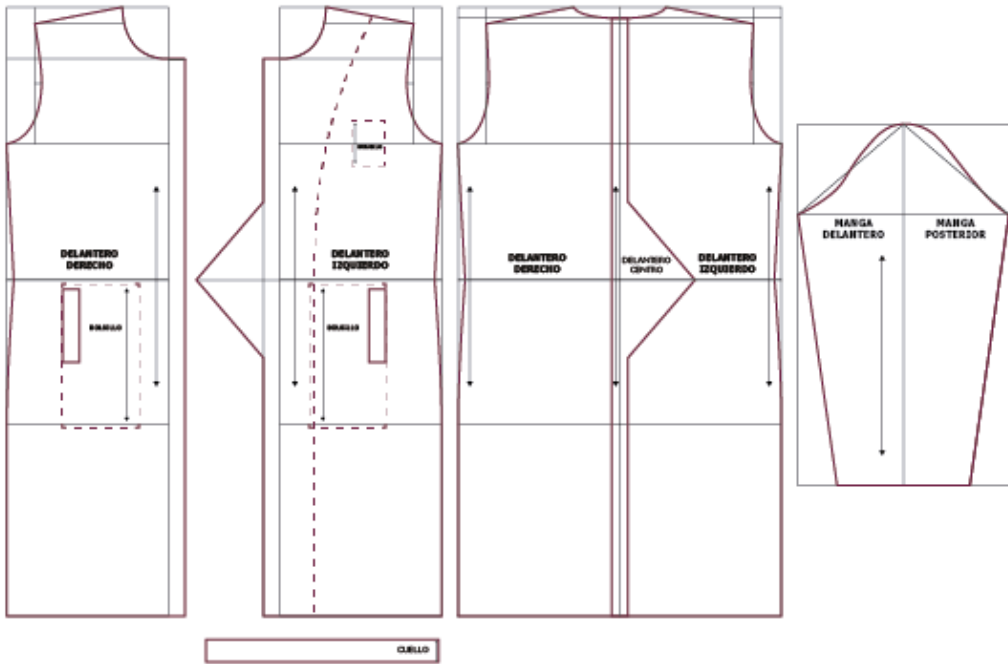

 <b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO DE TEJIDO</b>		CÓDIGO AF01	
<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	1
<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.		
PROCESO DE DISEÑO		ÁREA DE DISEÑO	
<p>Elemento simbólico - Culebra</p> 			
<p>Simetría - Repetición - Reflejo</p> 			
<p>Cromática</p> 			
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022

	<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO DE TEJIDO</b>			CÓDIGO AM01
	COLECCIÓN	Arteca	PRENDA	Abrigo
	LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	4
	TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL
	DESCRIPCIÓN	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.		
<b>PROCESO DE DISEÑO</b>		<b>ÁREA DE DISEÑO</b>		
<p>Elemento simbólico - Culebra</p> 				
<p>Simetría - Repetición - Reflejo</p> 				
<p>Cromática</p> 				
RESPONSABLE	Jennyfer Jimenes	RESPONSABLE	Ing. Diego Betancourt	
FECHA DE ELABORACIÓN	19/12/2021	FECHA DE APROBACIÓN	28/01/2022	


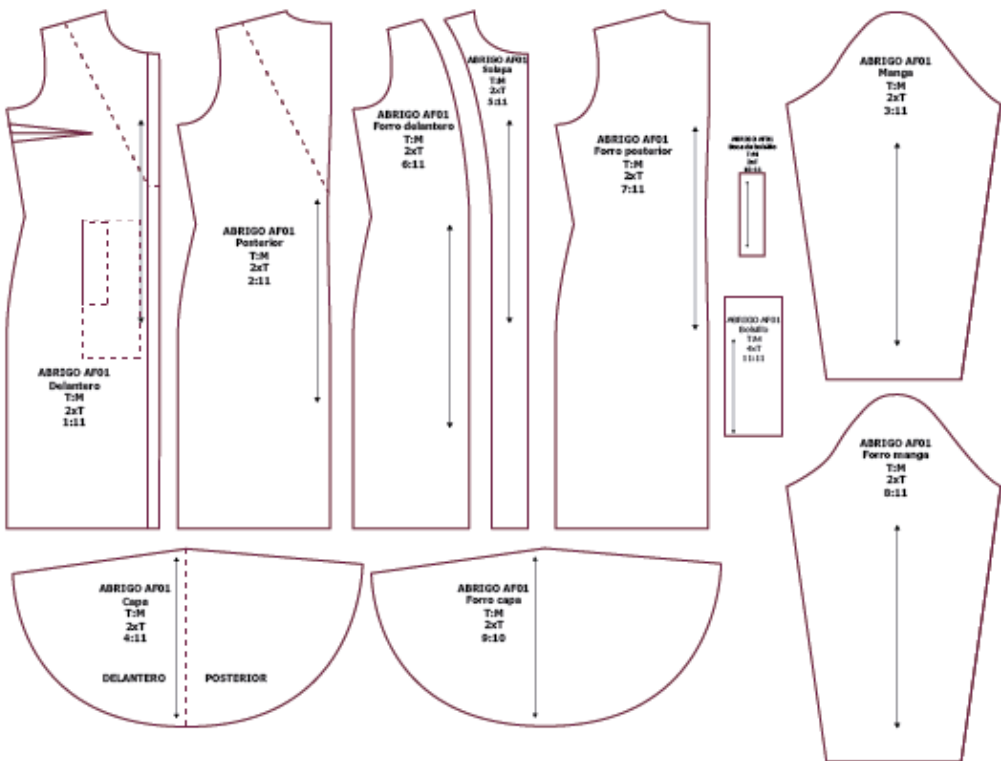




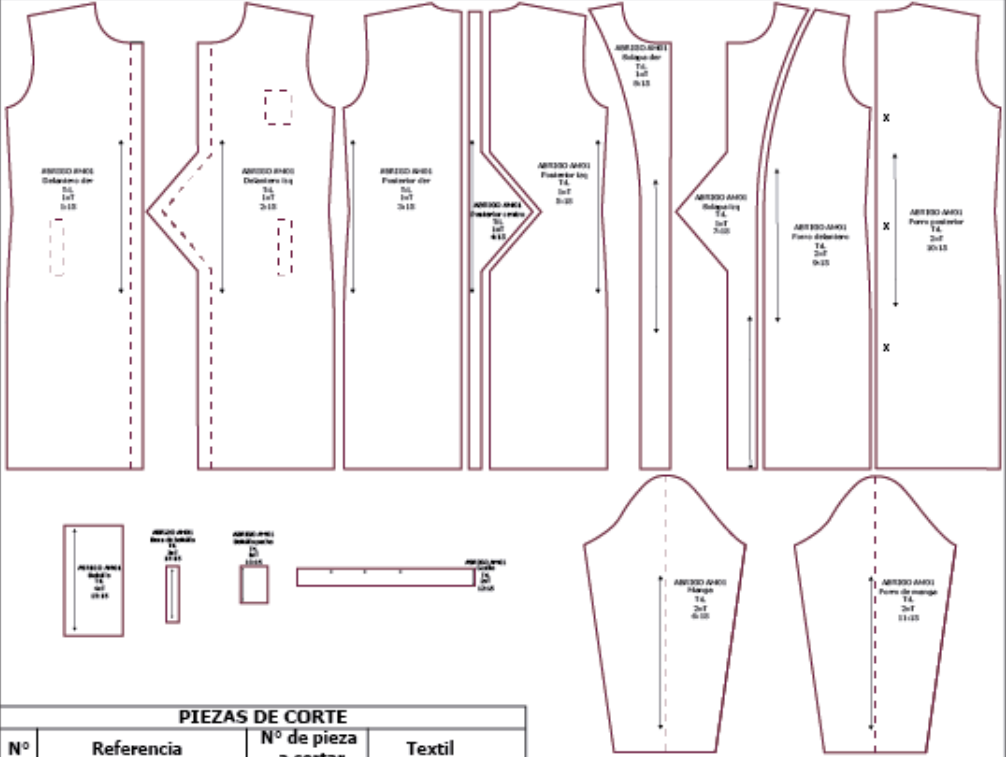

- Ficha de patronaje

		FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		CÓDIGO AF01
		COLECCIÓN	Arteca	PRENDA
LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	1	
TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL	
DESCRIPCIÓN	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.			
PATRONAJE				
				
				
CUADRO DE MEDIDAS		DIBUJO PLANO		
Nº	Medidas	Talla M		
1	Contorno de busto	92		
2	Contorno de cintura	68		
3	Contorno de cadera	96		
4	Ancho de espalda	35		
5	Ancho de pecho	33		
6	Talle delantero	44.5		
7	Talle posterior	42.5		
8	Hombro	11		
9	Contorno de cuello	36		
10	Altura de cadera	18		
11	Largo de manga	60		
12	Altura de busto	26		
13	Largo de abrigo	90		
RESPONSABLE	Jennyfer Jimenes	RESPONSABLE	Ing. Diego Betancourt	
FECHA DE ELABORACIÓN	19/12/2021	FECHA DE APROBACIÓN	28/01/2022	



	<b>FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE</b>			CÓDIGO AM01
	COLECCIÓN	Arteca	PRENDA	Abriego
	LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	4
	TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL
	DESCRIPCIÓN	Abriego masculino con cruce triangular e intervención artesanal.		
<b>PATRONAJE</b>				
				
<b>CUADRO DE MEDIDAS</b>			<b>DIBUJO PLANO</b>	
Nº	Medidas	Talla M		
1	Contorno de busto	116		
2	Contorno de cintura	102		
3	Contorno de cadera	111		
4	Ancho de espalda	48		
5	Ancho de pecho	44		
6	Talle delantero	50		
7	Talle posterior	49		
8	Hombro	15		
9	Contorno de cuello	44		
10	Altura de cadera	22		
11	Largo de manga	65		
12	Altura de busto	25		
13	Largo de abrigo	106		
<b>RESPONSABLE</b>		Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022



- Ficha de despiece

		FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		CÓDIGO AF01	
		COLECCIÓN	Arteca	PRENDA	Abrigo
LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	1		
TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL		
DESCRIPCIÓN	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.				
DESPIECE					
					
PIEZAS DE CORTE				Dibujo Plano	
Nº	Referencia	Nº de pieza a cortar	Textil		
1	Delantero	2	Pana		
2	Posterior	2	Pana		
3	Manga	2	Pana		
4	Capa	2	Pana		
5	Solapa	2	Pana		
6	Forro delantero	2	Forro		
7	Forro posterior	2	Forro		
8	Forro manga	2	Forro		
9	Forro capa	2	Forro		
10	Boca de bolsillo	2	Pana		
11	Bolsillo	4	Forro		
PIEZAS DE INTERVENCIÓN ARTESANAL					
1	Delantero	2	---		
2	Posterior	1	---		
RESPONSABLE		Jennyfer Jimenes	RESPONSABLE		Ing. Diego Betancourt
FECHA DE ELABORACIÓN		19/12/2021	FECHA DE APROBACIÓN		28/01/2022

		FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		CÓDIGO AM01
		COLECCIÓN	Arteca	PRENDA
LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	4	
TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL	
DESCRIPCIÓN	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.			
DESPIECE				
				
PIEZAS DE CORTE				
Nº	Referencia	Nº de pieza a cortar	Textil	
1	Delantero der	1	Pana	
2	Delantero izq	1	Pana	
3	Posterior der	1	Pana	
4	Posterior centro	1	Pana	
5	Posterior izq	1	Pana	
6	Manga	2	Pana	
7	Solapa izq	1	Pana	
8	Solapa derecha	1	Pana	
9	Forro delantero	2	Forro	
10	Forro posterior	1	Forro	
11	Forro de manga	2	Forro	
12	Cuello	1	Pana	
13	Bolsillo pecho	1	Pana	
14	Boca de bolsillo	2	Pana	
15	Bolsillo	4	Forro	
1	Tejido artesanal bolsillo	2	---	
2	Tejido artesanal cintura	1	---	
Dibujo Plano				
				
RESPONSABLE		Jennyfer Jimenes	RESPONSABLE	Ing. Diego Betancourt
FECHA DE ELABORACIÓN		19/12/2021	FECHA DE APROBACIÓN	28/01/2022




- Ficha de ruta operacional

		<b>FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA</b>		CÓDIGO AF01		
		<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo	
		<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	1	
		<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL	
		<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.			
<b>DIBUJO PLANO</b>						
						
Nº	OPERACIÓN	MAQUINARIA	PUNTADA	TIPO DE HILO		
1	Preparar el bolsillo	Plancha	---	---		
2	Coser bolsillo	Recta - tijeras	301	Poliester		
3	Unir posterior izquierdo y derecho	Recta	301	Poliester		
4	Unir hombros textil base	Recta	301	Poliester		
5	Unir costados	Recta	301	Poliester		
6	Cerrar manga	Recta	301	Poliester		
7	Unir manga	Recta	301	Poliester		
8	Coser capa	Recta	301	Poliester		
9	Unir solapa y forro delantero	Recta	301	Poliester		
10	Unir hombros del forro	Recta	301	Poliester		
11	Cerrar costados	Recta	301	Poliester		
12	Cerrar mangas	Recta	301	Poliester		
13	Unir mangas	Recta	301	Poliester		
14	Unir puños de textil base y forro	Recta	301	Poliester		
15	Unir delanteros y solapas	Recta	301	Poliester		
16	Unir piezas de tejido artesanal	Recta	301	Poliester		
17	Colocar marquillar y cerrar cuello	Recta	301	Poliester		
18	Cerrar bajo	Recta	301	Poliester		
19	Pespuntar centro frente	Recta	301	Poliester		
20	Planchar	Plancha	---	---		
21	Colocar gafetes	Manual	---	---		
22	Etiquetar y empacar	Manual	---	---		
<b>RESPONSABLE</b>		Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>			
			Ing. Diego Betancourt			
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>			
			28/01/2022			

	<b>FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA</b>			<b>CÓDIGO</b> AM01
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	4
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.		
<b>DIBUJO PLANO</b>				
				
<b>N°</b>	<b>OPERACIÓN</b>	<b>MAQUINARIA</b>	<b>PUNTADA</b>	<b>TIPO DE HILO</b>
1	Prepara bolsillos	Plancha	---	---
2	Coser bolsillos	Recta y tijeras	301	Poliester
3	Unir posterior izq, centro y der	Recta	301	Poliester
4	Unir hombros textil base	Recta	301	Poliester
5	Unir costados textil base	Recta	301	Poliester
6	Unir piezas de tejido artesanal	Recta	301	Poliester
7	Cerrar manga	Recta	301	Poliester
8	Unir manga	Recta	301	Poliester
9	Unir solapa a forro delantero	Recta	301	Poliester
10	Unir hombros del forro	Recta	301	Poliester
11	Unir costados del forro	Recta	301	Poliester
12	Cerrar mangas forro	Recta	301	Poliester
13	Unir mangas	Recta	301	Poliester
14	Unir puños textil base y forro	Recta	301	Poliester
15	Colocar botones en la cintura	Manual	---	---
16	Unir puños del textil base y forro	Recta	301	Poliester
17	Colocar cuello y marquilla	Recta	301	Poliester
18	Cerrar bajo	Recta	301	Poliester
19	Planchar	Plancha	---	---
20	Pespuntar centros frentes/cruce	Recta	301	Poliester
21	Colocar botón y elásticos	Manual	---	---
22	Etiquetar y empacar	Manual	---	---
<b>RESPONSABLE</b>		Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	
			Ing. Diego Betancourt	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
			28/01/2022	

- Ficha de materiales

	<b>FICHA TÉCNICA DE MATERIALES</b>			CÓDIGO AF01	
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo	
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	1	
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 21	<b>TALLA</b>	XS - S - <b>M</b> - L - XL	
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.			
<b>DIBUJO PLANO</b>					
					
					
<b>NOMBRE</b>	Paño llano	<b>NOMBRE</b>	Satín crepe	<b>NOMBRE</b>	Gafetes
<b>COLOR</b>	Crema	<b>COLOR</b>	Rojo vino	<b>COLOR</b>	Metalizado
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Metal
<b>CONSUMO</b>	2 metros	<b>CONSUMO</b>	2 metros	<b>CONSUMO</b>	12 unidades
					
<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo
<b>COLOR</b>	Rojo vino	<b>COLOR</b>	Crema	<b>COLOR</b>	Crema
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster
<b>CALIBRE</b>	40/2	<b>CALIBRE</b>	40/2	<b>CALIBRE</b>	20/2
					
<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo
<b>COLOR</b>	Rojo vino	<b>COLOR</b>	Mostaza	<b>COLOR</b>	Verde oscuro
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliéster
<b>CALIBRE</b>	20/2	<b>CALIBRE</b>	20/2	<b>CALIBRE</b>	20/2
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt		
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022		

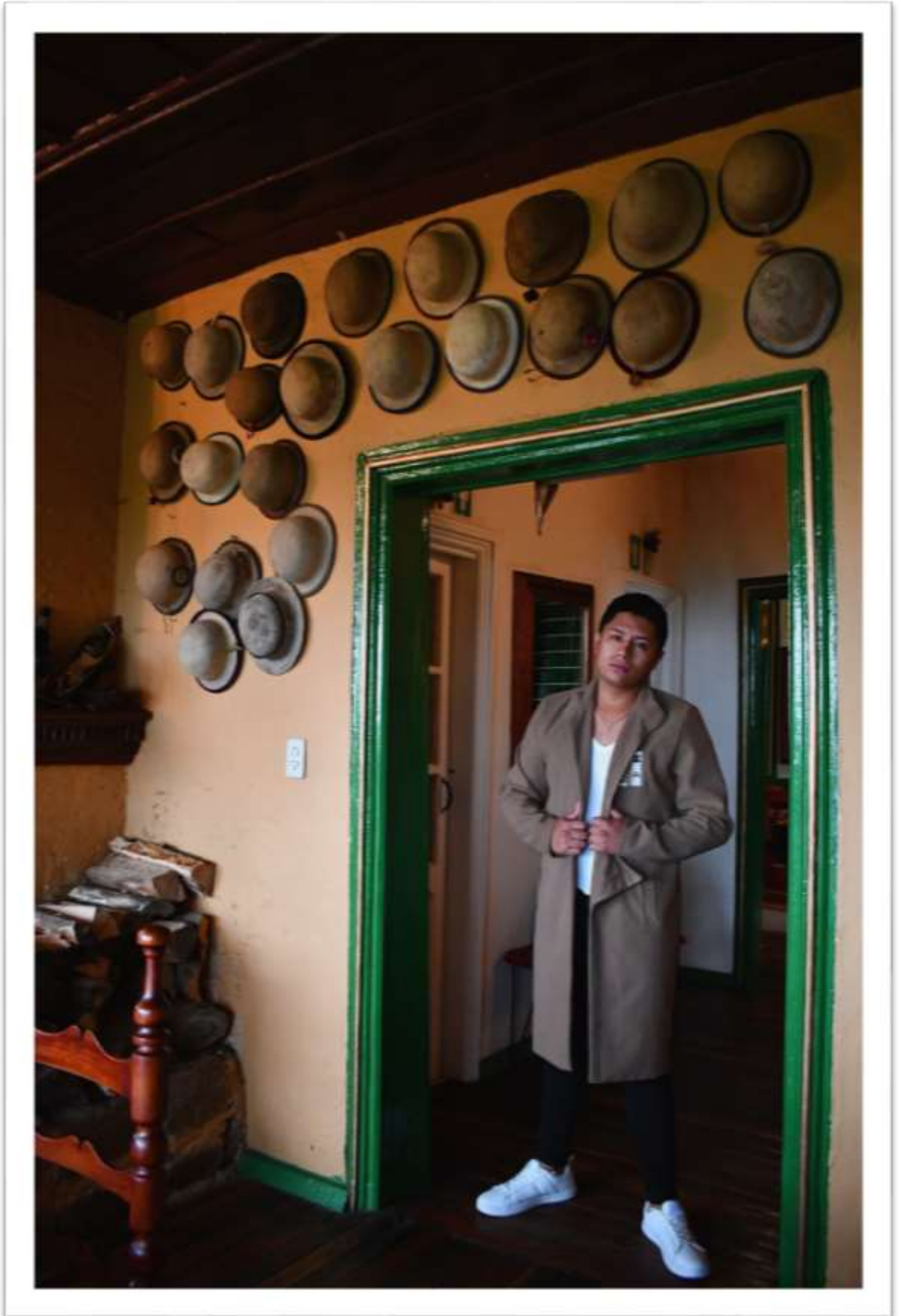
	<b>FICHA TÉCNICA DE MATERIALES</b>			CÓDIGO AM01	
	<b>COLECCIÓN</b>	Arteca	<b>PRENDA</b>	Abrigo	
	<b>LÍNEA</b>	Casual urbano	<b>OUTFIT</b>	4	
	<b>TEMPORADA</b>	Otoño - Invierno 20 21	<b>TALLA</b>	XS - S - M - L - XL	
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.			
<b>DIBUJO PLANO</b>					
					
					
<b>NOMBRE</b>	Paño	<b>NOMBRE</b>	Carola	<b>NOMBRE</b>	Botones
<b>COLOR</b>	Capuchino	<b>COLOR</b>	Marrón claro	<b>COLOR</b>	Marrón
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester
<b>CONSUMO</b>	2,5 metros	<b>CONSUMO</b>	2,5 metros	<b>CONSUMO</b>	7 unidades
					
<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo
<b>COLOR</b>	Capuchino	<b>COLOR</b>	Marrón claro	<b>COLOR</b>	Crema
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester
<b>CALIBRE</b>	40/2	<b>CALIBRE</b>	40/2	<b>CALIBRE</b>	20/2
					
<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo	<b>NOMBRE</b>	Hilo
<b>COLOR</b>	Rojo vino	<b>COLOR</b>	Mostaza	<b>COLOR</b>	Verde oscuro
<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester	<b>COMPOSICIÓN</b>	Poliester
<b>CALIBRE</b>	20/2	<b>CALIBRE</b>	20/2	<b>CALIBRE</b>	20/2
<b>RESPONSABLE</b>	Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>	Ing. Diego Betancourt		
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	28/01/2022		



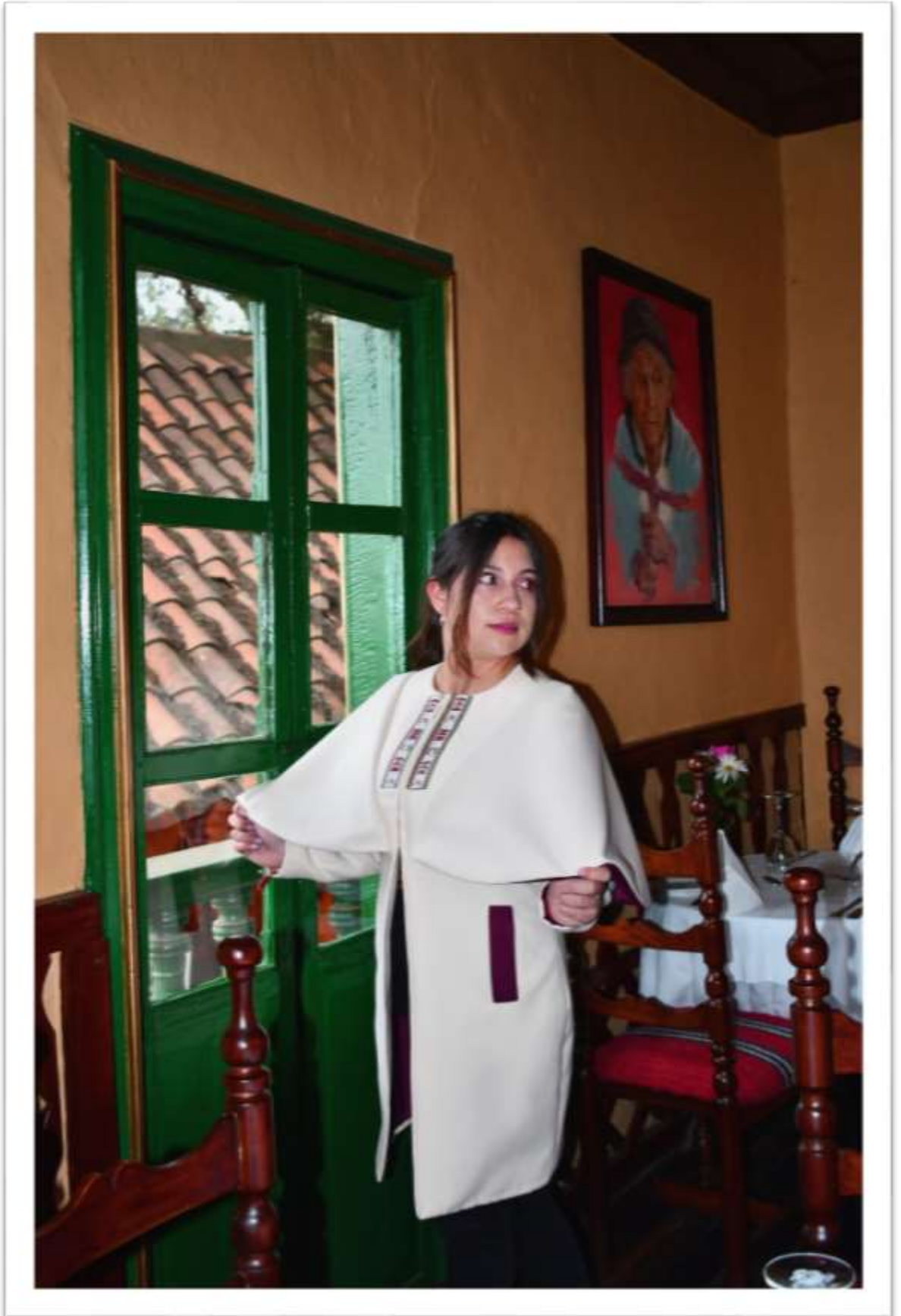
6.13. Photobook






















## 6.14. Costos de producción

### 6.14.1. Ficha de costos

		<b>FICHA TÉCNICA DE COSTOS</b>		CÓDIGO Af01			
		COLECCIÓN	Arteca	PRENDA	Abrigo		
		LÍNEA	Casual urbano	OUTFIT	1		
		TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21	TALLA	XS - S - M - L - XL		
		DESCRIPCIÓN	Abrigo femenino con mangas superpuestas e intervención artesanal.				
<b>Área de costos</b>							
<b>COSTOS VARIABLES</b>							
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>							
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL			
Paño	metros	\$ 9,82	2	\$ 19,64			
Satín crepe	metros	\$ 5,85	2	\$ 11,69			
Gafetes	unidades	\$ 0,04	12	\$ 0,50			
Marquilla	unidades	\$ 0,20	1	\$ 0,20			
				<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS</b>			
				<b>\$ 32,03</b>			
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>							
<b>MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA</b>							
CARGO		SALARIO	NÚMERO DE PRENDAS/MES	VALOR TOTAL			
Diseño		800	30	\$ 26,67			
Corte		50	30	\$ 1,67			
Tejido en telar		0	-	\$ 80,00			
Confección		210	30	\$ 7,00			
				<b>TOTAL DE MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA</b>			
				<b>\$ 115,33</b>			
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>							
DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD		CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL			
Etiqueta	\$ 0,15		1	\$ 0,15			
Empaque	\$ 1,00		1	\$ 1,00			
				<b>TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS</b>			
				<b>\$ 1,15</b>			
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>							
<b>\$ 148,51</b>							
<b>COSTOS FIJOS</b>							
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS		\$ 250,00			
Servicios básicos (luz, agua)	\$ 70,00	MINUTOS POR MES		9600			
Almuerzo	\$ 150,00	VALOR MINUTO		\$ 0,03			
Internet	\$ 30,00	TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN		495			
<b>VALOR M COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 250,00</b>	<b>TOTAL COSTO FJO UNITARIO</b>		<b>\$ 12,89</b>			
<b>COSTO VARIABLE</b>		<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			
\$ 115,33		\$ 12,89		\$ 128,22			
<b>Dibujo plano</b>			<b>PRECIO DE VENTA</b>				
			Sub Total			\$ 128,22	
			Utilidad %30			\$ 38,47	
			Precio sin IVA			\$ 166,69	
			IVA 12%			\$ 20,00	
			<b>PVP</b>			<b>\$ 186,69</b>	
<b>Observaciones</b>							
<b>RESPONSABLE</b>		Jennyfer Jimenes	<b>RESPONSABLE</b>		Ing. Diego Betancourt		
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		19/12/2021	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>		28/01/2022		

ATEMPO		FICHA TÉCNICA DE COSTOS			CÓDIGO AM01	
COLECCIÓN	Arteca		PRENDA	Abrigo		
LÍNEA	Casual urbano		OUTFIT	4		
TEMPORADA	Otoño - Invierno 20 21		TALLA	XS - S - M - L - XL		
DESCRIPCIÓN	Abrigo masculino con cruce triangular e intervención artesanal.					
<b>Área de costos</b>						
<b>COSTOS VARIABLES</b>						
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL		
Paño	metros	\$ 10,98	2,5	\$ 27,44		
Forro	metros	\$ 2,00	2,5	\$ 5,00		
Botones	unidades	\$ 0,12	7	\$ 0,86		
Marquilla	unidades	\$ 0,20	1	\$ 0,20		
				<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS</b>		
				<b>\$ 33,50</b>		
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
<b>MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA</b>						
CARGO	SALARIO	NÚMERO DE PRENDAS / MES		VALOR TOTAL		
Diseño	800	30		\$ 26,67		
Corte	50	30		\$ 1,67		
Tejido en telar	0	-		\$ 70,00		
Confección	210	30		\$ 7,00		
				<b>TOTAL DE MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA</b>		
				<b>\$ 105,33</b>		
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>						
DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL			
Etiqueta	\$ 0,15	1	\$ 0,15			
Empaque	\$ 1,00	1	\$ 1,00			
			<b>TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS</b>			
			<b>\$ 1,15</b>			
			<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>			
			<b>\$ 139,99</b>			
<b>COSTOS FIJOS</b>						
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL COSTOS Fijos		\$ 250,00		
Servicios básicos (Luz, agua)	\$ 70,00	MINUTOS POR MES		9600		
Almuerzo	\$ 150,00	VALOR MINUTO		\$ 0,03		
Internet	\$ 30,00	TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN		465		
<b>VALOR M COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 250,00</b>	<b>TOTAL COSTO Fijo UNITARIO</b>		<b>\$ 12,11</b>		
COSTO VARIABLE	COSTO Fijo UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				
\$ 105,33	\$ 12,11	\$ 117,44				
<b>Dibujo plano</b>						
				PRECIO DE VENTA		
				Sub Total	\$ 117,44	
				Utilidad %30	\$ 35,23	
				Prelo sin IVA	\$ 152,68	
				IVA 12%	\$ 18,32	
<b>PVP</b>				<b>\$ 171,00</b>		
<b>Observaciones</b>						
RESPONSABLE	Jennyfer Jimenes		RESPONSABLE	Ing. Diego Betancourt		
FECHA DE ELABORACIÓN	19/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN	28/01/2022		

En las fichas presentadas se puede observar que el precio de venta al público del abrigo de mujer es \$186,69 y el abrigo de hombre tiene un valor de precio de venta al público de \$171,00, los cuales son precios elevados. Cabe aclarar que el factor que mayor influye para este precio alto es la mano de obra artesanal, misma que en esta ocasión se solicitó únicamente para el desarrollo del prototipo y fue una cantidad muy baja de producción. Por ello, se plantea que al desarrollar la producción en serie de los abrigos se prevé que los costos disminuyan hasta en un 30%, porque se planteará convenios con los artesanos que se va a trabajar para poder llegar a un acuerdo en lo que respecta el precio de su manufactura.

### **6.15. Modelo de negocio**

Alexander Osterwalder es el desarrollador del modelo de negocio el modelo Canvas, misma que es una herramienta aplicable a negocios pequeños, medianos y grandes de manera sencilla que agrega valor a las ideas de negocio. Este modelo consta de 9 módulos o partes que analizan de manera efectiva una empresa o negocio, el segmento del mercado es el primer módulo, siguiendo la propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socio clave y finalmente estructura de costos.

Para la marca de indumentaria Atempo se ha determinado emplear el modelo de negocio canvas, mismo que ha servido como herramienta útil para estructurar y estratificar las partes importantes de este emprendimiento, dando a conocer de manera resumida y puntual el cliente, fuentes de ingresos, costos entre otros.

#### **Tabla 23.**

*Modelo Canvas de la marca Atempo*

<b>8. SOCIOS CLAVE</b>	<b>7. ACTIVIDADES CLAVE</b>	<b>2. PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>4. RELACIONES CON CLIENTES</b>	<b>1. SEGMENTOS DE CLIENTE</b>
<b>Interno</b> °Diseñador de modas y diseñador gráfico °Cortador °Maquila °Artesanos de la comunidad Quilloac °Proveedores de textiles: Modatex, Monte Carlo, San Alfonso y Lira °Proveedores de insumos: Bazar Zalamea y Lira	°Disponibilidad de productos °Actividad constante en redes sociales °Diseños que atractivos que impulsan la compra °Atención cordial al cliente	°Prendas exclusivas °Prendas que contienen trabajo artesanal °Prendas desarrolladas conjuntamente con artesanos Cañaris °Prendas de calidad que justifican el precio	°Oferta de productos y servicio de atención al cliente en redes sociales °Atención amable y capacitada en la tienda física, además de un ambiente alusivo a la cultura Cañari. y llamativo	Dentro del segmento de cliente se encuentran mujeres y hombres que tiene un rango de edad que oscila de 25 a 35 años. Este cliente descende del continente América del Sur, América del Norte y Europa, con media y alta capacidad de pago. Los turistas quienes son parte de este segmento pertenecen al consumidor contemporáneo, quienes son auténticos, exploradores, dinámicos y multiculturales.
<b>Externos</b> °Entidades bancarias °Ferias de emprendimientos de los	<b>6. RECURSOS CLAVE</b> °Tienda física en el cantón Cañar °Personal o empresas que corten y maquilen °Contratación de diseñador de modas y diseñador gráfico		<b>3. CANALES</b> °Tienda física °Manejo de redes sociales Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp, en estas redes se oferta los productos de Atempo °Envíos nacionales e internacionales	

---

GAD de la provincia del  
Cañar y otras provincias

- °Materia prima de  
calidad
- °Proveedores confiables
- °Personal de mano de  
obra artesanal
- °Agencia de envíos

---

#### **9. ESTRUCTURA DE COSTOS**

- °Pago a cortador, maquila y personal de diseño
- °Inversión de materia prima e insumos
- °Pago de arriendo de arriendo de la tienda, internet, luz y agua

---

#### **5. FUENTES DE INGRESOS**

- °Venta del producto final
- °Pago en efectivo, transferencias bancarias o depósitos

---

## **6.16. Costos de inversión**

Al tener como objetivo iniciar el emprendimiento de la marca Atempo se plantea una inversión, en la que se detalla lo necesario en tres áreas o secciones, estas son: local, producción y publicidad. La inversión de cada rubro está planteada como gasto único o gasto mensual, en cuanto a estas últimas se plantea un valor para cubrir el pago de 3 meses, con el objetivo de evitar desabastecimiento.

### **Tabla 24.**

*Inversión*

<b>ÁREA DE INVERSIÓN</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD POR MES</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>Pago por día/obra</b>
<b>LOCAL</b>	<b>Alquiler</b>	Pago mensual - pago de 3 meses	\$ 450,00	\$ 150,00	\$ 7,50
	<b>Elaboración del croquis</b>	Gasto único	\$ 400,00	-	-
	<b>Acondicionamiento</b>	Pintar paredes	\$ 100,00	-	-
	<b>Enseres</b>	Gasto único	\$ 2.500,00	-	-
	<b>Decoración</b>	Gasto único	\$ 400,00	-	-
	<b>Servicios básicos</b>	Gasto mensual, presupuesto para cubrir 3 meses	\$ 450,00	\$ 150,00	\$ 7,50
	<b>Máquina de cortar</b>	Gasto único	\$ 200,00	-	-
	<b>Vendedor</b>	Sueldo mensual	\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 20,00

	<b>Contador</b>	Contratación para fin de mes, presupuesto para 3 meses	\$	90,00	\$	30,00	\$	1,50
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>Diseñador de modas</b>	Pago mensual, presupuesto para 3 meses	\$	2.400,00	\$	800,00	\$	40,00
	<b>Diseñador gráfico</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	300,00	\$	100,00	\$	5,00
	<b>Materiales e insumos</b>	Adquisición para 3 meses de producción	\$	700,00	-	-	-	-
	<b>Cortador</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	150,00	\$	50,00	\$	2,50
	<b>Maquilador</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	630,00	\$	210,00	\$	10,50
	<b>Artisanos (producción artesanal)</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	1.200,00	\$	400,00	\$	20,00



	<b>Personal para etiquetar</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	150,00	\$	50,00	\$	2,50
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>Redes sociales</b>	Pago por obra, presupuesto para 3 meses	\$	300,00	\$	100,00	\$	5,00
<b>TOTAL</b>			\$	<b>11.620,00</b>	\$	<b>2.440,00</b>	\$	<b>122,00</b>

## CONCLUSIONES

Luego de concluir el presente trabajo se plantean las siguientes conclusiones:

Al realizar las entrevistas a diversos artesanos pertenecientes a la comunidad Quilloac, se identificó que los principales procesos artesanales vigentes que desarrollados en esta comunidad son: el tejido en telar, a partir de esta técnica se desarrollan principalmente prendas para el hombre Cañari como ponchos amarrados y fajas, así mismo, el bordado manual es otra de las técnicas vigentes y que ha tenido diversos avances, como la implementación de mullos que se aplican en prendas femeninas tales como polleras, blusas y rebosos.

De acuerdo con la entrevista a los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, se concluyó que las prendas con mayor preferencia son el poncho y el abrigo, de los cuales se manejó la segunda opción, es decir el poncho, ya que, en el mercado no existen propuestas para esta tipología de prenda.

Se desarrolló una colección de abrigos en base al perfil de consumidor investigado y analizado, en la cual estratégicamente se incorporó el proceso artesanal desarrollado en telar de cintura.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda desarrollar proyectos en los que se vinculen a los artesanos de diferentes comunidades con el fin de generar la permanencia de los diferentes procesos artesanales.
- Se sugiere que se gestionen capacitaciones a través de diversas instituciones estatales con el fin de capacitar a los artesanos de las comunidades para impulsar el trabajo artesanal y aportar para que las comunidades realicen nuevas propuestas artesanales.
- Se sugiere que se desarrollen proyectos o planes estratégicos que tengan como objetivo mantener y continuar con los procesos técnicos artesanales de las comunidades.
- Se recomienda que los proyectos que se desarrollan conjuntamente con comunidades y en las que se aplican procesos artesanales, se gestione con la comunidad la presencia del diseñador, con el fin de desarrollar observación de estos procesos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador. (2021, Septiembre 30). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021>
- Álvarez, R. (2022). El turismo rural y el desarrollo local sistenable desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca. *Revista Publicando*, 9(33), 67-86. doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2278>
- Armario, E. (1993). El Mercado Único Europeo y la distribución comercial. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 2(3), 79-88.
- Asirik Design. (s.f.). *Asirik Design*. Obtenido de [https://www.instagram.com/asirik\\_design/?hl=es-la](https://www.instagram.com/asirik_design/?hl=es-la)
- Beviglia, V. (2014, Abril 22). *PULPERÍA QUILAPÁN*. Obtenido de <https://pulperiaquilapan.com/talabarteria-arte-del-cuero-y-amor-de-artesano/>
- Cañar, P. (s.f.). *Prefectura Cañar*. Obtenido de Información General: [http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public\\_html/paginas/informacion-general.63](http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/informacion-general.63)
- Chapman, A. (2004). Análisis DOFA y análisis PEST . Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulos.php>.
- Chaverra, B. (2003). *Respositorio Institucional Universidad de Antioquia*.
- Chavez, V., Fernández, N., Jaramillo, J., López, K., Mideros, A., Peña, C., . . . Uzcategui, M. &. (2020). Obtenido de [https://drive.google.com/file/d/1W5Z2sARWPBK\\_4CkAVIz7FYDHsbk6BtGT/view](https://drive.google.com/file/d/1W5Z2sARWPBK_4CkAVIz7FYDHsbk6BtGT/view)

- CIDAP. (2017). *Respositorio Digital CIDAP*. Obtenido de Pueblos originarios del Ecuador CAÑARI:  
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1696/1/FOLLETO%20PUEBLOS%20%20ORIGINARIOS%20CA%3%91AR.pdf>
- Cilleruelo, E. (s.f.). COMPENDIO DE DEFINICIONES DEL CONCEPTO «INNOVACIÓN» REALIZADAS POR AUTORES RELEVANTES: DISEÑO HÍBRIDO ACTUALIZADO DEL CONCEPTO. *D-O(34)*. Obtenido de <https://revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/20/20>
- Consumer Engagement. (2021, Febrero 4). *TENDENCIAS CONSUMIDOR 2021*. Obtenido de LLYC: <https://ideas.llorenteycuenca.com/2021/02/tendencias-consumidor-2021/>
- Ecuador - Guía Virtual de Turismo Accesible . (s.f.). *Cañar Cultura y Tradiciones* . Obtenido de Ecuador - Guía Virtual de Turismo Accesible .
- EL UNIVERSO. (2018, agosto 25). *EL UNIVERSO*. Obtenido de Tejido étnicos de tres países inspiran diseños:  
<https://www.eluniverso.com/tendencias/2018/08/25/nota/6921326/tejidos-etnicos-tres-paises-inspiran-disenos/>
- Erazo, T. (2020, Mayo 4). Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador:  
<https://www.uide.edu.ec/la-pandemia-mundial-cambia-el-comportamiento-de-gasto-del-consumidor-ecuatoriano/>
- Etra. (s.f.). *Etra*. Obtenido de Campaña para Lula Kirei: <https://etrafotografia.com/lula-kirei-campaing>
- Fashion Snoops. (2021, Enero 27). *Tendencias otoño invierno 2021-2022: Sentimientos culturales para el mercado moda | Ada Jolly* . Obtenido de IM Inexmoda :  
[https://www.youtube.com/watch?v=SRwzRmIb\\_to](https://www.youtube.com/watch?v=SRwzRmIb_to)
- Folgueiras, P. (s.f.). *La entrevista*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

- García, M. c. (2001). LA INDUMENTARIA EMBLEMÁTICA: SISTEMA Y TIPOLOGÍA. *Emblemata*, 7, 365-376.
- Gómez, M. (s.f.). Cadena de Valor. *ACADEMIA*, 1(19). Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53833097/Cadena\\_de\\_Valor-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638294835&Signature=LGvN8bvjWcb726qBAvmNN~4IpTTVNqalEgYmJEf3e8GEaWQRuUyNpj4UtDq8C2eON2yir5RJ5DB6adszhdIrlI~uwzKLO3aSCX8Wja0in2i7IN-QeG0u8lCfppu53Mk6Jwr5woHHSUXa](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53833097/Cadena_de_Valor-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638294835&Signature=LGvN8bvjWcb726qBAvmNN~4IpTTVNqalEgYmJEf3e8GEaWQRuUyNpj4UtDq8C2eON2yir5RJ5DB6adszhdIrlI~uwzKLO3aSCX8Wja0in2i7IN-QeG0u8lCfppu53Mk6Jwr5woHHSUXa)
- González, F. (1965). *Estudio Histórico sobre los Cañaris Pobladores de la Antigua Provincia del Azuay*. Cuenca .
- Grafitat. (2016, abril 2016). *El diseño de Lula Kirei*. Obtenido de Grafitat: <https://www.grafitat.com/2016/04/27/el-diseno-de-lula-kirei/>
- Guamán, W. (2016). *CAÑAR: Cultura y tradición*. Repositorio Institucional Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/11346>
- Hablemos de Culturas. (2019, Enero 27). *Cañaris: Ubicación, Idioma, Costumbres, mitos y más*. Obtenido de Hablemos de Culturas: <https://hablemosdeculturas.com/canaris/>
- Hansen, B., & Ghare, P. (1990). *Control de calidad Teoría y aplicaciones*. Madrid: DÍAS DE SANTOS, S. A. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eGdLTd3UiN8C&oi=fnd&pg=PA6&dq=control+de+calidad+de+una+empresa+&ots=HsX3lzCxt&sig=g2s7BqYioII\\_HNFjNS7-JGUn0II#v=onepage&q&f=true](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eGdLTd3UiN8C&oi=fnd&pg=PA6&dq=control+de+calidad+de+una+empresa+&ots=HsX3lzCxt&sig=g2s7BqYioII_HNFjNS7-JGUn0II#v=onepage&q&f=true)
- Herrera, E. (2018). La Boutique Equatorienne, Piezas únicas, hechas a mano - un pedazo de nuestro saber - hacer en París. *ARTESANPIAS DE AMÉRICA*, 76-80. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1807/1/La%20Boutique>

%20Equatorienne%2C%20piezas%20%C3%BAnicas%20hechas%20a%20mano  
\_Estefan%C3%ADa%20Herrera.pdf

Iglesia, Á. M. (1977). *Síntesis Históricas*. Azogues. Obtenido de Síntesis Históricas.

Inexmoda. (2020, Enero 28). *Macrotendencias Otoño Invierno 2020 2021*. Obtenido de  
Inexmoda: <https://www.youtube.com/watch?v=KrlhnquYmc4&t=4538s>

Jessica Velasco. (2021, diciembre 31). *Jessica Velasco*. Obtenido de  
[https://www.instagram.com/p/CYKePXIP\\_bI/](https://www.instagram.com/p/CYKePXIP_bI/)

Lafayette. (s.f.). Obtenido de Lafayette Sports:  
<https://www.lafayettesports.com.co/tecnologia/>

Lovelock, C., Wirtz, J., & Chew, P. (2011). *Essentials of Services Marketing* (Segunda  
ed.). Singapore.

Lucero, K. (2021, Mayo 2). Obtenido de Revista Gestión:  
<https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>

Mejía, G. (2021). *Atempo*. Ambato.

Molina, M. (1992). *Arqueología Ecuatoriana, Los Cañaris*. Quito: Abya-Yala .

Mumford, L. (1952). *Arte y técnica* .

Muzo, P. (2015, Mayo). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/17783>

Nino. (s.f.). Obtenido de Nino.ec: <https://www.instagram.com/nino.ec/>

Pacheco, M. (2021, Enero 5). Obtenido de El comercio:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/textileras-ecuador-produccion-prendas-tecnologia.html>

- Padrón, R. (s.f.). *Gráfica de la vestimenta típica de los indígenas del Cañar como parte de su identidad cultural. Comunidad Quilloac*. Cañar.
- Pichizaca, M. d. (2018). *Creación de una propuesta turística a partir del Sumak Kawsay en la comunidad de Quilloac*. Obtenido de Repositoria UDA:  
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7956/1/13694.pdf>
- Pita, S. (2020). *Respositorio Universidad Técnica de Ambato*. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30851>
- PNUD Ecuador. (s.f.). *PNDU Ecuador*. Obtenido de <https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Prefecutra Cañar . (s.f.). *PREFECTURA CAÑAR* . Obtenido de Artesanía Tradicional : [http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public\\_html/paginas/artesania-tradicional.84](http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/artesania-tradicional.84)
- PRENSA INEXMODA. (2014, Enero 23). *En Colombiatex de las Américas, Inexmoda invita a los empresarios a conocer a su consumidor*. Obtenido de SALA DE PRENSA INEXMODA: <http://www.saladeprensainexmoda.com/en-colombiatex-de-las-americas-inexmoda-invita-a-los-empresarios-a-conocer-a-su-consumidor/>
- Quezada, F. (2017). *Respositorio Institucional Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/26290>
- Revista Gestión. (2021, Mayo 2). *El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse* . Obtenido de Revista Gestión:  
<https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>
- Roncancio, E. (1999). *Universidad de Pamplona*. Obtenido de Artesanía:  
[http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos\\_de\\_apoyo/CERTIFICACION\\_DEL\\_PRODUCTO\\_ARTESANAL.pdf](http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf)



- San Antonio de las Reales Minas de Hatun Cañar . (s.f.). *San Antonio de las Reales Minas de Hatun Cañar* . Obtenido de Asirik Design :  
<https://estossonlosdelaculebra.com/asirik-design/>
- Sánchez, E. (2019, Mayo). *Gestión de colecciones de moda para optimizar la cadena de valor productiva en la industria de la confección de la ciudad de Ambato*. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29665>
- Schwarz, R. (s.f.). *Biblioteca Especializada*. Obtenido de HACIA UNA ANTROPOLOGÍA DE LA INDUMENTARIA: EL CASO DE LOS GUAMBIANOS: <http://biblioteca.icanh.gov.co/docs/marc/texto/rev-0915v20a-9.pdf>
- Solano, W. (2017). *Organización y administración de la industria textilera en la provincia del Cañar, año 2016, análisis de caso/Proyecto Macro*. Obtenido de Repositorio UTPL:  
[https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/17702/1/Solano\\_Guam% c3% a1n \\_Wilson\\_Luciano.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/17702/1/Solano_Guam%c3%a1n_Wilson_Luciano.pdf)
- Tenecota, D. (2013). *Estudio de los signos y símbolos de la Cultura Cañari*. Repositorio Institucional Universidad Técnica de Ambato . Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/397>
- Urrutia del Campo, N. (2010). Los dos hemisferios.
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Nueva York: Gustavo Gili, S. A., Barcelona. Obtenido de [https://centroculturalhaedo.edu.ar/cch/actualizacion\\_permanente/Fundamentos% 20del% 20Diseno% 20Bidimensional% 20y% 20tridimensional,% 20Wucius% 20W ong.pdf](https://centroculturalhaedo.edu.ar/cch/actualizacion_permanente/Fundamentos%20del%20Diseno%20Bidimensional%20y%20tridimensional,%20Wucius%20Wong.pdf)
- Yagual, J. (2013). *Repositorio Institucional Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1525>

## ANEXOS

### *Anexo 1.*

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de hombre*



### *Anexo 2.*

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de hombre*



**Anexo 3.**

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de hombre*



**Anexo 4.**

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de mujer*



**Anexo 5.**

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de mujer*



**Anexo 6.**

*Encuesta para selección de bocetos/Abrigos de mujer*



*Anexo 7.*

*Entrevista a artesanos*



*Anexo 8.*

*Entrevista a artesanos*



**Anexo 9.**

*Entrevista a artesanos*



**Anexo 10.**

*Visita a taller de artesanos*

