

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 con elementos gráficos representativos de la alfarería de la
parroquia La Victoria”**

Autora: Arequipa Pichucho, Jenifer Betsabe

Tutor: Dis. Mg. Sánchez Sailema, Erika Catalina

Ambato - Ecuador

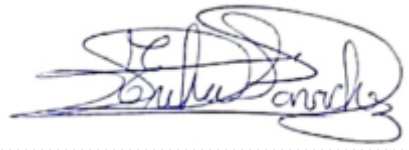
Febrero 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: **“Diseño de una colección con elementos gráficos representativos de la alfarería de la parroquia La Victoria”** de la alumna Arequipa Pichucho Jenifer Betsabe, 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, febrero 2023.

EL TUTOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Erika Sánchez', written over a horizontal dotted line.

Ing. Erika Sánchez

C.C.: 1803470481

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección con elementos gráficos representativos de la alfarería de la parroquia La Victoria**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, febrero 2023.

LA AUTORA



.....
Jenifer Betsabe Arequipa Pichucho

C.C.: 0550372544

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este 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, febrero 2023

LA AUTORA



.....
Jenifer Betsabe Arequipa Pichucho

C.C.: 0550372544

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de una colección con elementos gráficos representativos de la alfarería de la parroquia La Victoria**” de Jenifer Betsabe Arequipa Pichucho 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, febrero 2023

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico en primer lugar a Dios por ser mi guía durante el transcurso de mi formación académica, por haberme bendecido con la oportunidad de haber llegado a este punto de mi vida como profesional.

A mis padres, por apoyarme en cada una de mis decisiones. Por sus consejos para hacer de mí una mejor persona, por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia que hoy me permite alcanzar con esta meta.

A mis hermanas por ser mi cómplice de vida, por ser mi incentivo y llenar mis días de alegría.

Jenifer Betsabe Arequipa Pichucho

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por permitirme culminar con un peldaño más en mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato en especial a la Facultad de Diseño y Arquitectura por haberme aceptado ser parte de ella para formarme como profesional con valores y principios. Así también a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir día a día

A toda mi familia, en especial a mis padres y mis hermanas, ya que son el pilar fundamental y apoyo incondicional en el transcurso de mi formación académica.

Finalmente agradezco a todas aquellas personas que de una u otra forma estuvieron presentes en el transcurso de mi carrera.

Jenifer Betsabe Arequipa Pichucho

ÍNDICE DE 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 gráficos.....	xiv
Resumen ejecutivo.....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Tema	2
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación	3
1.4 Objetivos.....	5
1.4.1 Objetivo general	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	5

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 La Victoria	6
2.2 Artesanía	6
2.2.1 Artesanía Tradicional	6
2.2.2 Artesanía Contemporánea.....	6
2.3 Tipos de artesanía.....	7
2.4 Alfarería.....	7

2.5	Técnicas de modelado.....	8
2.5.1	Modelado a mano	8
2.5.2	Modelado a torno.....	8
2.5.3	Modelado al vaciado o con el uso de molde.....	9
2.6	Materiales.....	9
2.6.1	Materia prima	9
2.6.2	Herramientas.....	9
2.6.2.1	Corte de placas	9
2.6.2.2	Texturizadores.....	10
2.6.2.3	Torneta	10
2.6.2.4	Espátulas	11
2.6.2.5	Devastadores	11
2.6.2.6	Esponja.....	12
2.6.2.7	Pinceles	12
2.6.2.8	Pinzas	13
2.7	Acabados.....	13
2.7.1	Esmaltado	13
2.7.2	Barnizado.....	14
2.8	Tipología de alfarería.....	15
2.8.1	Obra hueca.....	15
2.8.2	Obra abierta	15
2.8.3	Obra cerrada	15
2.8.4	Obra plana de molde.....	15
2.9	Símbolos gráficos de la alfarería La Victoria	15
2.9.1	Clasificación de los elementos gráficos de la alfarería La Victoria	1
2.10	Diseño	1
2.10.1	Indumentaria.....	2
2.10.1.1	Función Técnica	2
2.10.1.2	Función Estética	3
2.10.1.3	Función Práctica.....	3
2.10.2	Colección.....	3
2.11	Comercialización	4
2.12	Distribución.....	4

2.13	Marcas referentes y/o aspiracionales	5
2.13.1	Marca referente – BOEM atelier design.....	5
2.13.2	Marca visionaria – Apuk	6

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Análisis Externo.....	7
3.1 Análisis PEST	7
3.1.1 Entorno Político	7
3.1.2 Entorno Económico	8
3.1.3 Entorno Social / Cultural	10
3.1.4 Entorno Tecnológico.....	11
3.2 Tendencias de consumo	12
3.3 Segmentación del mercado potencial.....	13
3.4 Análisis del sector y del mercado de referencia.....	15
3.5 Índice de saturación del mercado potencial	16
3.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	16
3.6.1 Análisis de productos Opuntia Urban Chic Folk design	17
3.7 Análisis Interno.....	18
3.7.1 Análisis de recursos propios y disponibles.....	18
3.7.1.1 Recursos Tangibles	18
3.7.1.2 Recursos Intangibles	20
3.8 Análisis cadena de valor	21
3.9 Eslabón de investigación y desarrollo.....	21
3.10 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	22
3.10.1 Eslabón de producción.....	22
3.10.2 Eslabón de comercialización	22

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo	23
4.1.1 Modelo de encuesta y entrevista.....	23
4.2 Selección de muestra.....	23

4.2.1 Encuesta	23
4.2.2 Entrevistas	24
4.2.3 Población	28
4.2.3.1 Población Diana – Alfareros de la parroquia La Victoria.....	28
4.2.3.2 Población Finita – Turistas que visitan la parroquia La Victoria	28
4.2.4 Unidad de observación y/o unidad de análisis.....	28
4.2.4.1 Unidad de observación.....	28
4.2.4.2 Unidad de análisis	28
4.3 Técnicas de estudio	28
4.3.1 Cualitativas	29
4.3.2 Cuantitativas	29
4.4 Elaboración e interpretación de los datos	29
4.4.1 Interpretación de datos – Encuestas.....	29
4.4.1.1 Conclusión.....	37
4.4.2 Interpretación de datos – Entrevistas.....	38

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1 Cronograma de producción.....	54
5.2 Control de calidad	58
5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	58
5.4 Requerimientos de mano de obra.....	60
5.5 Seguridad industrial y medio ambiente.....	60
5.5.1 Seguridad industrial.....	60
5.5.2 Seguridad Ambiental	61

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio	62
6.2 Brain storming (lluvia de ideas).....	63
6.3 Perfil del cliente	64
6.3.1 Moodboard del perfil del cliente	65
6.4 Identidad de marca.....	66

6.4.1	Aplicaciones	66
6.4.1.1	Etiquetas.....	66
6.4.1.2	Empaque	66
6.4.1.3	Papelería.....	67
6.5	Análisis de la propuesta	67
6.5.1	Paleta de color de la propuesta	67
6.5.1.1	Paleta cromática	67
6.5.1.3	Complemento.....	68
6.6.1	Macrotendencia	68
6.6.2	Tendencia	69
6.7	Concepto de la propuesta	71
6.7.1	Elementos del diseño	71
6.7.1.1	Siluetas.....	71
6.7.1.2	Proporción y línea.....	72
6.7.1.3	Función	72
6.7.1.4	Detalles	72
6.7.1.5	Estilo	72
6.7.1.6	Estampados, bordados y acabados, terminados	72
6.8	Materiales e insumos.....	73
6.9	Sketch o bocetos	74
6.9.1	Diseños planos por prenda o referencia.....	74
6.9.2	Ilustración.....	76
6.10	Fichas técnicas	77
6.11	Photobook	101
6.12	Costos de producción.....	104
	Conclusiones.....	110
	Recomendaciones	111
	Bibliografía.....	112
	Anexos	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de artesanías.....	7
Tabla 2: Extracción de los símbolos gráficos	1
Tabla 3: Clasificación de los símbolos gráficos	1
Tabla 4: Tecnología existente de la Industria Textil.....	11
Tabla 5: Variable demográfica	13
Tabla 6: Variable geográfica.....	13
Tabla 7: Variable socio económico	14
Tabla 8: Variabe psicográficas	14
Tabla 9: Variable conductual.....	15
Tabla 10: Análisis de productos Opuntia Urban Chic Folk design	17
Tabla 11: Equipos y aplicaciones	18
Tabla 12: Maquinaria.....	19
Tabla 13: Personal	20
Tabla 14: Personal recursos de imagen.....	21
Tabla 15: Género de los turistas que visitan la parroquia La Victoria	29
Tabla 16: Formación académica	30
Tabla 17: Cuando visitan lugares turísticos, ¿suele comprar alguna artesanía?.....	31
Tabla 18: ¿Estaría interesado en usar indumentaria donde se plasme los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria?	32
Tabla 19: ¿Qué prenda superior utiliza con mayor frecuencia?	33
Tabla 20: ¿Qué prenda inferior utiliza con mayor frecuencia?	34
Tabla 21: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que plasme los elementos gráficos de la alfarería.....	35
Tabla 22: ¿Qué es lo más importante para usted al momento de adquirir indumentaria?.....	36
Tabla 23: Triangulación de datos.....	38
Tabla 24: Elementos gráficos seleccionados de la alfarería de la parroquia La Victoria	46
Tabla 25: Ficha iconográfica 1	47
Tabla 26: Ficha iconográfica 2	48
Tabla 27: Ficha iconográfica 3	49
Tabla 28: Plan de producción	54
Tabla 29: Diagrama de producción.....	56
Tabla 30: Parámetros de control de calidad	58

Tabla 31: Maquinarias y equipos.....	59
Tabla 32: Requerimientos de mano de obra	60

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1: Modelado a mano.....	8
Figura 2: Modelado a torno	8
Figura 3: Modelado al vaciado	9
Figura 4: Hilo para cortar arcilla	10
Figura 5: Texturizadores.....	10
Figura 6: Torneta	11
Figura 7: Estecas de madera	11
Figura 8: Devastadores planos.....	12
Figura 9: Esponjas	12
Figura 10: Pinceles	13
Figura 11: Pinzas	13
Figura 12: Esmaltado manual	14
Figura 13: Barnizado	14
Figura 14: Collague BOEM atelier design	5
Figura 15: Collague Apuk	6
Figura 16: PIB industrial y variación por rama del sector.....	9
Figura 17: Opuntia Urban Chic Folk design	16
Figura 18: Género de turistas.....	30
Figura 19: Formación académica	31
Figura 20: Cuando visita lugares turísticos, ¿suele comprar alguna artesanía?	32
Figura 21: ¿Estaría interesado en usar indumentaria donde se plasme elementos gráficos de los alfareros de la parroquia La Victoria?.....	33
Figura 22: ¿Qué prenda superior utiliza con mayor frecuencia?	34
Figura 23: ¿Qué prenda inferior utiliza con mayor frecuencia?.....	35
Figura 24: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que plasme los elementos gráficos de la alfarería?.....	36
Figura 25: ¿Qué es lo más importante para usted al momento de adquirir indumentaria?	37
Figura 26: Ley de Bipartición armónica.....	50
Figura 27: Ley de Tripartición armónica.....	50
Figura 28: Moodboard del perfil del cliente	65
Figura 29: Etiquetas.....	66

Figura 30: Empaque.....	66
Figura 31: Papelería.....	67
Figura 32: Moodboard macrotendencia.....	68
Figura 33: Moodboard tendencia.....	69
Figura 34: Paleta de colores Tendencia Uno	70
Figura 35: Moodboard tendencia.....	70
Figura 36: Silueta recta - chaqueta	71
Figura 37: Silueta recta - pantalón.....	71
Figura 38: Moodboard materiales e insumos	73
Figura 39: Oufits femeninos	74
Figura 40: Oufits masculinos.....	75
Figura 41: Ilustración de la colección.....	76
Figura 42: Visita a la parroquia La Victoria.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad han surgido un sin fin de marcas de moda que incorporan artesanías en propuestas de indumentaria, uno con el fin de preservarlas o con el fin de dar a conocer sus raíces. En este marco introductorio encaja el presente proyecto, tiene como propósito la creación de una colección de indumentaria en la que se incorporen los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria, con el fin de generar nuevas alternativas de productos y contribuir en su economía.

A través, de la recopilación de la información bibliográfica y su respectivo análisis se identificó que los elementos gráficos de alfarería son tradicionales debido a que en la actualidad ya no se aplica el tallado en sus productos; mediante entrevistas realizadas dentro de la parroquia estudiada.

En base a toda la información proporcionada se pudo determinar que el grupo objetivo son hombres y mujeres de 18 a 40 años, para quienes se desarrolló una colección de indumentaria en la cual se encuentra plasmado los elementos gráficos de la alfarería mediante la aplicación de bordados, estampados, entre otros. La propuesta cumple con la necesidad del grupo objetivo.

PALABRAS CLAVES: elementos gráficos, La Victoria, indumentaria, economía, alfarería.

ABSTRACT

Actually, an endless number of fashion brands have emerged that incorporate crafts in clothing proposals, one in order to preserve them or in order to publicize their roots. This project fits into this introductory framework. Its purpose is the creation of a clothing collection in which the graphic elements of the pottery of the La Victoria parish are incorporated, in order to generate new product alternatives and contribute to its economy.

Through the collection of bibliographic information and its respective analysis, it was identified that the graphic elements of pottery are traditional due to the fact that carving is no longer applied to their products; through interviews conducted within the parish studied.

Based on all the information provided, it was possible to determine that the target group are men and women between the ages of 18 and 40, for whom a collection of clothing was developed in which the graphic elements of pottery are embodied through the application of embroidery, prints, among others. The proposal meets the need of the target group.

KEYWORDS: graphic elements, La Victoria, abbigliamento, economy, ceramics.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador tiene como objetivo desarrollar una colección de indumentaria en la que se incorpore los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria, con el fin de generar nuevas alternativas de productos.

En el capítulo I, se desarrolló una investigación bibliográfica de antecedentes como punto de partida del proyecto, además, se realizó la respectiva justificación y posteriormente se plantearon los objetivos.

En el capítulo II, en base a lo establecido en el capítulo I se desarrolló un esquema del marco conceptual en la cual indica la investigación sobre parroquia La Victoria y su alfarería, entre otros; posteriormente se recopiló información detallada de cada punto planteado, además, se analizaron marcas posicionadas en el mercado.

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 alfareros de la parroquia La Victoria y las encuestas para el grupo objetivo. Datos que posteriormente fueron interpretados llegando a una conclusión que luego será tomado en cuenta para la elaboración de la colección.

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

En el capítulo VI, con toda la información recopilada se inicia con el desarrollo de la propuesta, se analiza tendencias, colores, formas, se establece la identidad de la marca, posteriormente se desarrolla los bocetos de la colección, se elaboró la ilustración y fichas técnicas necesarias, finalmente se concluye con la materialización de la colección evidenciándolos mediante el photobook.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Tema

“Diseño de una colección con elementos gráficos representativos de la alfarería de la parroquia La Victoria”

1.2 Antecedentes

Para identificar los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria se han tomado algunos artículos, tesis y revistas en la cual muestran trabajos elaborados basados en la alfarería de esta parroquia, no específicamente están relacionados con indumentaria.

...Monje 2019, en su publicación sobre la promoción y difusión de los centros artesanales, expone sobre los centros artesanales existentes de la parroquia, habla de algunas artesanías y ciertas técnicas que aplican estos artesanos al momento de elaborar sus productos, uno de los puntos claves de esta investigación según este autor es la relación con el usuario, porque para ofrecer un nuevo producto se debe conocer la necesidad y por qué la adquisición de los mismos (Monje, 2019).

... Azogue y Gullsqi 2016, en su publicación de un cortometraje publicitario para promover y difundir la feria de cerámica, hablan sobre el trabajo de los artesanos de esta parroquia, además exponen métodos investigativos que se pueden aplicar para recolectar información de una manera eficaz y ordenada. Así también habla sobre la manera de difundir la alfarería de esta parroquia, explican y dan a conocer la relación que se mantuvo con los alfareros con el fin de conocer las técnicas, los productos y la cromática que aplican en su alfarería (Azogue y Gullsqi, 2016).

...Los costos de producción artesanal para la actividad de alfarería en la parroquia La Victoria cantón Pujilí publicado en la revista Recimundo, escrito por Isabel Armas, Roberto Herrera, Patricia López, Tito Recalde, en esta revista se expone el tiempo que emplean los alfareros en la elaboración de cada uno de sus productos, así también explican si la mano de estos artesanos es valorada. Este trabajo investigativo trata de proponer nuevas técnicas para la elaboración de sus productos así también propone una orientación sobre establecer costos adecuado, es decir si el diseño y calidad están relacionados con el precio.

..... Gonzáles 2015, en su publicación sobre el análisis de las artesanías del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, trata el estudio del valor cultural de las artesanías de este cantón, para esta investigación este autor aplicó ciertos procesos y técnicas para la recolección de información, con el fin de conocer el perfil y las tendencias del consumo, así también habla sobre algunos métodos investigativos como la investigación cuasi experimental y la investigación explicativa. Además, expone propuestas estratégicas de comercialización y promoción con el objetivo de direccionar las ventas de las artesanías (Gonzales, 2015).

... Hidalgo 2015, con su tema el plan de promoción de artesanías en barro de la parroquia La Victoria busca impulsar la tradición de la elaboración de la alfarería, con el fin de lograr mayores plazas de trabajo, como también incrementar la economía de la parroquia. Para esta investigación este autor aplicó diferentes herramientas para la recolección de datos y finalmente muestra ciertas estrategias para su comercialización, así también algunos materiales publicitarios tecnológicos los cuales pueden ayudar a impulsar y mejorar la economía de estos artesanos (Hidalgo, 2015).

1.3 Justificación

El proyecto tiene como fin diseñar una colección de indumentaria con elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria con el fin de reactivar la economía de los alfareros, mediante nuevas alternativas de productos que impulsen el trabajo y el desarrollo local.

El tema de este proyecto está basado en una investigación para el diseño, para la elaboración de la colección se tendrá que realizar una amplia investigación, en este caso será indagar sobre los elementos representativos de la alfarería de la parroquia La Victoria. Para ampliar un poco más acerca del ámbito de investigación al cual pertenece se ha tomado el concepto de Pontis autora del artículo “Qué es y qué implica la investigación en Diseño” en donde explica acerca de la Investigación para el diseño en la que establece que: El primer enfoque es puramente teórico-literario, donde toda la información es extraída de fuentes bibliográficas (libros, artículos, publicaciones) y contrastada entre los diferentes autores. Las investigaciones que emplean esta metodología son consideradas las más comunes y sencillas. Dentro de este grupo pueden incluirse investigaciones históricas, investigaciones sobre aspectos estéticos y perceptivos, e investigaciones sobre diversas teorías sobre diseño (Pontis, 2009). De acuerdo al concepto que plantea Pontis se puede decir que el tema de este proyecto

se tendrá que emplear la investigación de campo debido a que se trabajará con los elementos gráficos representativos de la alfarería La Victoria, con el fin de conocer los gráficos a plasmar en la colección, para lo cual se deberá estudiar los procesos, los materiales y las técnicas empleadas en cada uno de sus productos.

En cuanto a las Líneas de Investigación que sugiere la Facultad de Diseño y Arquitectura de la Universidad Técnica de Ambato; el tema de este proyecto integrador encaja con la línea de Investigación de Comunicación, sociedad, cultura y tecnología debido a que este tema tratar de comunicar y dar a conocer sobre las artesanías que ofrecen los alfareros de esta parroquia. Por lo que el Eje de investigación a la cual pertenece es Social-Cultural debido a que se trabajará de acuerdo a los elementos gráficos que se plasman en los productos artesanales que elaboran estos artesanos; con un Enfoque temático de innovación específicamente a la categoría de Diseño para sociedad, identidad y patrimonio debido a que estas artesanías actualmente son consideradas Patrimonio Cultural Inmaterial perteneciente al cantón Pujilí. En cuanto a la categoría de Programas sugeridos pertenece al grupo de Industrias culturales y creativas debido a que se diseñará una colección de indumentaria con el fin de plasmar los elementos característicos de estos productos. Cabe recalcar que, de acuerdo a las investigaciones realizadas, no se han encontrado artículos en la cuales hayan elaborado indumentaria basados o inspirados en la alfarería de la parroquia La Victoria.

Finalmente, para la categorización de artefacto – artificio de acuerdo con lo descrito anteriormente ingresaría a la categoría de la Mediación debido a que se tomará diferentes elementos representativos de la alfarería de esta parroquia el cual será aplicado a la colección, porque lo que se trata es establecer una relación entre el mundo de la moda y la alfarería con el fin de mejorar la economía de los artesanos. Para lo cual se plantea una propuesta de colección de indumentaria, la misma que plasmará los elementos gráficos identificados la cual también se extraerán módulos, aplicando los principios del diseño como repetición y reflexión, con el fin de generar una malla la misma será plasmado en la indumentaria mediante tratamientos superficiales (bordados, estampados y sublimados).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una colección de indumentaria en la que se plasme los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria con el fin de incrementar y potenciar la comercialización de sus productos.

1.4.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los antecedentes de la parroquia La Victoria a partir de la revisión bibliográfica.
- Identificar los elementos gráficos que se incorporan en la alfarería mediante una recopilación fotográfica.
- Diseñar una colección de indumentaria en la cual se incorpore los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 La Victoria

La parroquia La Victoria fue creada el 10 de junio de 1935, lleva este nombre en coincidencia con la victoria del Dr. José María Velasco Ibarra en las elecciones para presidente de la República. La Victoria es una de las parroquias más antiguas del cantón Pujilí, es considerada como la capital alfarera de la provincia de Cotopaxi. Esta parroquia se encuentra ubicada a 10 kilómetros al occidente de Latacunga y al noroeste de la cabecera cantonal, aproximadamente a unos 5 kilómetros de distancia. La Victoria se encuentra asentada en la antigua hacienda Mulinlivi, entre sus habitantes una parte se dedican a la agricultura y la mayoría a la elaboración de piezas utilitarias en barro, actividades que han construido el principal ingreso económico.

2.2 Artesanía

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 (Roncancio, 2019).

De acuerdo a lo mencionado y a las investigaciones, la artesanía se proyecta como una solución productiva y rentable. Por lo que, en algunos años existirán más emprendimientos en las cuales se incorpore el trabajo artesanal.

2.2.1 Artesanía Tradicional

La artesanía tradicional es aquella actividad que se produce desde tiempos ancestrales; es decir que en la elaboración de sus productos se conserva las técnicas, los diseños y los colores originales los cuales identifican el lugar del cual procede el producto.

2.2.2 Artesanía Contemporánea

La artesanía contemporánea es aquella actividad en la cual se conserva gran parte del proceso tradicional, pero sufren ciertas modificaciones para satisfacer nuevas necesidades materiales y espirituales.

2.3 Tipos de artesanía

Tabla 1.

Tipos de artesanía

Cerámica	Ladrillero, ceramista esmaltador, alfarero
Madera	Dorador, tallista, tornero
Fibras vegetales	Mimbre, paja de centeno
Mármol, piedra y vidrio	Cantero, vidrio emplomado, tallista de cristal
Metal	Cobre, hierro, estaño
Piel y cuero	
Textil	Telar, telas pintadas, bordado
Joyería	Orfebrería
Instrumentos Musicales	
Varios	Cerería, flores secas, perfumistas, relojero, tapicero, fundidor, restauración, grabador

Fuente: Segovia, 2022

2.4 Alfarería

La alfarería es el nombre que recibe al trabajo que se realiza en barro o arcilla, cuya mezcla con otros materiales da como resultado vasijas o figuras.

La alfarería es el arte de elaborar vasijas de barro cocido. Las ollas o pucheros, platos, vasos, botijos y una lista interminable de piezas son las que tradicionalmente se denominan alfarería. También se denomina alfarería a los objetos realizados con arcilla y posteriormente cocidos una sola vez. Normalmente se aplica a las piezas realizadas sin esmalte o con barniz aplicado en una sola cocción y sobre todo a su destino para uso doméstico (Brito y Sánchez, 2019).

2.5 Técnicas de modelado

2.5.1 Modelado a mano

Son técnicas más primitivas, donde las piezas se construyen mediante el estiramiento de la pasta en rollos, placas o bolas de arcilla. Una vez acabada la pieza, la superficie se alisa con la misma mano humedecida. Cabe señalar que nunca dos piezas de cerámica trabajadas manualmente serán exactamente iguales, por lo que estas técnicas no son las más apropiadas para hacer juegos de piezas idénticas (Brito y Sánchez, 2019).



Figura 1: Modelado a mano

Fuente: Chuinda Ana, 2015

2.5.2 Modelado a torno

Las piezas hechas en torno son terminadas manualmente. El torno cerámico es la técnica más utilizada para la creación de piezas en serie. Actualmente, este modelado es empleado para elaborar piezas artísticas (Brito y Sánchez, 2019).

Para dominar esta técnica lleva cierto tiempo, los ceramistas profesionales o los que tienen experiencia son los que elaboran sus productos utilizando esta técnica.



Figura 2: Modelado a torno

Fuente: Chuinda Ana, 2015

2.5.3 Modelado al vaciado o con el uso de molde

La técnica de vaciado o a molde, es la más apropiada para la producción en serie. La arcilla líquida es vertida en un molde de yeso lo cual permite un ligero endurecimiento, una vez que el molde absorbe la mayor parte del agua de la capa de arcilla que queda en contacto con el molde. Finalmente, la pieza es sacada del molde, se le corrigen las imperfecciones y se la deja secar al aire libre (Brito y Sánchez, 2019).



Figura 3: Modelado al vaciado

Fuente: Chuinda Ana, 2015

2.6 Materiales

2.6.1 Materia prima

La materia prima que los alfareros utilizan para la elaboración de sus productos ya sea el barro o la arcilla son extraídos de una mina. Para extraer este material, lo hacen de manera directa, es decir que los alfareros van directamente a la mina y mediante el azadón extraen este material el mismo que luego es transportado hacia el taller del alfarero para prepararlo y posteriormente empezar a elaborar los productos.

2.6.2 Herramientas

2.6.2.1 Corte de placas

Generalmente esta herramienta se utiliza alambre metálico para seccionar placas de arcilla, para mayor comodidad de uso en el mercado se encuentra esta herramienta cuyos extremos tienen mangos de madera y alambre, pero este material puede ser sustituido por un hilo (Chuinda, 2015. pág.24).



Figura 4: Hilo para cortar arcilla

Fuente: Ceramique Artisanale, 2021

2.6.2.2 Texturizadores

Pequeñas herramientas, en uno de sus extremos tiene un mango y en el otro extremo tiene una especie de rodillo, con formas y texturas diversas. También hay texturizadores en forma de sellos, con textura en la punta, pero en la mayoría de talleres son remplazados por piedras que tienen ciertas irregularidades (Chuinda, 2015. pág.24).



Figura 5: Texturizadores

Fuente: Chuinda Ana, 2015

2.6.2.3 Torneta

Es un instrumento de base fija sobre la que gira una base circular, generalmente se utiliza para girar la pieza de cerámica y a su vez ir dando formas, además se utilizan para realizar piezas cilíndricas (Chuinda, 2015. pág. 25).



Figura 6: Torneta

Fuente: Torno alfarero, 2021

2.6.2.4 Espátulas

Esta herramienta varía dependiendo el tamaño de la pieza o la dimensión del detalle que se quiere realizar, sirve para pulir y realizar detalles de todo tipo. La punta de las espátulas varia, las tres espátulas básicas son la espátula redonda, la espátula cuadrada y la espátula triangular (Chuinda, 2015. pág.26).



Figura 7: Estecas de madera

Fuente: Memoria de arcilla, 2010

2.6.2.5 Devastadores

Estas herramientas se utilizan para sacar excedentes de arcillas. Existen diversos tamaños, al igual que las espátulas hay tres formas básicas, redondas, cuadradas y triangulares (Chuinda, 2015. pág.26).



Figura 8: Devastadores planos

Fuente: Memoria de arcilla, 2010

2.6.2.6 Esponja

Para la limpieza de las herramientas se utilizan esponja, se puede pulir humedeciéndola en el agua y deslizándola en la arcilla; también se utilizan las esponjas para limpiar las piezas antes de esmaltar o decorar (Ana, 2015. pág.27).



Figura 9: Esponjas

Fuente: Cerámica bay, 2020

2.6.2.7 Pinceles

Existen una gran variedad de pinceles, de pelo natural y de fibra sintética, los pinceles se utilizan para dar acabados y realizar detalles. Por lo general los pinceles redondos son los más usados, para delineados se utiliza los pinceles delgados, para sombrear y esmaltar se usan los pinceles planos y angulares (Chuinda, 2015. pág.27).



Figura 10: Pinceles

Fuente: Memoria de arcilla, 2010

2.6.2.8 Pinzas

El esmaltado se puede realizar con pinceles, es decir a mano y mediante inmersión. La inmersión permite tener un cubrimiento total de la pieza, para ello se hace el uso de las pinzas, estas sirven para sujetar la pieza y sumergirla en el recipiente con esmaltado líquido (Chuinda, 2015. pág.28).



Figura 11: Pinzas

Fuente: Chuinda Ana, 2015

2.7 Acabados

2.7.1 Esmaltado

El esmaltado es una de las técnicas que se aplica a los productos en la alfarería, existen diferentes tipos como el esmaltado mate, blanco o matizado, esto depende del tiempo de cocción que recibe cada producto. Para aplicar este tipo de acabado se hace uso de un torno y un soplete para realizar mediante la técnica de la inmersión y para realizar el esmaltado manual se hace el uso de las pinzas.



Figura 12: Esmaltado manual

Fuente: Artesanía Aliaga, 2020

2.7.2 Barnizado

El barnizado es otra de los acabados que se aplica en los productos de la alfarería, para aplicar esta técnica a los productos se utiliza el barniz la cual es una sustancia fluida y directa. Este acabado deja a los productos brillantes y defensivas.



Figura 13: Barnizado

Fuente: Torno Alfarero, 2018

2.8 Tipología de alfarería

2.8.1 Obra hueca

Son objetos que tiene forma de jarra, cuerpo alto con la parte superior abierta y con una profundidad considerable, a estas se las puede tapar para conservar alimentos o líquidos, tienden a poseer asas para facilitar el agarre y traslado (Calderón, 2018).

2.8.2 Obra abierta

Estas piezas tienen la abertura superior más ancha que la base, es decir, su base plana y fondo cóncavo como los morteros, las olla, platos, fuentes y tapaderas, aunado a ello en esta categoría se incluye las obras que son de paredes cortas de 3 a 5 centímetros (Calderón, 2018).

2.8.3 Obra cerrada

Se caracterizan por tener cuerpos completamente cerrados, concluyendo la pieza con un bochado o cierre, un leve ejemplo de estos son las huchas y cantimploras (Calderón, 2018).

2.8.4 Obra plana de molde



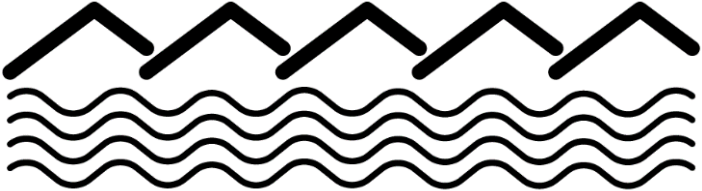


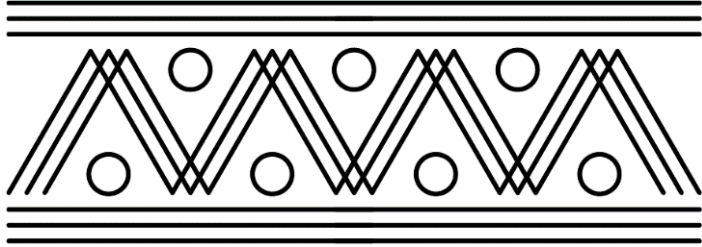


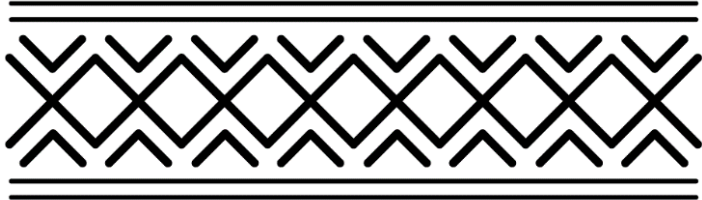
Piezas dedicadas esencialmente para la construcción, se vacía en un molde el material y se espera a que seque, cuando este seco se desmolda, así se obtiene objetos como ladrillos, baldosas y tejas (Calderón, 2018).

2.9 Símbolos gráficos de la alfarería La Victoria

De acuerdo a las entrevistas realizadas los elementos gráficos identificados son símbolos tradicionales debido a que en la actualidad ya no se realizan estos tipos de tallados en sus productos.

Tabla 2:

Extracción de los símbolos gráficos

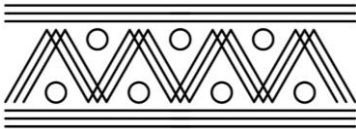

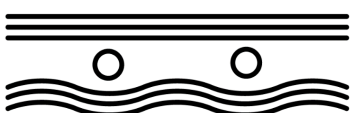


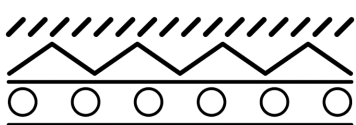
Nombre	Objeto	Tallado	Gráfico
Arado			
Cordillera			
Espiga			

<p>Flores</p>			
<p>Rio</p>			
<p>Sembrío</p>			

2.9.1 Clasificación de los elementos gráficos de la alfarería La Victoria

Tabla 3:

Clasificación de los elementos gráficos

Figuras lineales	Figuras onduladas	Figuras mixtas
		
		
		

2.10 Diseño

El diseño es la expresión de una finalidad definida siguiendo cánones o reglas de funcionalidad y de estética o belleza.

Zarrias 2014, establece al diseño como la capacidad creativa que posee un diseñador ante la necesidad de fabricar o definir algo nuevo, le permite visualizar y concretar formas variadas, modificarlas y transformarlas. Así como encontrar soluciones sorprendentes o sencillas para los problemas. Aunque ese don de la creatividad e incluso genialidad que poseen los diseñadores es importante, el diseño actual se concibe como el resultado de un trabajo arduo y tenaz en equipo. Un buen diseño es el resultado no sólo de una idea "genial" sino también de una labor de investigación y colaboración en un proyecto en el que intervienen muchas personas con diferentes funciones y tareas (Zarrias, 2014).

2.10.1 Indumentaria

Una de las definiciones más completas de indumentaria es de Eicher 2000, que entiende por vestido cualquier aplicación de elementos al cuerpo, con distintas finalidades: protección, belleza, aumento de las habilidades del cuerpo, comunicación de la identidad o actividad de la persona. Señala, además que todo se interpreta en un contexto determinado que tenga en cuenta las relaciones sociales, políticas y culturales en las que el vestido se produce y se usa. La indumentaria es un objeto cultural que depende de cada sociedad y que, aparte de su uso normal y diario, tiene otro más simbólico que se actualiza cuando el vestido se porta y se muestra conscientemente. El verdadero valor de la indumentaria está en su capacidad para ser interpretada en el momento en que se lleva puesta, es el elemento del que se valen las personas para buscar su posición en la sociedad, y a través de él se explicita una identidad, pues el cuerpo se hace visible a los otros, de manera directa y sin ambigüedad. Es decir, el valor del vestido viene dado por quienes lo perciben y hacen la interpretación del mismo. Dado que esta interpretación depende de factores culturales, será necesario que estos se conozcan por ambas partes para que los mensajes que se transmiten a través del atuendo se perciban correctamente (Pastrana, 2012, pp. 207-208).

2.10.1.1 Función Técnica

Son conocimientos razonables traducidos en medios y recursos (operaciones, herramientas, máquinas, etc.) que, generan respuestas miméticas e itinerantes; tiene como objetivo cambiar los estados de la materia y es una estructura metalingüística o universal (unidireccional, algorítmica y rígida). Por lo instintiva parece ser más bien una apología o legitimación de la materia. Trata los principios trasformativos especificándose desde la función. Es tan inmediata que aún los animales la poseen (un pájaro construyendo un nido o una araña tejiendo una red). La forma del objeto puede ser leída desde la técnica que la produjo o que la facturó.

Cuando el objeto sobredimensiona este componente informativo, la forma podría tener las siguientes opciones: una es soportar la técnica legitimándola (una máquina, la cámara fotográfica, exprimidor de limones), otra siendo un resultado de ella, una máquina y sus posibilidades de expresión en objeto, siendo una consecuencia directa de sus posibilidades: si la máquina hace tres tipos de dobleces las respuestas son tres tipos de combinaciones de esos dobleces (como las lámparas de neón). Y en algunos casos, como los artesanales, se convierte

en el mensaje, la expresión, lo que se desea contar, el concepto (un volumen globular hueco de 2 milímetros de pared en comino crespado tallado).

La técnica sobrelleva principios esenciales llamados tecnemas, susceptibles de ser traducidos a forma (percutir, desplazar, cortar, homogenizar, fragmentar) que, asociados con algún grado de rigidez y de estipulada manera, constituyen algunos oficios universales (talabartería, ebanistería, forja, cestería, alfarería, textilería, tejeduría) y sus modos contextuales (alfarería de la Chamba, Ráquira, Bogotá, Antioquia) (Sánchez, 2019, pp. 48-49)

2.10.1.2 Función Estética

La función estética, está asociada directamente a la apariencia del objeto y los elementos que se vehiculizan por medio de la forma y el modo como lo percibimos sensorialmente; ésta será, entonces la primera dimensión del objeto. Función estética corresponde al aspecto psicológico de la percepción sensorial del objeto mediante su uso; esta percepción tiene entonces que ver con los valores de la percepción de la misma, resultante del equilibrio formal, asociado al concepto de belleza (Romero, 2011).

2.10.1.3 Función Práctica

La función práctica, está asociada directamente al uso del objeto; por ello, las relaciones directas que se establecen con el usuario, a través de su cuerpo y de la materialidad. Función práctica se refiere a las relaciones directas entre un objeto y un usuario, basadas en los efectos orgánico-corporales o fisiológicos; puede ser innata o adquirida (Romero, 2011).

2.10.2 Colección

Una colección es una gama de prendas, accesorios o productos diseñados y producidos para su venta en boutiques minoristas o directamente al público. Esta gama de prendas puede estar inspirada en una tendencia, un tema o una orientación del diseño -los cuales son a su vez el reflejo de ciertas influencias culturales y sociales- y suele estar diseñada para una temporada u ocasión concreta. Una colección es una agrupación de atuendos o looks, cuya presentación se lleva a cabo de maneras diversas, desde la pasarela hasta las páginas web en línea. Las colecciones se construyen habitualmente a partir de una combinación de siluetas, colores y tejidos, con un énfasis variable en función de la estética concreta de cada diseñador (Renfrew, 2010, p.10).

2.11 Comercialización

Muchos consideran que la comercialización se trata de la introducción de bienes o servicios a los clientes, ofrecerles promociones atractivas para incrementar las ventas. Es correcto, pero la comercialización es mucho más que eso. Si los clientes prueban sus bienes o servicios y no quedan satisfechos no van a regresar. Pero podría ser devastador para su empresa a la larga si también les dicen a otros que no le compren a Ud. La finalidad de la comercialización es crear lealtad de cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presenta sus bienes y servicios a otros. Si a todos sus clientes les gusta su producto y les cuentan a otros, es probable que su negocio crezca y sea rentable a la larga. La comercialización, por tanto, debe comenzar con entender y satisfacer las necesidades de los clientes. Pero si existen muchos proveedores que están satisfaciendo las necesidades de los clientes, se van a volver más selectivos y apoyarán los negocios que ofrecen bienes y servicios distintos que mejor satisfacen sus necesidades (Lan y Mehtha, 2015).

2.12 Distribución

La distribución es una de las fases de la cadena de suministro, este enfoque logístico está dirigido a mejorar el sistema para colocar el producto donde el cliente lo necesita. Esta fase también requiere de un alto grado de eficiencia, ya que exige una serie de gastos operativos los cuales deben ser lo más mínimos posibles. La distribución también debe ajustarse a las características del producto y del mercado. Para lograr que los productos lleguen a su destino, cliente o consumidor final, es necesario aplicar una estrategia que beneficie el transporte y el manejo de los productos. Uno de los elementos más importantes en esta etapa son los canales de distribución, estructura que se crea para comercializar los productos y llevarlos al consumidor final. Es por ello, que en la unidad se presentan los canales, modelos, recursos y costos de distribución para conocer todo el proceso de la logística de distribución (Ávila, 2010).

2.13 Marcas referentes y/o aspiracionales

2.13.1 Marca referente – BOEM atelier design

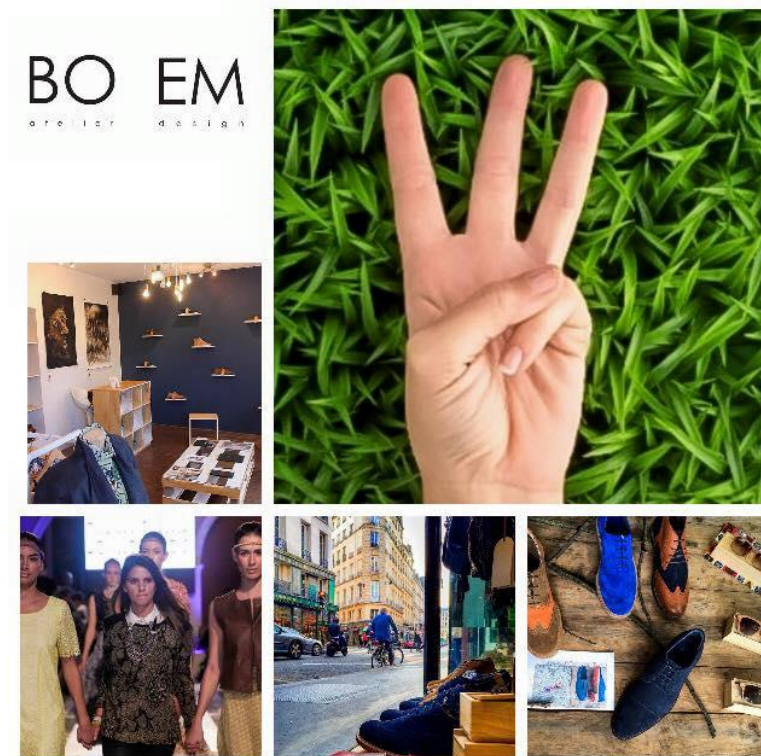


Figura 14: Collague BOEM atelier design

Fuente: BOEM atelier design.

BOEM, palabra que busca fusionar lo bohemio y burgués, esta marca pretende conjugar la confección de prendas de buena calidad y el comercio justo, por lo que trabaja con artesanos y emprendedoras ecuatorianos (Angulo, 2005).

Esta marca busca internacionalizarse, la idea de sus diseños es conectar las culturas por lo que, aplican la fusión de un diseño moderno con las artesanías. Sus productos llevan bordados de la cultura ecuatoriana, cada uno de ellos muestran el talento y la belleza. En cuanto al uso de los mismos las prendas de esta marca no han alcanzado la aceptación del uso cotidiano por lo que es recomendable su usar de acuerdo a la realidad geográfica.

2.13.2 Marca visionaria – Apuk

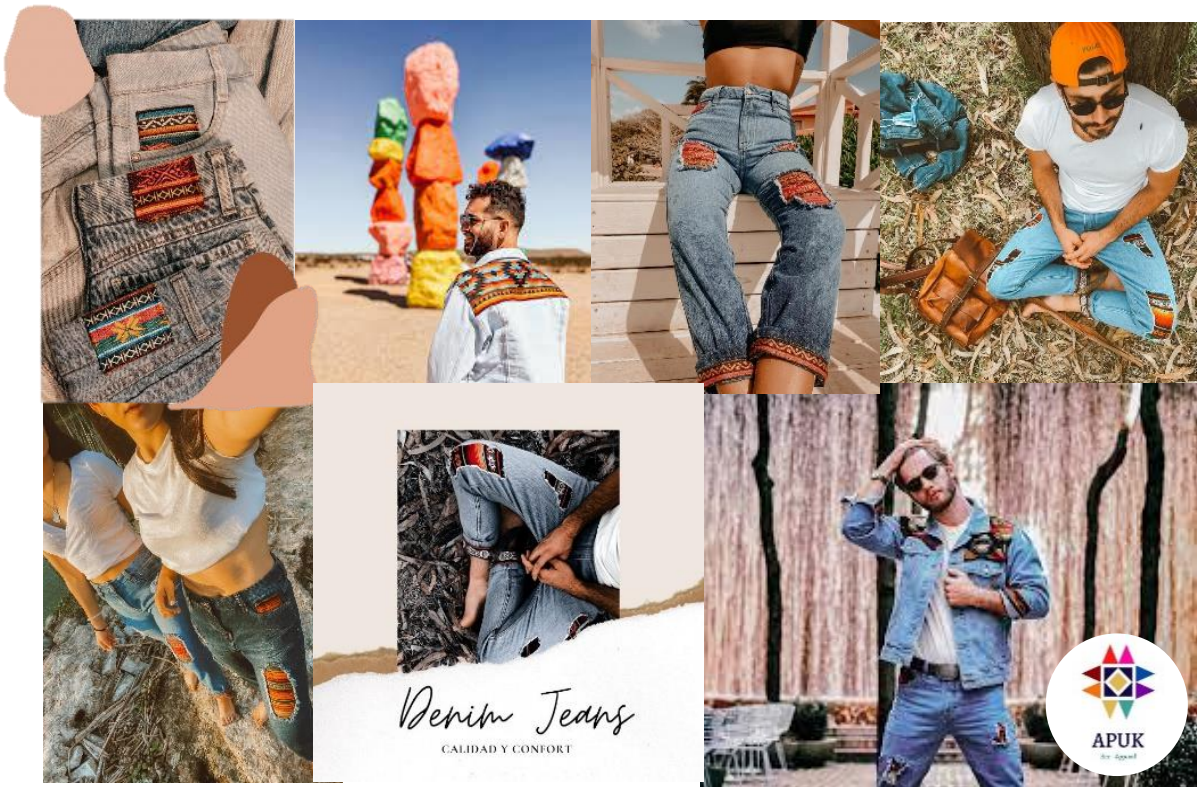


Figura 15: Collage Apuk

Fuente: APUK Eco Apparel

APUK es la historia de tres personas que decidieron aportar al mundo, creando una serie de prendas de vestir con identidad.

Apuk Eco Apparel es una marca ecuatoriana que, tras varios años de investigación y desarrollo de sus productos, finalmente lanza al mercado sus primeras prendas el 08 de marzo de 2021, festejando el día internacional de La Mujer. Esta marca tiene un enfoque sostenible, busca entregar a sus clientes ropa denim de alta calidad, elaborada por artesanos y utilizando textiles andinos reciclados. Al ser una confección hecha a mano, cada prenda resulta única, así como cada uno de las personas que forman parte de este equipo.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Análisis Externo

3.1 Análisis PEST

3.1.1 Entorno Político

En el desarrollo del entorno político se deben analizar los factores asociados a la clase política que influye en la actividad futura de la empresa. Estos factores pueden ser los subsidios públicos dependientes de los gobiernos, la política fiscal de los diferentes países, las modificaciones en los tratados comerciales y los posibles cambios de partidos políticos en los gobiernos y sus ideas sobre la sociedad y la empresa (Torres, 2019).

De acuerdo con la información publicada por el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (MPCEIP), sostiene que, la política del gobierno impulsa a Ecuador como un país líder para invertir. Según el estudio trimestral del ICE realizado por la Universidad Getulio Vargas de Brasil, en el cuarto trimestre de 2021, Ecuador se encuentra entre los países que más ha mejorado en cuanto a negocios. Además, el ministro Julio José Prado mediante el MPCEIP explica que este logro se basa en el análisis de varios expertos económicos y empresariales de América Latina, en la cual señala que Ecuador avanzó 34,7 puntos de esta manera ubicándose en 117,5 en el último trimestre

Así también, uno de los objetivos comerciales que se aspira es firmar con México con el fin de lograr ingresar a la Alianza del Pacífico; al mismo tiempo existe un acuerdo de la segunda fase que se firmará con Estados Unidos en 2022. También existen países como Panamá, la Federación Rusa y Canadá interesados en lograr un acuerdo comercial integral con Ecuador, esto contribuyendo de manera positiva al aumento de confianza de los inversionistas internacionales con el país. Cabe mencionar que los acuerdos comerciales con los países de China y Corea se aspiran lograr durante el periodo del Gobierno de Lasso también son temas importantes que suman confianza a Ecuador con relación a los negocios internacionales.

De acuerdo con lo anterior, se comprueba que para los próximos años Ecuador mejorará su política en materia de negociaciones, esto es resultado del trabajo desplegado por el Gobierno Nacional, bajo la dirección del presidente Guillermo Lasso, con el fin de abrir el país al mundo.

3.1.2 Entorno Económico

El entorno económico analiza a los problemas económicos actuales y futuros que afectan la implementación del plan. Los que influyen en este entorno pueden ser los ciclos económicos del país y/o de otros países en los que se trabaja o potencialmente muestran interés, las políticas presupuestarias gubernamentales, los niveles de crecimiento e ingresos, la segmentación de la clase económica de la población y sus posibles cambios, factores macroeconómicos propios de cada país y la tasa de desempleo (Torres, 2019).

La emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 provocó una profunda recesión que provocó un repunte de la pobreza. Esta crisis ha ampliado los desequilibrios macroeconómicos que el país intenta corregir desde finales de la década pasada. La crisis también ha revelado algunas debilidades estructurales, como la falta de amortiguadores macroeconómicos, acceso limitado a los mercados de capital, niveles de informalidad, un sistema de salud sin preparación y grandes brechas en el acceso a los servicios públicos

Según Javier Díaz, presidente ejecutivo de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), muestra que el sector cuenta con encadenamientos con 33 sectores, convirtiéndose en el más encadenado de todas las industrias. Sin embargo, esto tuvo fuertes restricciones en la temporada 2020. Esta política significó que muchas empresas textiles paralizaran la producción por un tiempo y no pudieran distribuir sus productos por no ser bienes de primera necesidad.

Además, el informe presentado por el BCE muestra que la economía ecuatoriana crecerá un 1,7% en el segundo trimestre de 2022. Esta desaceleración se debe a los efectos del bloqueo en junio. La variación trimestral de 0,1% fue resultado de contracciones en el Gasto del Gobierno (-1,6%), la Formación Bruta de Capital Fijo (-2,1%) y las Importaciones (-4,1%), mientras que el consumo de los hogares aumentó levemente en 0,3% y aumentaron las Exportaciones. 2,6%.

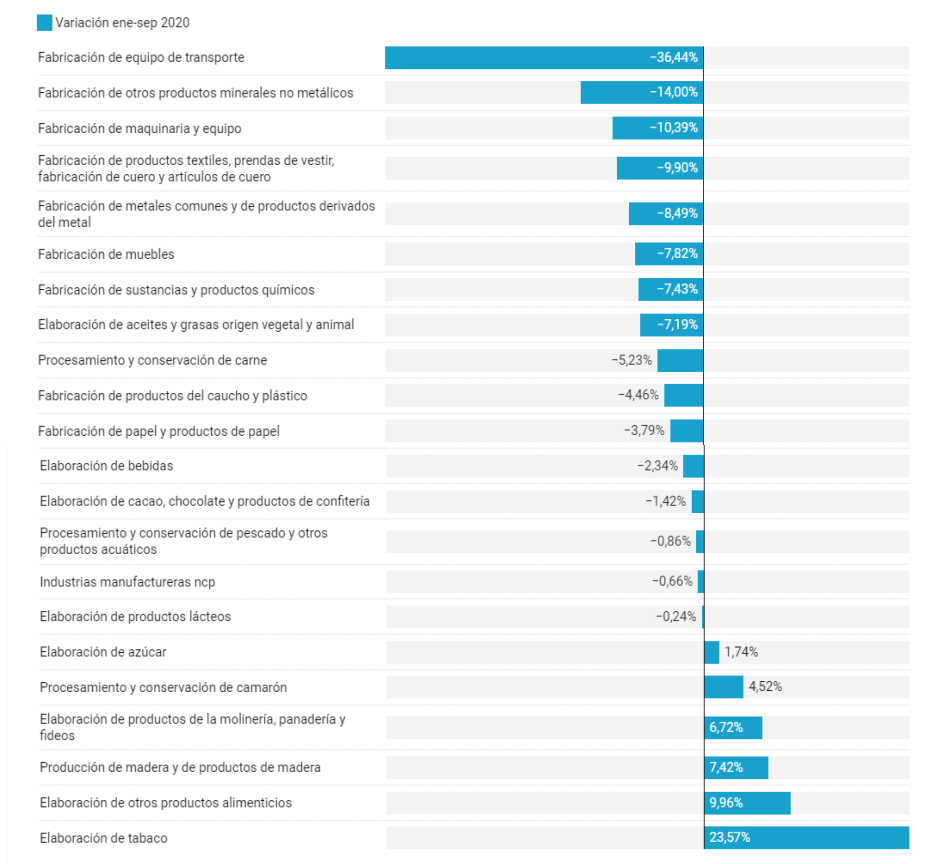


Figura 16: PIB industrial y variación por rama del sector

Fuente: Gestión Digital 2021.

El gráfico presentado por el PIB industrial y la variación por sectores muestra la contracción y la posición interanual.

Por otro lado, uno de los sectores que también se vio afectado por la emergencia sanitaria fue el sector de los artesanos. Los alfareros de la parroquia La Victoria, uno de los lugares más visitados por los turistas locales, nacionales y extranjeros tuvieron que exprimir su creatividad para afrontar la pandemia y lograr que sus negocios sobrevivan.

De acuerdo a la información publicada por el diario El Universo 2020, los artesanos de la parroquia La Victoria pasaron una dura crisis durante la pandemia y su única alternativa ante este problema fue exhibir sus productos al exterior de cada uno sus hogares. Cuando esto terminó y los alfareros pensaban que las ferias de finados, de Ambato, Latacunga y de la misma parroquia, les daría la oportunidad de recuperar Victoria. Ahora los alfareros intentan reactivar su economía por lo que los talleres lo convierten en vitrinas para recibir allí a quienes acuden en busca de sus objetos (El Universo, 2020).

Actualmente, los alfareros están nuevamente levantándose y esto gracias a la feria de finados llamada La Ruta del Alfarero que se llevó a cabo el pasado 2 al 6 de noviembre del 2022, esto trajo como resultado gran afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros por lo que su economía se está reactivando.

3.1.3 Entorno Social / Cultural

Para el desarrollo del entorno social se analizan los factores socioculturales que facilitan la identificación de las tendencias de la sociedad actual. Los factores pueden ser cambios en gustos o modas que repercuten en el nivel de consumo, cambios en el nivel de ingresos, la conciencia por la salud, cambios en la forma de comunicarse o relacionarse, cambios en el nivel poblacional, tanto a nivel de natalidad, como de mortalidad o esperanza de vida y rasgos religiosos de interés (Torres, 2019)

De acuerdo a Bravo “la cultura y el modo de vida ecuatoriano son similares al resto de Sudamérica, cabe señalar que las formas de ocio varían mucho entre la región costa y la región sierra, debido a su temperatura” (Bravo y Cuzme, 2012)

En este 2022, hubo la cuarta masacre en el sistema carcelario del país dejando como resultado 92 reclusos muertos, causa de otro de los problemas sociales, es el narcotráfico y lavado de activos. Ecuador se ha convertido en un país con mayor inseguridad durante los años 2021 – 2022. La violencia, el narcotráfico, la delincuencia, los enfrentamientos entre bandas y el lavado de activos son algunos de los tantos factores negativos que actualmente posee el país.

Otro problema que el Ecuador vive son los casos de femicidio; según la ONU Mujeres, en Ecuador se reportan que 65 de cada 100 mujeres de 15 a 49 años, desde agosto de 2014 hasta noviembre de 2020 se han registrado 443 casos de femicidio. Según los datos de la Plataforma del Consejo de la Judicatura, femicidios.ec, en el año 2020 se registraron 157 muertes violentas de mujeres, de las cuales 73 fueron catalogadas como femicidios; en 2021 se registraron 227 muertes violentas de mujeres, de las cuales 113 fueron catalogadas como femicidios. Hasta el 31 de julio de 2022 se registraron 216 muertes violentas de mujeres, entre ellas 52 femicidios.

Según los datos de Alianza para el monitoreo y Mapeo de los Femicidios, en Ecuador en 2021 se registraron 197 asesinatos de mujeres, adolescentes y niñas por razones de género (ONU Mujeres Ecuador, 2022).

Por lo tanto, el proyecto presentado se ve afectado, debido a que los turistas en Ecuador no se presentan como lugar de distracción, al contrario, los turistas se llenan de miedo. Los turistas no ingresan al país, por lo que los lugares turísticos comienzan a bajar en su economía y por lo tanto los productos artesanales no se venden en su totalidad.

3.1.4 Entorno Tecnológico

En el desarrollo del entorno tecnológico se analiza la influencia de las nuevas tecnologías y el cambio que puede surgir en el futuro. Los factores que influyen pueden ser los agentes que promueven la innovación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), la aparición de nuevas tecnologías relacionadas con la actividad de la empresa que pueden provocar algún tipo de innovación, la aparición de tecnologías disruptivas que cambian las reglas del juego de muchos sectores, la promoción del desarrollo tecnológico que llevará a la empresa a integrar dichas variables dentro de su estrategia competitiva y nuevas formas de producción y distribución (Torres, 2019).

Según lo mencionado por Bravo y Cuzme 2012, indica que la industria ecuatoriana específicamente la industria textil en su mayoría se emplea maquinaria de baja tecnología, es así que gran parte de las exportaciones textiles ecuatorianas están representadas por esta categoría, por lo que implica un porcentaje de pérdida a pesar del dinamismo de la demanda mundial

La inversión en tecnología de punta ha sido uno de los factores más importantes para mejorar la calidad de las confecciones, tejidos, hilos y telas. Otro de los factores indispensables es la capacitación constante a empleados, además de definir una estrategia para el posicionamiento de una marca (Bravo y Cuzme, 2012).

Tabla 4:

Tecnología existente de la Industria Textil

Proceso	Tecnología
Producción de fibra	Robótica
Hilado	Maquinas automatizadas para hilar
Tejido	Maquinas automatizadas para tejer

Fuente: Bravo y Cuzme, 2012

El presente proyecto propone innovar con nuevas alternativas de productos para los alfareros de la parroquia La Victoria, puesto que se realizará una colección de indumentaria en la cual se plasme el trabajo y los elementos gráficos de los productos que estos ofrecen. Además, se presentará un plan estratégico de comercialización y distribución.

3.2 Tendencias de consumo

Ecuador presenta una crisis económica, a medida que empezó la pandemia este problema creció, cabe recalcar que el país ya venía atravesando la crisis económica y después de la pandemia no se ha podido lograr un incremento. Esto, trajo consigo ciertos cambios uno de ellos es el comportamiento del consumidor ante las compras, la higiene y la calidad de los productos fueron los factores principales que los consumidores consideraban al realizar sus compras.

Cada año existen cambios en los gustos y preferencias de los consumidores debido a la situación por la que se atraviesa. De acuerdo al análisis de Euromonitor Internacional, revela las 10 principales tendencias globales de consumo para 2022. La tendencia que se acopla con este proyecto es Urbanistas Rurales.

Estos consumidores se trasladan a vecindarios más seguros, limpios y ecológicos. Las comunidades suburbanas y rurales ofrecen viviendas más espaciales y paisajes más verdes, lo que atrae a los consumidores fuera del área metropolitana. A medida que el trabajo se mueve tanto dentro como fuera de la ciudad. Junto con esta afluencia masiva de reubicaciones están surgiendo nuevas oportunidades de negocio. Es vital aumentar la distribución del comercio electrónico. Centros de micro cumplimiento y el aumento de la entrega de última milla pueden potenciar a las comunidades rurales y ampliar la base de clientes. La entrega a domicilio también está aumentando la cobertura geográfica (Granotec, 2022).

De acuerdo con lo anterior, el consumidor opta por relacionarse con las demás personas, busca conectarse con la naturaleza, por eso que las preferencias en turismo se han incrementado para lugares donde se encuentre productos que representan una cultura en específico, además el consumo local se está incrementado gradualmente, esto después de la pandemia. El objetivo del proyecto es crear una economía local que beneficiará a todos los involucrados.

3.3 Segmentación del mercado potencial

Para realizar la segmentación del mercado potencial, se desarrolla basándose en cinco variables en las cuales se describe más a detalle las características del mercado potencial.

Tabla 5:

Variable Demográfica

Variable Demográfica	
Sexo	Masculino / Femenino
Edad	18 – 40 año
Nacionalidad	Todas las nacionalidades

Tabla 6:

Variable Geográfica

Variable Geográfica	
Continentes	América del Norte
	América del Centro
	América del Sur
	Europa
Países	Ecuador
	Estados Unidos
	España
	Chile
	Colombia

Francia

México

Tabla 7:

Variable Socio económico

Variable Socio económico	
Estrato social	A/ B ⁺ / C
Educación	Bachiller / Técnico Superior/ Tercer Nivel / Cuarto nivel
Ocupación	Estudiantes, empleados públicos o privados, Emprendedores
Ingresos	\$450 en adelante

Tabla 8:

Variable Psicográficas

Variable Psicográficas	
Personalidad	Extrovertidos, apertura a la experiencia y activos.
Estilo de vida	Aventureros, inquietud por conocer nuevas culturas.
Gustos	Prendas que representen una cultura o el lugar que visitan.

Tabla 9:

Variable Conductual

Variable Conductual	
Lealtad de marca	Innovación en productos y calidad.
Intereses del producto	<ul style="list-style-type: none">• Productos que cubran la necesidad del consumidor.• Cliente satisfecho

El mercado potencial son los turistas que visitan la parroquia La Victoria, de acuerdo a las entrevistas realizadas se estima que 15 000 turistas visitan la parroquia, tanto locales, nacionales y extranjeros. Se conoce que el segmento potencial al cual se dirige el proyecto son hombres y mujeres entre los 18 – 40 años de edad. Por lo general los turistas que visitan La Victoria son del continente americano y europeo. En cuanto a la personalidad, son personas extrovertidas y activas con un estilo de vida aventurero. Los requerimientos del mercado potencial son productos que representen una cultura o el lugar de visita.

3.4 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 generaron fuertes estragos. En 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. Como respuesta a esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva.

La recuperación de la economía en cuanto en la industria textil después de la pandemia no se ha logrado estabilizar, existe un desbalance que tomará tiempo en recuperar. Por lo que, el objetivo es insertar la industria textil ecuatoriana a las grandes cadenas globales, con el fin de mejorar las condiciones productivas y competitivas.

3.5 Índice de saturación del mercado potencial

En la parroquia La Victoria provincia de Cotopaxi existe un amplio mercado de indumentaria innovadora, pero no se ha encontrado una competencia directa debido a que no existe marcas que ofrecen indumentaria con identidad cultural. Por lo que debido el índice de saturación se lo aplico a nivel nacional.

A través de la investigación se pudo determinar que Opuntia Urban Chic Folk design, es una marca que propone prendas innovadoras en las cuales se incorpora elementos gráficos. Con esto se concluye que el índice de saturación es mínimo.

3.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Para el análisis estratégico de la competencia, se consideró a la marca Opuntia Urban Chic Folk design, marca que se encuentra posicionada en el mercado y la cual desarrolla prendas en las que se incorpora identidad cultural del Ecuador.



Figura 17: Opuntia Urban Chic Folk design

Fuente: Opuntia # UrbanChicFolkDesign

La riqueza cultural y ancestral que tiene el Ecuador hace que más personas quieran apostar por crear negocios que destaquen esas características en los productos que ofertan.

Gabriela Vera, diseñadora de modas, y Alfredo Mancheno, diseñador industrial y gráfico, están convencidos de que el legado cultural del Ecuador permite crear productos de calidad, con diseños creativos que destaquen. Este fue la razón por la que decidieron crear



Opuntia, un emprendimiento que plasma en sus artículos a través de diseños de marca de autor la esencia del país. El propósito de Vera y Mancheno es crear nuevos diseños con un toque urbano para llegar a un público más joven. Esta marca ofrece monederos, cojines, bolsos, blusas y vestidos.

3.6.1 Análisis de productos Opuntia Urban Chic Folk design

Tabla 10:

Análisis de productos Opuntia Urban Chic Folk design

Producto	Imagen	Precio
Carteras		\$28 - \$50
Cosmetiqueras y monedero		\$18
Tote bag		\$25
Blusas		\$38 - \$58
Vestidos		\$42 - \$84

Chaquetas		\$72
Mascarillas		\$5.50

3.7 Análisis Interno

3.7.1 Análisis de recursos propios y disponibles

3.7.1.1 Recursos Tangibles

3.7.1.1.1 Recursos financieros

La parte económica inicial para la elaboración del proyecto vendrá de las manos del autor del proyecto integrador, el mismo será utilizado para la adquisición de la materia prima, compra de insumos y maquila. A futuro se pretende hacer el uso de recursos financieros, es decir adquirir un préstamo bancario con el fin de expandir el proyecto, invertir en maquinaria, infraestructura y personal de administración, producción, distribución y comercialización del producto.

3.7.1.1.2 Recursos tecnológicos

Tabla 11:

Equipos y aplicaciones

Equipos y aplicaciones	Cantidad
Internet	1
Computador	1
Celular	1
Cámara	2

Optitex	1
Illustrator	1
Photoshop	1

3.7.1.1.3 Recursos organizacionales

Este recurso permite organizar y planificar las actividades de una mejor manera para que el proyecto tenga buenos resultados. Para lo cual es necesario personal humano que organice al demás personal en sus diferentes áreas, como planificación de marketing, planificación de colección, proyección de producción, planteamiento del sistema de control de calidad, entre otros; esto con el fin de generar un trabajo productivo y eficaz.

3.7.1.1.4 Recursos físicos

Tabla 12:

Maquinaria

Maquinaria	Cantidad
Recta	2
Overlock	1
Ojaladora	1
Bordadora	1
Estampadora	1

3.7.1.2 Recursos Intangibles

3.7.1.2.1 Recursos humanos

Tabla 13:

Personal

Personal	Cantidad
Diseñador/a de moda	1
Cortador	1
Diseñador grafico	1
Patronista	1
Maquiladoras	3
Contador/a	1

3.7.1.2.2 Cultura empresarial

Es importante que al iniciar el proyecto se debe crear la cultura empresarial con el fin de caracterizar y diferenciar ante las demás marcas. Para lo cual se deberá plantear normas y valores que aporten a la empresa. Valores como el trabajo en equipo, pasión por el trabajo, colaboración, inclusión y diversidad.

3.7.1.2.3 Recursos de innovación

Para aplicar la innovación en cada uno de los productos se trabajará con la implementación de materia prima de primera calidad, con insumos de larga durabilidad y con tratamientos superficiales de última tecnología (bordados, estampados) que no se desgasten con el lavado y el tiempo.

3.7.1.2.4 Recursos de imagen

Tabla 14:

Personal recursos de imagen

Personal	Cantidad
Modelos	4
Diseñador gráfico	1
Fotógrafo	1

3.8 Análisis cadena de valor

Una empresa debe ser competitiva para que se pueda mantener en el mercado. Aquí se detallan todas las actividades involucradas en la elaboración del producto; para lo cual se divide en dos categorías, en la primera fase denominada actividad de apoyo se detalla la infraestructura, los recursos humanos, el desarrollo tecnológico y la adquisición, en cuanto la segunda fase denominada actividades primarias se describe la logística interna, las operaciones, la logística externa, el marketing y ventas y el servicio.

3.9 Eslabón de investigación y desarrollo

Este eslabón es la parte fundamental para el proceso de diseño, después de la recolección de los datos.

Para el presente proyecto integrador se debe realizar una investigación sobre el perfil del consumidor con el fin de determinar las características como los gustos y preferencias del grupo al cual está dirigido, de este modo se logrará desarrollar la colección de acuerdo a las necesidades que arroje el consumidor. De acuerdo a la información recopilada, el perfil de consumidor muestra como una persona aventurera, explorativa y gustosos por conocer las diferentes culturas a través de productos que se comercializan en los lugares turísticos; por lo tanto, la propuesta de la colección debe tener inmerso los elementos gráficos de la alfarería La Victoria.

3.10 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

En cuanto a la adquisición de la materia prima e insumos se buscará proveedores directos, esto con el fin de obtener un porcentaje de descuento. Después de la adquisición del material se realizará el debido control de calidad, para luego dar paso a la elaboración de los productos. La adquisición de los materiales será en los almacenes ubicados en la ciudad de Ambato debido al desabastecimiento de textiles e insumos en la provincia de Cotopaxi.

3.10.1 Eslabón de producción

El proceso productivo de las prendas que conformen la colección se lo realizará mediante dos fases.

En la primera fase se deberá seleccionar y realizar el estampado o el bordado que se vaya a aplicar en la prenda o en alguna de sus piezas. En cuanto a la segunda fase se requiere el ensamblaje de la prenda, es decir la confección para lo cual se valdrá de una maquila con el fin de generar una producción en masa. Después de su elaboración deberá ir a la sección de empaque y para que el producto tenga un abastecimiento se deberá contar con una bodega de almacenamiento.

3.10.2 Eslabón de comercialización

Este eslabón es el principal, por ello, se han plateado estrategias de comercialización, una de ellas es contar con una tienda física donde se pueda exhibir los productos, el mismo se encuentre ubicado en la parroquia La Victoria junto con los alfareros. Además, para que el producto llegue a más personas se seguirá la misma estrategia de los alfareros, participar en las ferias artesanales y expoferias dentro y fuera de la parroquia.

Por otra parte, la comercialización y difusión de los productos también se lo realizará mediante plataformas digitales que se encuentren en boga como Facebook, Instagram y Tik Tok.

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

El público objetivo del presente proyecto son los turistas locales, nacionales e internacionales que visiten la parroquia La Victoria; ellos son quienes adquieren el producto y a la vez quienes serán las personas encuestadas para conocer los gustos y preferencias sobre los productos de esta parroquia.

La Victoria es una parroquia perteneciente al cantón Pujilí, es uno de los lugares turísticos más visitados de la provincia de Cotopaxi. De acuerdo a las entrevistas realizadas a los alfareros existe un aproximado de 15 mil turistas anualmente que visitan la parroquia.

4.1.1 Modelo de encuesta y entrevista

Es necesario establecer cuál será la muestra y para eso es necesario cumplir con ciertos parámetros y criterios la cual permitan obtener información verás. Las personas a las cuales se le va a aplicar las entrevistas, son personas que conocen el trabajo y los productos que ofrece esta parroquia.

Para aplicar el modelo de encuesta, el mismo que está dirigido para los turistas, se deberá tener claro cuál es la muestra. El tipo de muestreo que se aplica es probabilístico específicamente el muestreo accidental debido a que las encuestas se realizaran a las personas que se encuentren en la exposición del 2 al 13 de noviembre de 2022 en la Ruta del Alfarero. De acuerdo a la fórmula aplicada para saber la cantidad de las encuestas a aplicar.

4.2 Selección de muestra

4.2.1 Encuesta

Para la selección de la primera muestra (encuesta) se realizará por muestreo accidental, debido a que las encuestas están dirigidas a turistas que se encuentren visitando y comprando los productos que ofrece esta parroquia.

Criterios de muestras – encuestas

- Personas mayores de 18 años en adelante, no se establece un rango de edad debido a la afluencia y diversidad de turistas.

- Turistas locales, nacionales e internacionales.
- Turistas que se encuentren visitando y comprando artesanías.

4.2.2 Entrevistas

Para la selección de la segunda muestra (entrevistas) se realizará muestreo por conveniencia, debido a que las entrevistas están dirigidos a los alfareros de la parroquia La Victoria.

Criterios de muestras – entrevistas

- Presidente del GAD Parroquial La Victoria
- Alfareros
- Comerciantes

Para aplicar las entrevistas se tomó como muestra a 5 personas, entre estas personas está el presidente del GAD parroquial La Victoria, 2 alfareros los más antiguos y los que todavía conserven esta tradición y 2 comerciantes que se encuentren en el mercado por varios años.

A continuación, se sitúa el modelo de la encuesta dirigida a los turistas es decir nuestro consumidor y la entrevista dirigida para las personas que conforman esta parroquia.

Encuesta

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de los turistas locales, nacionales y extranjeros ante la alfarería de la Parroquia La Victoria.

Género

Masculino

Femenino

Otro

¿Cuál es su nivel académico?

Bachiller

Técnico superior

Tercer nivel (universidad)

Cuarto nivel (maestría, posgrado)

1. Cuándo visita lugares turísticos, ¿suele comprar alguna artesanía?

SI

NO

2. ¿Estaría interesado en usar indumentaria donde se plasmen los elementos gráficos de los alfareros de la parroquia La Victoria?

SI

NO

3. ¿Qué prendas superiores utiliza con mayor frecuencia?

Chaquetas

Abrigos

Chompas

Chalecos

4. ¿Qué prendas inferiores utiliza con mayor frecuencia?

Faldas

Pantalones

Bermudas

Short

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que plasmen elementos gráficos de la alfarería?

\$30 - \$50

\$50 - \$75

\$75 - \$100

\$100 – en adelante

6. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de adquirir indumentaria?

Precio

Calidad

Diseño

Color

Entrevista

Fecha:

--	--	--

Tema: Diseño de una colección de indumentaria con elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria.

Objetivo: obtener información acerca del trabajo de los alfareros y conocer los elementos gráficos que plasman en sus productos.

Entrevistador:

Entrevistado: Cargo.....

¿De qué manera afectó la pandemia COVID-19 con su trabajo?

.....
.....

¿Qué tipo de artesanías desarrolla?

.....
.....

¿Cuántos productos vende al día?

.....
.....

¿Qué productos son los que más vende?

.....
.....

¿Qué tipo de gráficos plasman en sus productos?

.....
.....

¿Cuántas veces al año realizan ferias de exposición en la parroquia?

.....
.....

¿En qué temporada del año se incrementa la venta de sus productos?

.....
.....

¿Cree usted que la parroquia la Victoria debería tener otra alternativa de productos?

.....
.....

4.2.3 Población

4.2.3.1 Población Diana – Alfareros de la parroquia La Victoria

Los alfareros de la parroquia La Victoria encaja en la población Diana debido a que el proyecto y sus objetivos está enfocado a este grupo.

4.2.3.2 Población Finita – Turistas que visitan la parroquia La Victoria

La población conformada por Turistas que visitan la parroquia La Victoria pertenece a la población finita, pues se conoce la cantidad de turistas que visitan esta parroquia.

4.2.4 Unidad de observación y/o unidad de análisis

4.2.4.1 Unidad de observación

La unidad de observación son las 50 personas entre alfareros y comerciantes que todavía mantienen la tradición de la alfarería en la parroquia, ellos son los que proporcionarán información sobre su trabajo y los productos que ofrecen.

4.2.4.2 Unidad de análisis

La unidad de análisis son los productos hechos por los alfareros debido a que el proyecto se realizará integrando los elementos gráficos que se plasman en la alfarería mediante una colección de indumentaria.

4.3 Técnicas de estudio

En el proyecto se aplica técnicas de estudios que permitan recolectar e interpretar los datos los cuales serán útiles para la sustentación.

4.3.1 Cualitativas

El enfoque cualitativo es un proceso interpretativo el cual permite aplicar un proceso no definido. Este enfoque permite recolectar información de campo los cuales son adquiridas por los actores involucrados. En cuanto a las herramientas que se puede aplicar para recolectar información se puede usar las entrevistas, guías de observación, testimonio, entre otros.

De acuerdo con lo anterior, la herramienta a aplicar es la entrevista semiestructurada, el cual está dirigido a los alfareros, los comerciantes y al presidente del GAD Parroquial, esta entrevista permite interactuar con el entrevistado, hace que la conversación sea más fluida la cual permite obtener datos sobre los alfareros, los productos que ofrecen y los gráficos que ellos plasman en sus artesanías.

4.3.2 Cuantitativas

El enfoque cuantitativo es un proceso deductivo, secuencial y probatorio, es decir que permite recolectar y analizar datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de crear pautas de comportamiento y probar teorías (Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

Mediante las encuestas aplicadas a la muestra limitada de 96 turistas entre locales, nacionales y extranjeros se conoce los gustos y preferencias del consumidor al momento de adquirir una artesanía, además permite saber si el nuevo producto va a tener un impacto positivo en el mercado. Estas observaciones serán tomadas para la propuesta de la colección.

4.4 Elaboración e interpretación de los datos

4.4.1 Interpretación de datos – Encuestas

Aplicación de la encuesta a turistas locales, nacionales y extranjeros que visiten la parroquia La Victoria en la Ruta del Alfarero del 2 al 13 de noviembre de 2022.

Tabla 15:

Género de los turistas que visitan la parroquia La Victoria

Opciones	Porcentaje
Femenino	60%

Masculino	40%
Otro	0%
Total	100%

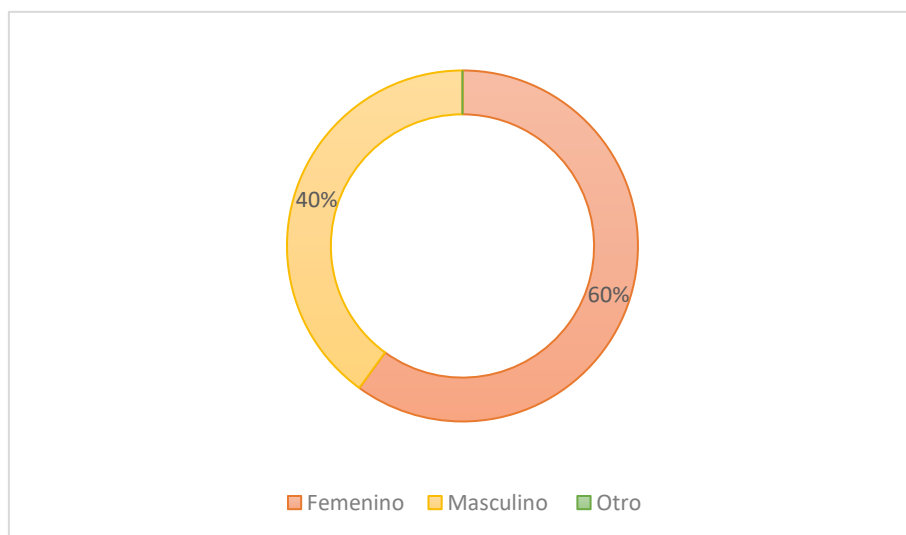


Figura 18: Género de turistas

Fuente: Encuesta

Análisis: Los resultados determinan que el 60% de la población encuestada es femenino y el 40% es masculino.

Interpretación: Los datos obtenidos muestran que la parroquia La Victoria es visitada en gran cantidad por mujeres, esta información permite conocer nuestro consumidor.

Tabla 16:

Formación académica

Opciones	Porcentaje
Bachiller	15%
Técnico Superior	12%
Tercer Nivel	63%

Cuarto Nivel	10%
Total	100%

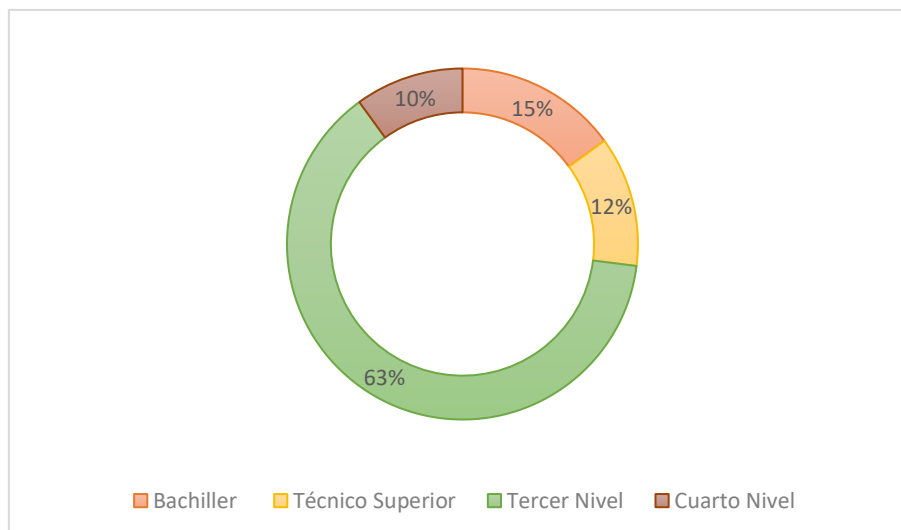


Figura 19: Formación académica

Fuente: Encuesta

Análisis: De acuerdo a la figura, del 100% de las encuestas el 63% tiene una formación académica de tercer nivel, seguido del nivel secundario con el 15%, mientras que el 12% respondieron que tienen un nivel académico técnico superior y el 10% de personas pertenecen a un cuarto nivel académico.

Interpretación: Se concluye que, en su mayoría quienes visitan la parroquia son de formación académica de tercer nivel o son estudiantes que están cursando la universidad, este dato permite saber un aproximado de edad y a quienes se va a dirigir la propuesta.

Tabla 17:

Cuando visita lugares turísticos, ¿suele comprar alguna artesanía?

Opciones	Porcentaje
Si	86%
No	14%

Total	100%
--------------	-------------

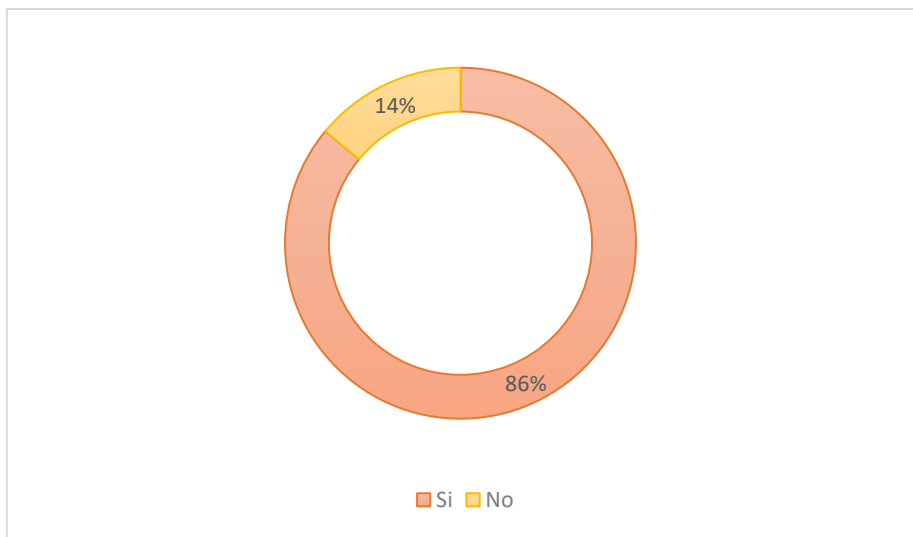


Figura 20: Cuando visita lugares turísticos, ¿suele comprar alguna artesanía?

Fuente: Encuesta

Análisis: En la primera pregunta planteada el 86% de la población encuestada suelen comprar una artesanía cuando visitan lugares turísticos mientras que el 14% no lo hace.

Interpretación: Con base en el análisis la mayoría de los turistas suelen adquirir una artesanía del lugar que visitan, lo que permite que la propuesta va a tener un impacto positivo.

Tabla 18:

¿Estaría interesado en usar indumentaria donde se plasme los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria?

Opciones	Porcentaje
Si	90.6%
No	9.4%
Total	100%

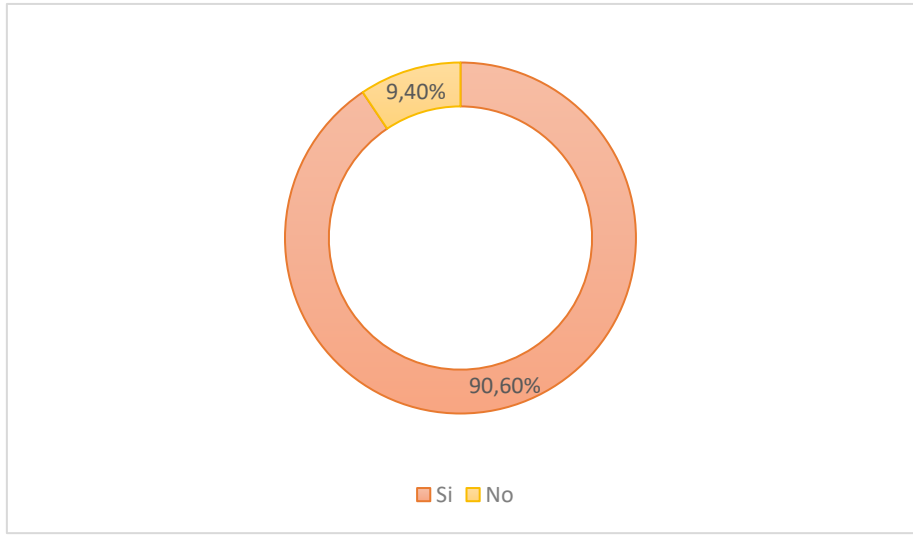


Figura 21: ¿Estaría interesado en usar indumentaria donde se plasme elementos gráficos de los alfareros de la parroquia La Victoria?

Fuente: Encuesta

Análisis: Conforme a la segunda pregunta encuestada el 90.6% están interesados en usar indumentaria donde se plasme los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria, mientras que el 9.4% no están interesados en la propuesta.

Interpretación: Según el análisis la mayoría de los turistas están interesados en usar indumentaria en la cual se plasmen los elementos gráficos de la alfarería, lo cual deja como resultado rentabilidad en el proyecto.

Tabla 19:

¿Qué prendas superiores utiliza con mayor frecuencia?

Opciones	Porcentaje
Chaquetas	50%
Abrigos	8%
Chompas	42%
Chalecos	0%
Total	100%

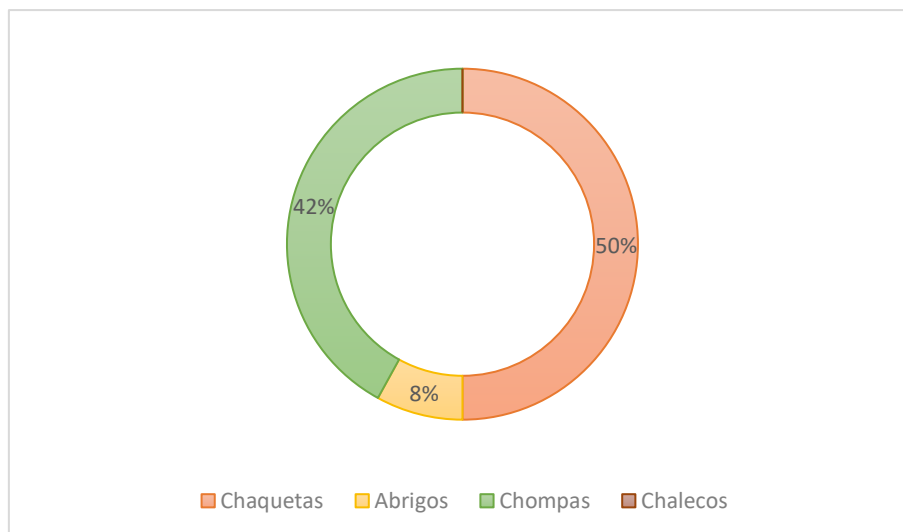


Figura 22: ¿Qué prenda superior utiliza con mayor frecuencia?

Fuente: Encuesta

Análisis: En cuanto a la tercera pregunta planteada, del 100% el 50% respondieron que la prenda superior que utiliza con mayor frecuencia son chaquetas. El 42% muestra que usan chompas y el 8% utilizan abrigos.

Interpretación: Se puede determinar que los datos arrojan con un porcentaje alto que los turistas utilizan con mayor frecuencia chaquetas seguidas de las chompas y con un porcentaje menor los abrigos, este dato permite saber cómo se va a conformar la colección

Tabla 20:

¿Qué prenda inferior utiliza con mayor frecuencia?

Opciones	Porcentaje
Faldas	12.5%
Shorts	0%
Pantalones	87.5%
Bermudas	0%
Total	100%

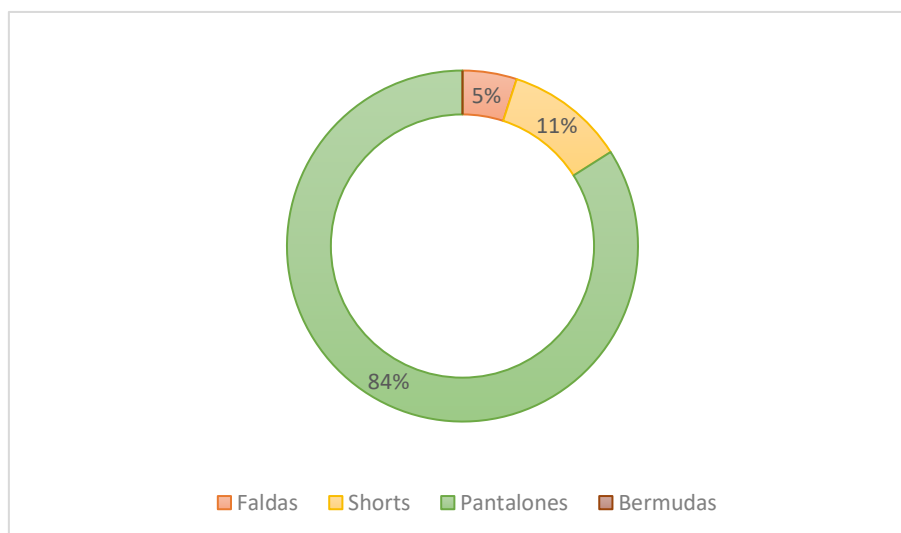


Figura 23: ¿Qué prenda inferior utiliza con mayor frecuencia?

Fuente: Encuesta

Análisis: En la cuarta pregunta encuesta se obtuvo que el 84% de las personas respondieron que utilizan con mayor frecuencia los pantalones, mientras que el 11% respondieron que utilizan shorts y el 5% les gustan las faldas.

Interpretación: Se puede determinar que la mayoría de las turistas encuestadas respondieron que utilizan con mayor frecuencia los pantalones, dato que determina la tipología de prendas inferiores para colección.

Tabla 21:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que plasme los elementos gráficos de la alfarería?

Opciones	Porcentaje
\$30 - \$50	28.1%
\$50 - \$75	50%
\$75 - \$100	21.9%
\$100 – en adelante	0%

Total**100%**

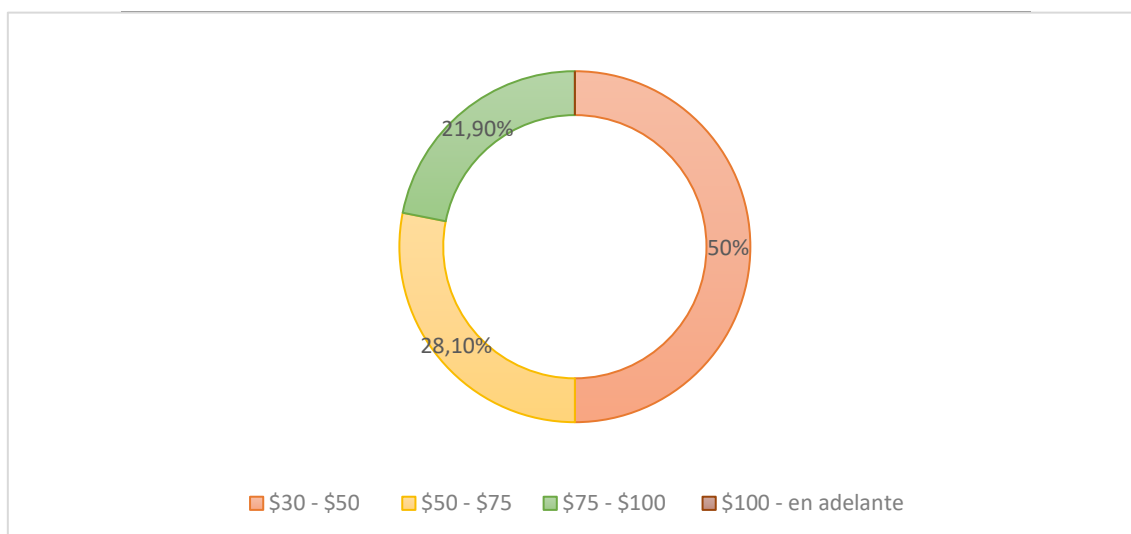


Figura 24: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que plasme los elementos gráficos de la alfarería?

Fuente: Encuesta

Análisis: La quinta pregunta planteada se obtuvo como resultado que el 50% de personas encuestadas están dispuestas a pagar de \$50-\$75 por una indumentaria que plasme los elementos gráficos de la alfarería. El 28.10% de los encuestados respondieron que están dispuestos a pagar entre \$30 a \$50. El 21.50% de las personas revelan que están dispuestos a pagar entre \$75-\$100.

Interpretación: La mayoría de los turistas encuestados están dispuestos a pagar entre \$50-\$75 por una prenda que plasme los elementos gráficos de la alfarería. Este dato servirá como un valor mínimo y máximo para la comercialización de la prenda.

Tabla 22:

¿Qué es lo más importante para usted al momento de adquirir indumentaria?

Opciones	Porcentaje
Precio	10%
Calidad	38%
Diseño	43%

Color	9%
Total	100%

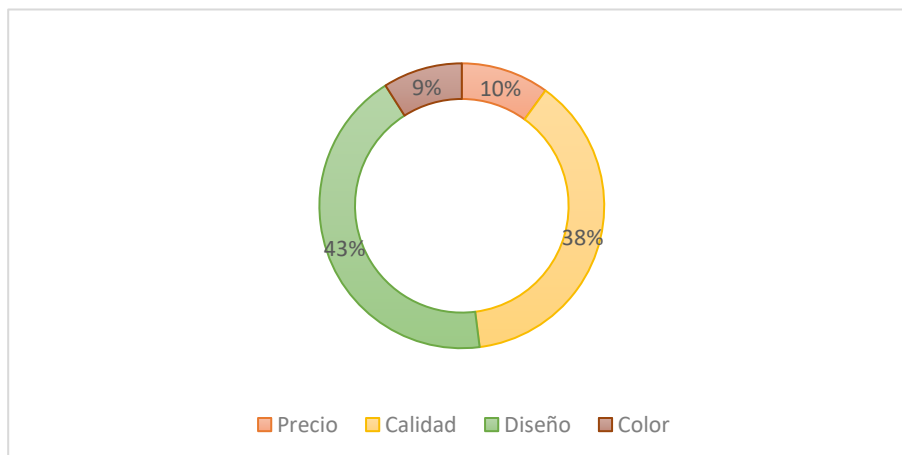


Figura 25: ¿Qué es lo más importante para usted al momento de adquirir indumentaria?

Fuente: Encuesta

Análisis: En la última pregunta encuestada el 43% de la población muestra que para los turistas es importante el diseño seguido de la calidad con un 38%, mientras que el 10% se fija en el precio.

Interpretación: Finalmente se concluye que para los turistas es muy importante el diseño de la indumentaria, sin dejar de lado la calidad. Dato importante al momento de la elaboración de la colección.

4.4.1.1 Conclusión

Las encuestas aplicadas arrojan resultados positivos, los turistas locales, nacionales y extranjeros están interesados en la propuesta del proyecto. El público objetivo tiene afinidad sobre el nuevo producto, mismo que en su mayoría con un 90.6% están interesados en usar indumentaria donde se plasme las artesanías de los alfareros de la parroquia La Victoria, así también admiten que están dispuestos a pagar entre \$50-\$75 por una indumentaria que represente la alfarería.

4.4.2 Interpretación de datos – Entrevistas

Tabla 23:

Triangulación de datos

Triangulación de datos						
Pregunta	Presidente del GAD parroquial de La Victoria.	Alfarero	Alfarero	Comerciante	Comerciante	Síntesis Integral
	Sr. Diego Espinosa	Steven Gamboa	Eulalia Sangoquiza	Marta Bautista	José Olmo	
¿De qué manera afectó la pandemia COVID-19 con su trabajo?	La pandemia afectó duramente al sector artesanal, siendo el sector alfarero uno de los más perjudicados porque durante ese tiempo las personas preferían la medicina y la alimentación.	La pandemia afectó en gran parte en lo que es la venta de los productos porque como no son de primera necesidad entonces los productos	La pandemia afectó bastante porque no se podía vender ningún producto, los alfareros estuvieron estancados durante el tiempo de pandemia. No se	Fue un golpe muy duro porque se tuvo que cerrar los locales, no había la visita de los turistas. Esto afectó la economía de cada uno de los	La pandemia afectó a todo mundo, pero el sector más afectado fue el sector artesanal porque los artesanos viven	La pandemia afectó la economía de cada familia que se dedica a la alfarería porque no podían vender sus productos.

	<p>El turismo bajo quedaron completamente, estancados. debido a las restricciones, no había la visita de turistas por lo que no se podía vender ni exhibir los productos.</p>		<p>podía vender ningún producto debido a las restricciones.</p>	<p>hogares porque ellos viven del trabajo del día a día.</p>		
<p>¿Qué tipo de artesanías desarrolla?</p>	<p>Se oferta todo tipo de productos como utensilios de cocina adornos para sala, macetas para jardines. Ahora con el internet los alfareros han innovado con sus productos.</p>	<p>Realizamos diferentes artesanías como cuadros, maceteros, decoraciones para el hogar y alcancías.</p>	<p>Lo que se realiza en el taller son macetas, floreros, alcancías, decoraciones para el hogar y algunas piezas personalizadas.</p>	<p>Se elaboran alcancías, cuadros, floreros, maceteros, pundos, decoraciones para el hogar y jardines.</p>	<p>Se ofrece maceteros, floreros alcancías, platos, utensilios de cocina, decoraciones para hogares, entre otros.</p>	<p>Elaboran artesanías como alcancías, macetas, floreros, cuadros, utensilios de cocina y decoraciones para el hogar.</p>

<p>¿Cuántos productos vende al día?</p>	<p>Por lo general solo se realizan entregas ya sea semanal, mensuales o bajo pedido, no hay una cantidad mínima ni máxima.</p>	<p>Realizan entregas mensuales, no tienen un número aproximado porque hay veces que los pedidos son grandes y hay veces que los pedidos son en cantidades pequeñas.</p>	<p>No hay una cantidad aproximada, porque hay días que se venden y días que no.</p>	<p>No hay una cantidad aproximada.</p>	<p>No existe una cantidad aproximada.</p>
<p>¿Qué productos son los que más vende?</p>	<p>Lo que más sacamos son maceteros, decoración para jardines y piezas personalizadas.</p>	<p>Lo que más se vende son productos de decoración para jardines y para el hogar tanto exteriores como interiores.</p>	<p>Lo que más se vende son las alcancías, platos, floreros y alcancías.</p>	<p>Lo que más se vende son los maceteros y las alcancías.</p>	<p>Los productos que más se venden son las alcancías y los maceteros.</p>
<p>Los gráficos que se plasman en los productos son los</p>	<p>Los gráficos que se plasman es la flora, fauna y tradiciones</p>	<p>Los gráficos que se plasman en los productos son</p>	<p>Se plasman todo tipo de gráficos como flores,</p>	<p>Los gráficos que se plasma son animalitos,</p>	<p>Los gráficos que emplean son la flora y fauna de</p>

¿Qué tipo de gráficos plasman en sus productos?	elementos del escudo de la parroquia.	de la parroquia y sus alrededores.	animalitos, plantas y las tradiciones de la parroquia.	animales y con el internet innovan los productos para ofrecer nuevas cosas a los turistas.	plantas, flores y las actividades de los alfareros.	la parroquia y sus alrededores.
¿Cuántas veces al año realizan ferias de exposición en la parroquia?	Por el momento solo poseen la feria de finados que se realiza cada 2 de noviembre.	En la parroquia la más sonada es la feria de finados, pero también hay otra feria que se realiza por la fiesta de la cerámica.	Debido a la gestión de las autoridades solo hay la feria de finados que es en noviembre.	En la parroquia hay solo la feria de finados.	Solo hay una feria, la feria de finados.	La feria de finados es la única feria que se realiza en la parroquia.
¿En qué temporada del año se incrementa la venta de sus productos?	Se incrementa la venta de los productos en el mes de noviembre que es la feria de finados.	La temporada en la que se venden nuestros productos es principalmente en noviembre es una gran temporada porque	La temporada en la que se venden los productos es el principal en noviembre, pero también hay ventas en fechas especiales	Aparte de la feria de finados la mejor temporada es en navidad, el 14 de febrero, el	Hay ventas en los meses de diciembre, febrero, marzo, mayo y junio.	La mejor temporada es en noviembre, pero también existen ventas en los meses de

hay una gran como el 14 de día de la madre y
afluencia de febrero, el día de la el día del padre.
turistas, pero madre y el día del
también se padre.
incrementa las
ventas en fechas
como 14 de
febrero, el día de la
madre y el día del
padre.

¿Cree usted que parroquia Victoria debería tener otra alternativa de productos? Las autoridades han tratado de plantear esta propuesta, pero debido al factor económico no se ha podido ejecutar.

Sí, sería bueno porque a través de las prendas de vestir se podría llegar a más gente y se podrían difundir de diferente manera el tipo de trabajo que

Sí, sería bueno Claro que sería bueno, siempre y cuando esté relacionado con el trabajo de los alfareros, lo que es la alfarería, lo que se produce en la parroquia. Porque en la feria Ruta del

Sí, debería haber nuevas alternativas de productos para atraer a los turistas.

Sí, debería existir diferentes propuestas que ayuden a que los alfareros recuperen y que la alfarería no se pierda.

La propuesta es acogida y tiene un impacto positivo por parte de la parroquia.

se realiza en la parroquia. Alfarero 2022 el alfarero quedo enterrado porque hubo comerciantes de indumentaria que no representa nuestro trabajo, prácticamente invadieron este sector.

4.4.2.1 Conclusión

En la primera pregunta de las entrevistas aplicadas de qué manera afectó la pandemia COVID-19 con su trabajo, se llegó a la conclusión que la pandemia afectó la economía de cada familia que se dedica a la alfarería porque no podían vender sus productos.

En la segunda pregunta planteada sobre los tipos de artesanías que desarrollan los alfareros se obtuvo como respuesta que las elaboran una gran variedad de artesanías como alcancías, macetas, floreros, cuadros, utensilios de cocina y decoraciones para el hogar.

En la pregunta tres de los tipos de gráficos que plasman en sus productos la respuesta que se obtuvo fue que los gráficos que se emplean en sus productos son la flora, fauna y las actividades que realizan los habitantes de esta parroquia.

En la cuarta pregunta entrevistada de las veces que realizan ferias de exposición en la parroquia los resultados arrojan que la feria de finados es la única feria que se realiza en la parroquia por lo que se pretende aprovechar estas ferias para presentar la colección a los turistas.

En la quinta pregunta planteada sobre la temporada del año en el cual se incrementa la venta de sus productos los entrevistados supieron manifestar que la mejor temporada es en noviembre, como también los meses de febrero, mayo y junio.

En la sexta pregunta planteada sobre la aceptación de la nueva alternativa de producto la propuesta es acogida y tiene un impacto positivo por parte de la parroquia.

4.5 Metodología Iconología de Erwin Panofsky

“La iconografía es esa rama de la historia del arte que se ocupa del tema o significado de las obras, en oposición a su forma” (Panofsky, 2018, pág. 3).

El proceso de análisis de significado de las obras de arte va desde lo simple hasta identificar el significado de la forma. Para este proceso se basa en tres niveles de estudio es la materia prima o natural (Pre-iconográfico), es la materia secundaria o convencional (Iconográfico) y el sentido o contenido intrínseco (Iconológico).

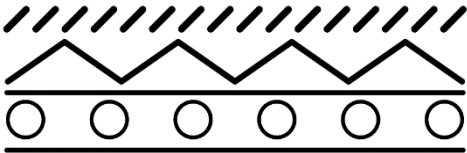
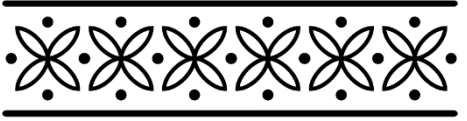
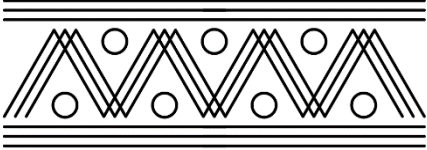
Pre-iconográfico: se aprehende identificando formas puras, es decir ciertas configuraciones de líneas, colores o ciertos trozos de bronce o piedra de forma peculiar, como representaciones de objetos naturales tales como los seres humanos, animales, plantas, casas, herramientas, entre otros. El mundo de las formas puras así reconocidas como portadoras de significados primarios o naturales puede llamarse el mundo de los motivos artísticos (Panofsky, 2018. Pag.5).

Iconográfico: hace referencia a los elementos que acompaña al gráfico. Este nivel se relaciona con los aspectos pre iconográficos, para formar significados o conceptos intrínsecamente de la imagen u obra de arte, lo que nos permitirá el estudio simbólico e interpretación del porqué de los elementos representados (Panofsky, 2018. Pag.6).

Iconológico: Se juntan la pre iconografía junto con características de lo iconográfico para formar una composición total que permitirá llegar al contenido, responder los porques, reconocer la forma y comportamientos de plantas, animales, humanos y origen del mismo. Corresponde a un grado lógico, se debe acudir a la tradición cultural, principalmente a las fuentes icónicas y a las fuentes literaria tratando de identificar lo representado (Panofsky, 2018. Pag.7).

Tabla 24:

Elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria

Selección	
Sembrío	
Flores	
Cordillera	

4.6 Fichas Metodológicas

Tabla 25:

Ficha iconográfica 1

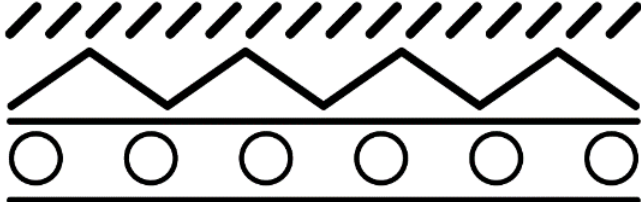
Ficha Metodológica		
Nombre: Sembrío		
Metodología de Erwin Panofsky		
Pre iconográfico	Iconográfico	Iconológico
<p>Gráfico de trazo de mano alzada, interpretada en illustrator. La interpretación se lo realizó en color negro, en la parte superior posee líneas diagonales, debajo de estas líneas en zigzag, seguidamente de líneas paralelas y entre ellas pequeños círculos.</p>	<p>Las líneas diagonales representan la lluvia, las líneas zigzag simula los canales y entre las líneas paralelas se encuentran círculos pequeños que representan las semillas.</p>	<p>Los gráficos de la alfarería son permanentes, pues han sido heredados de generación en generación, cabe recalcar que se desconoce el lugar de origen.</p> <p>El gráfico es la representación del sembrío, es una actividad a la que también se dedican las personas de esta parroquia, para los alfareros esta actividad es una manera de distracción porque mantienen una relación con la Pachamama (madre naturaleza).</p> <p>En la actualidad estos gráficos todavía se plasman en los productos alfareros.</p>
Fuente: entrevista		

Tabla 26:

Ficha iconográfica 2

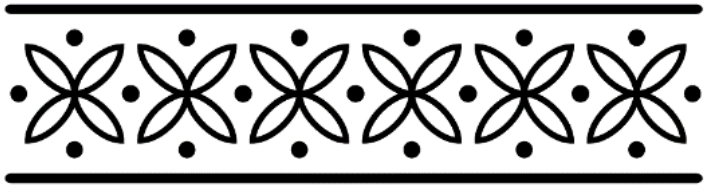
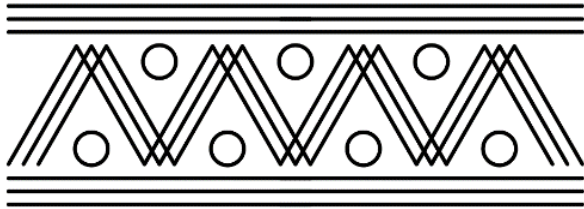
Ficha Metodológica		
<p>Nombre: Flores</p>		
Metodología de Erwin Panofsky		
Pre iconográfico	Iconográfico	Iconológico
<p>Gráfico de trazo de mano alzada, interpretada en ilustrator. La interpretación se lo realizó en color negro, está formado por líneas paralelas entre ellas se encuentran flores de manera abstracta y en el espacio que se encuentra de pétalo a pétalo se encuentran puntos pequeños.</p>	<p>Las líneas paralelas entre canales, los puntos negros representan el polen que riegan y la forma de flor abstracta muestra las flores en general que existe en la parroquia.</p>	<p>Los gráficos de la alfarería son permanentes, pues han sido heredados de generación en generación, cabe recalcar que se desconoce el lugar de origen. El gráfico es la representación todas las flores en general que posee la parroquia, son pequeñas ornamentaciones naturales que le hacen atractivo a este lugar aparte de la alfarería. En la actualidad estos gráficos todavía se plasman en los productos alfareros.</p>
<p>Fuente: entrevista</p>		

Tabla 27:

Ficha iconográfica 3

Ficha Metodológica		
<p>Nombre: Cordillera</p>		
Metodología de Erwin Panofsky		
Pre iconográfico	Iconográfico	Iconológico
<p>Gráfico de trazo de mano alzada, interpretada en ilustrator. La interpretación se lo realizó en color negro, en la parte superior e inferior posee tres líneas horizontales, bajo estas estas líneas se encuentra líneas zigzag que van en diferente orden y bajo ellas se encuentra un círculo.</p>	<p>Las tres líneas superiores representan el cielo, las líneas zigzag simulan las montañas, el círculo que se encuentra en el espacio de cada zigzag muestra el centro de la montaña y las tres líneas inferiores representan la superficie.</p>	<p>Los gráficos de la alfarería son permanentes, pues han sido heredados de generación en generación, cabe recalcar que se desconoce el lugar de origen. El gráfico es la representación de la cordillera que rodea la parroquia, dos de los volcanes que son inspiración para este grafico es el volcán Cotopaxi y el volcán Iliniza. En la actualidad estos gráficos todavía se plasman en los productos alfareros.</p>
<p>Fuente: entrevista</p>		

4.7 Metodología de Zadir Milla

Zadir Milla (2008), en su libro *Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino analiza el Trazado Armónico* como una búsqueda de ordenamiento armónico del espacio, este proceso antiguamente ayudo al hombre en la organización de los trazos simétricos, desarrollando un procedimiento de construcción proporcionada, a manera de pequeños módulos, para lograr proporciones armónicas y relaciones simbólicas entre sí, su sistema genera la capacidad compositiva y creativa del Diseño Andino, como un sistema oculto para el desarrollo iconográfico de una composición. En la geometría del Diseño Andino toda ley de formación inicia con un cuadrado del que se derivan formaciones como rectángulo o el círculo, la equipartición del cuadrado o de un rectángulo forma una cuadrícula dividiendo al icono en pequeños módulos, este sistema parte de dos leyes de formación la bipartición y la tripartición del espacio, esta ley se relaciona con la formación de la cruz cuadrada.

Ley de bipartición armónica: se produce al alternar rombos y cuadrados que se interiorizan entre sí, produciendo una malla de construcción lineal en distintas modificaciones y se representa de tres formas distintas.

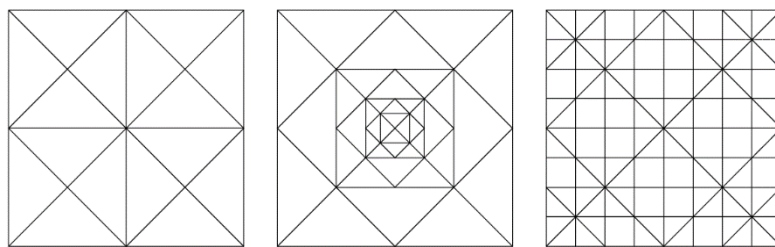


Figura 26: Ley de Bipartición armónica.

Ley de Tripartición armónica: se genera del juego de diagonales del cuadrado y el rectángulo para formas mallas con estos cruces y se representa igualmente de tres formas distintas.

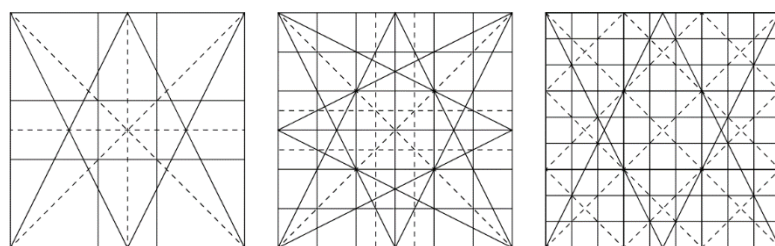


Figura 27: Ley de Tripartición armónica

4.7.1 Fichas de trazado armónico

Tabla 28

Ficha trazado armónico 1: Cordillera


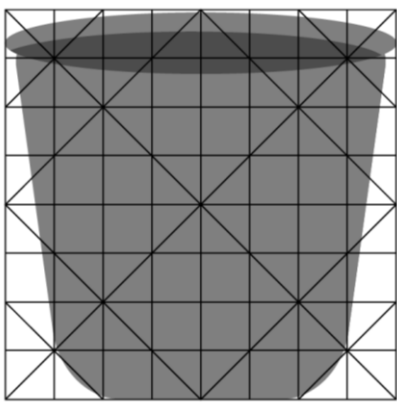

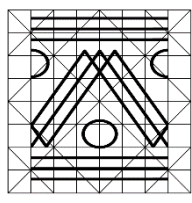
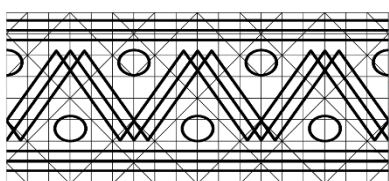
Ficha de trazado armónico – Gráficos de la alfarería “La Victoria”	
Objeto	Nombre: Cordillera
	<p>Descripción: olla de barro rojo con técnica de tallado manual.</p>
Trazado armónico: Ley de Bipartición	
	
Composición modular	Interpretación
 	<p>Línea recta: representan el cielo y la tierra</p> <p>Línea zig-zag: representan las montañas que rodean la parroquia.</p> <p>Círculo: muestra el centro y la distancia entre cada montaña.</p>

Tabla 29

Ficha trazado armónico 2: Sembrío


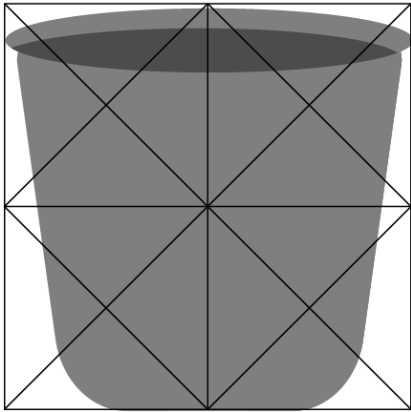
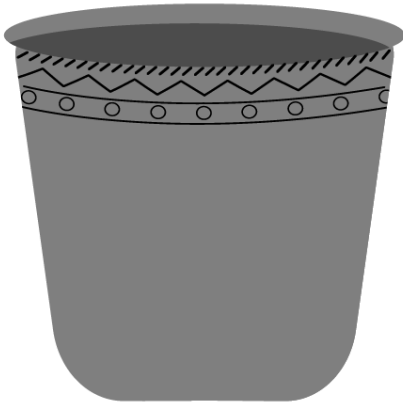
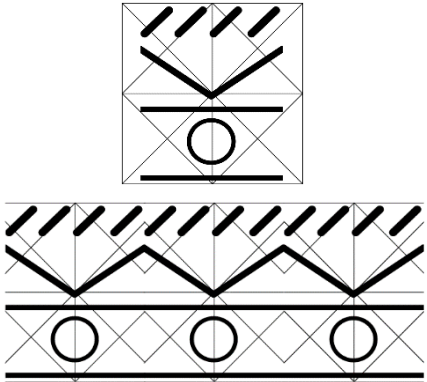

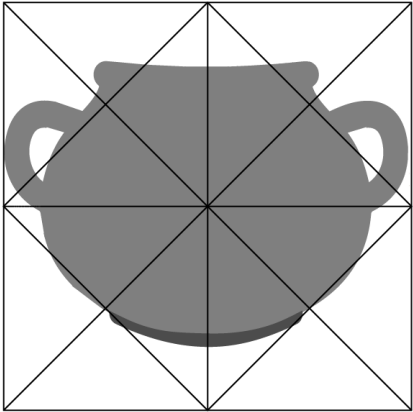

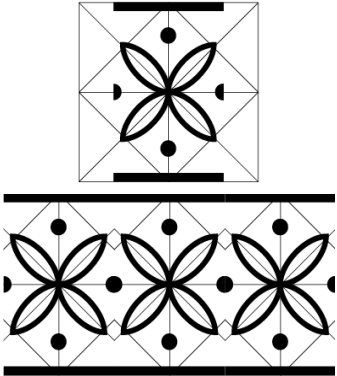
Ficha de trazado armónico – Gráficos de la alfarería “La Victoria”	
Objeto	Nombre: Sembrío
	<p>Descripción: olla de boca ancha elaborado en barro rojo con técnica de tallado manual.</p>
Trazado armónico: Ley de Bipartición	
	
Composición modular	Interpretación
	<p>Líneas diagonales: representan la lluvia.</p> <p>Líneas zig-zag: simula los canales</p> <p>Líneas paralelas: representa la tierra</p> <p>Círculos: representan las semillas.</p>

Tabla 30

Ficha trazado armónico 3: Flores

Ficha de trazado armónico – Gráficos de la alfarería “La Victoria”	
Objeto	Nombre: Flores
	Descripción: olla de boca ancha con dos orejas a los costados, elaborado en barro negro con técnica de tallado manual.
Trazado armónico: Ley de Tripartición	
	
Composición modular	Interpretación
	<p>Líneas paralelas: muestran la separación entre canales.</p> <p>Puntos negros: representan el polen que riegan las flores.</p> <p>Flor abstracta: muestra las flores en general que existe en la parroquia.</p>

CAPITULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1 Cronograma de producción

Tabla 31:

Plan de producción

Proceso	Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño	• Investigación																
	• Recolección de datos																
	• Estudio de mercado																
Desarrollo	• Análisis de datos																
	• Selección del mercado																
	• Propuesta																
	• Marca																

Abastecimiento de materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de mano de obra • Materia prima • Adquisición de insumos 																	
Preproducción	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de modelos • Planificación de la línea 																	
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Patronaje • Corte • Confección • Acabados 																	
Inspección	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad • Limpieza • Detalles • Planificación de distribución 																	
Empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetado • Packaging 																	

Tabla 32:

Diagrama de producción

Proceso	Actividades	Noviembre				Diciembre				Enero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación de la línea	<ul style="list-style-type: none"> • Propuestas • Bocetos • Paleta de color • Diseño plano • Fichas técnicas 												
Pre producción	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de materia prima e insumos • Patronaje 												
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Corte • Confección • Acabados • Cálculo del tiempo 												
Inspección	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad • Detalles • Planificación de distribución 												

Empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Etiquetado • Packaging • Almacenaje 												
----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5.2 Control de calidad

Es importante realizar varios controles con el fin de garantizar un producto de calidad. El control de calidad se realiza mediante tres fases.

Tabla 33:

Parámetros de control de calidad

Parámetros de control de calidad	
Fase	Actividades
Inicio de producción	<ul style="list-style-type: none">• Revisar el patronaje.• Inspección de la materia prima e insumos, como color, material, entre otros.• Observación de las primeras prendas elaboradas y las que se encuentran en proceso de ensamblaje.• En esta fase también se realiza el control de los diseños de los bordados, estampado o sublimados.
Punto medio de producción	<ul style="list-style-type: none">• Controlar medidas en las prendas elaboradas.• Verificar las puntadas por pulgadas• Control de las costuras
Final de producción	<ul style="list-style-type: none">• Colocación correcta de la marquilla• Pulido de hilos• Planchado correcto

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para la ejecución de la colección se requiere el uso de diferentes máquinas como también equipos que contribuyen en la colección. En la siguiente tabla se detalla los equipos y recursos a utilizar.

Tabla 34:*Maquinarias y equipos*

Departamento	Maquinaria y equipos
Departamento de diseño	<ul style="list-style-type: none">• Internet• Computador• Impresora• Materiales de oficina• Escritorio• Softwares (Illustrator, Photoshop)
Departamento de patronaje	<ul style="list-style-type: none">• Mesa de patronaje• Papel o cartón• Reglas de patronaje• Cinta métrica• Lápiz, marcador• Tijera
Departamento de corte	<ul style="list-style-type: none">• Mesa de corte• Cortadora• Tiza• Pegamento textil en aerosol• Tijeras• Sujetadores de tela
Departamento de ensamblaje	<ul style="list-style-type: none">• Maquina recta• Maquina overlock• Maquina recubridora• Ojaladora• Remachadora• Plancha
Departamento de acabado	<ul style="list-style-type: none">• Pulidora• Medidor de puntadas por pulgadas
Departamento de empaquetado	<ul style="list-style-type: none">• Mesa de empaquetado• Etiquetas

	<ul style="list-style-type: none"> • Empaque
Departamento de bodega	<ul style="list-style-type: none"> • Perchas
Departamento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Computador • Smartphone

5.4 Requerimientos de mano de obra

Para la elaboración de la colección se requiere persona especializado y con experiencia, con el fin de generar un trabajo óptimo.

Tabla 35:

Requerimiento de mano de obra

Requerimientos de mano de obra		
N°	Personal	Actividad
1	Diseñador Textil e Indumentaria	Investigación y diseño de la colección
1	Cortador	Cortar las piezas de la colección
3	Maquilas	Ensamblaje de las prendas
1	Patronista	Patronaje y escalado
1	Contador	Llevar la contabilidad
1	Diseñador grafico	Publicidad de la marca

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

La seguridad y el medio ambiente en una empresa es necesaria para que los empleados se sientan seguros y a gusto en su trabajo.

5.5.1 Seguridad industrial

- Distribución de la maquinaria
- Instalaciones aéreas
- Uso del equipo personal (mandil, mascarilla, lentes, tapones)
- Cabello recogido
- Uñas cortas
- No usar zapatos de tacones
- Colocación de señaléticas
- Adquisición de un botiquín de primeros auxilios

5.5.2 Seguridad Ambiental

- No ingresar alimentos ni bebidas
- Mantener limpio el taller
- Disponer de basureros para los desperdicios
- Tener ordenado los textiles e insumos

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

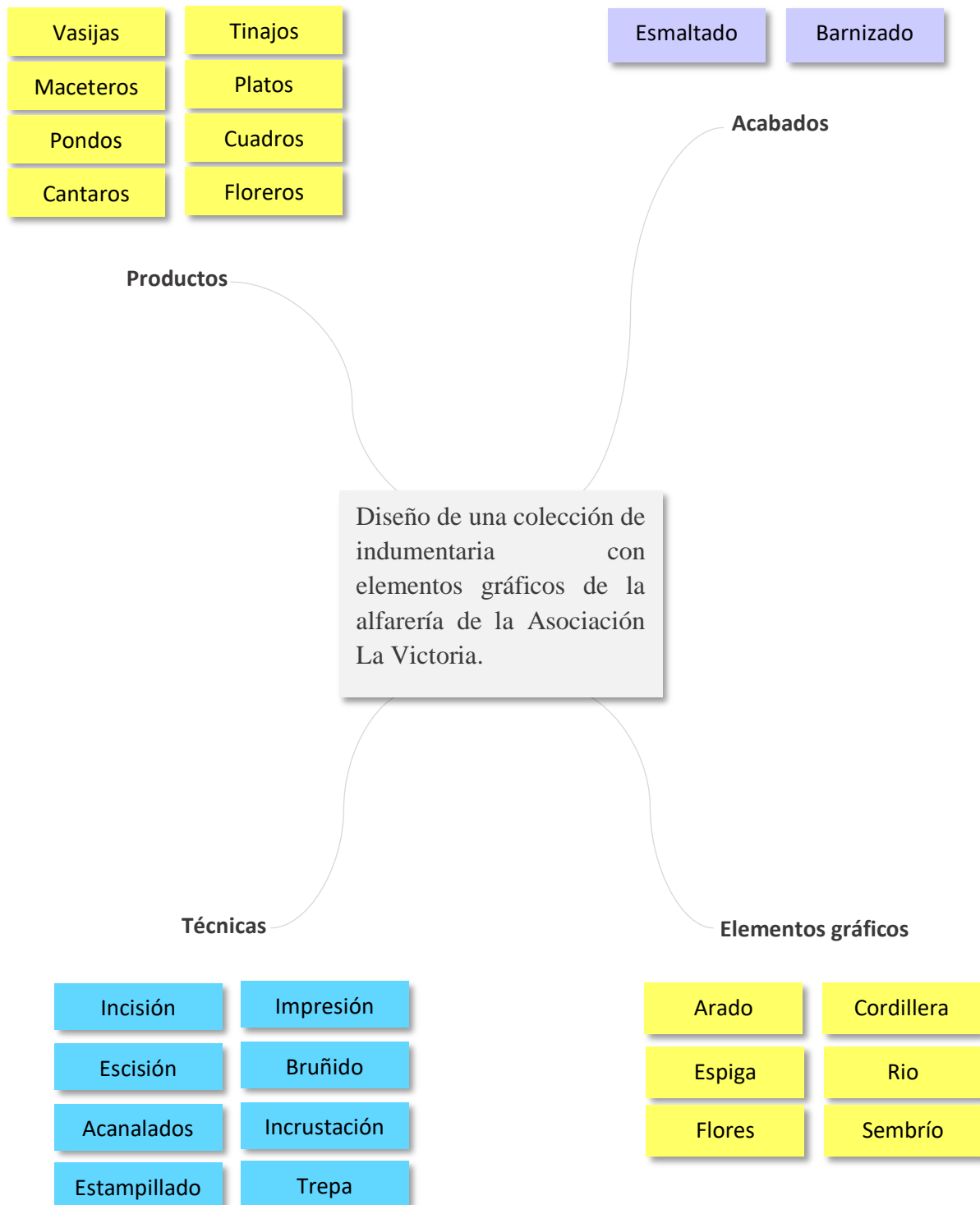
Las preferencias y gustos de las personas después de la pandemia cambiaron completamente, después de la pandemia los lugares turísticos empiezan a reactivarse por lo que, las personas empiezan a consumir indumentaria que plasme un gráfico o símbolo representativo del lugar que visitan.

La Victoria destino turístico referente al cual se dirige el proyecto, carece de turismo por lo que su economía se encuentra inactiva esto debido a la pandemia COVID-19, por lo que se propone nuevas alternativas de productos esto con el fin de ayudar a la reactivación económica de la parroquia.

Es así que nace Fim's, marca que trata de cubrir las necesidades del consumidor post pandemia, este proyecto tiene como objetivo aportar a la reactivación turística y económica de la parroquia. Esta marca presenta una colección de indumentaria conformada por chaquetas y pantalones para ambos sexos, con aplicación de elementos gráficos de la alfarería mediante tratamientos superficiales como bordados, estampados, sublimados.

A la vez se intenta transmitir la esencia de la marca para lo cual se determinan parámetros a cumplir para solventar las necesidades del consumidor, como la calidad, la funcionalidad y la estética esto con el fin de garantizar el producto.

6.2 Brain storming (lluvia de ideas)



6.3 Perfil del cliente

Mujeres y hombres con un rango de edad entre los 18 – 40 años de edad que visitan la parroquia La Victoria. Presentan un nivel de educación superior por lo que su economía se encuentra activa. Además, son personas aventureras y amantes de las culturas

Para definir el perfil del cliente al cual pertenece el presente proyecto se ha basado en la clasificación de los perfiles de consumidor presentados por INEXMODA. Entonces el perfil del consumidor al cual pertenece es contemporáneo, este perfil se encuentra en permanente evolución que replantea y modifica sus valoraciones de acuerdo a los nuevos referentes, productos de su constante exploración a la que es sensible y flexible. Solo valida sus propias experiencias y sus planteamientos, el conocimiento y su proceso de enriquecimiento intelectual prima sobre lo material (INEXMODA, 2010).

De acuerdo a lo mencionado este perfil se acopla perfectamente con el proyecto porque son personas que son sensibles al cambio, es decir que optan fácilmente por nuevas alternativas para mantenerse en constante evolución.

6.3.1 Moodboard del perfil del cliente

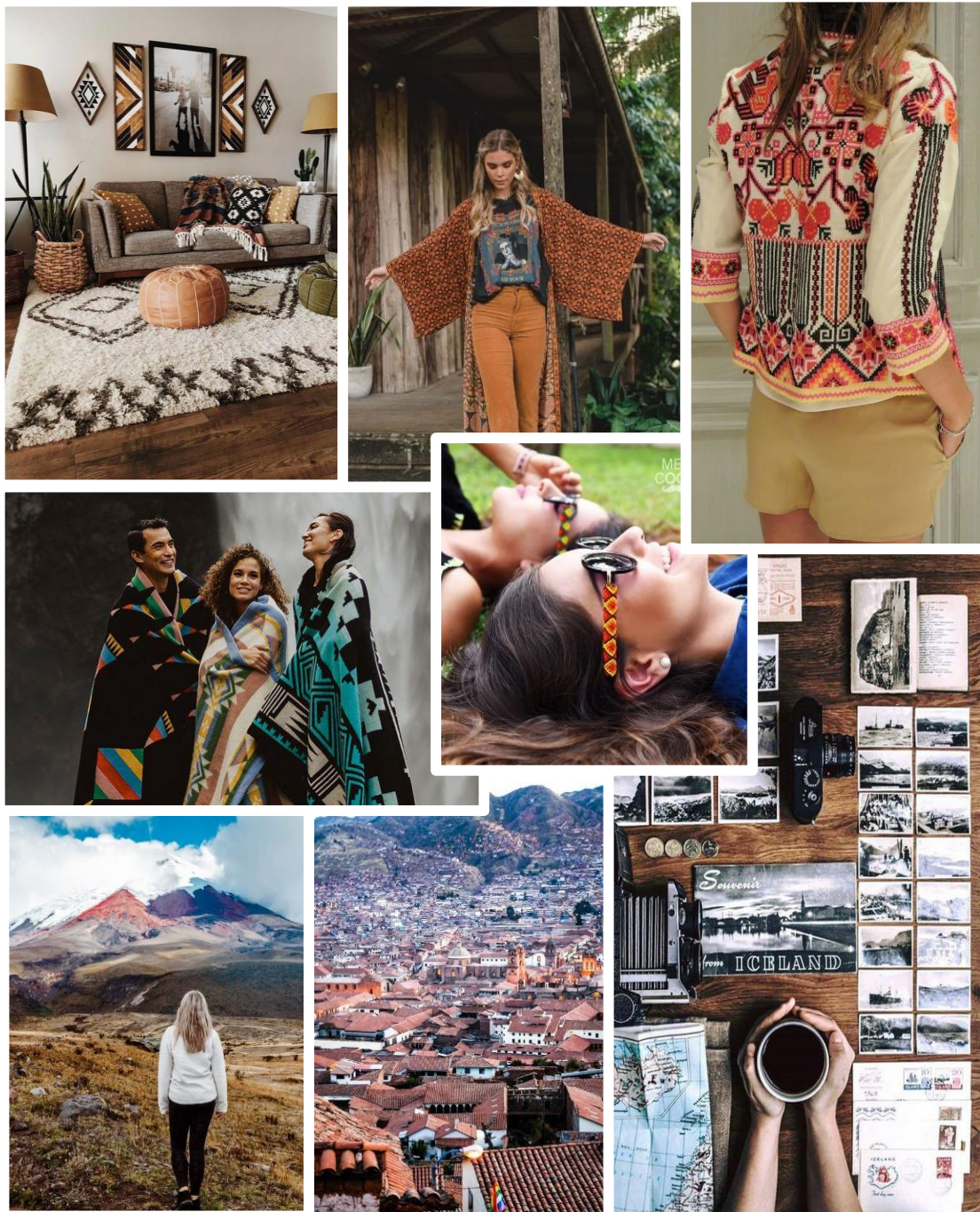


Figura 28: Moodboard del perfil del cliente

6.4 Identidad de marca

Esta marca trata de transmitir seguridad y confianza al momento de vestirse, FIM'S que nace como un emprendimiento, ofrece productos innovadores, además de ser amigable con el consumidor y siempre estar pendientes a la necesidad del mismo, a la vez trata de generar vínculos con el usuario a través de productos de calidad y diseños exclusivos que lleguen a satisfacer los requerimientos del consumidor. Esta marca trata de vestir al público de un espíritu joven con prendas elegantes y contemporáneas.

6.4.1 Aplicaciones

6.4.1.1 Etiquetas



Figura 29: Etiquetas

6.4.1.2 Empaque



Figura 30: Empaque

6.4.1.3 Papelería



Figura 31: Papelería

6.5 Análisis de la propuesta

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Para la propuesta de la colección de indumentaria se ha determinado el uso de los colores de acuerdo a lo que la tendencia establece. Para los tonos acentos se ha planteado los colores que estarán en tendencia en el 2023, estos colores están dictados por la WGSN. En cuanto a los colores neutrales se seleccionó los colores blancos, negro.

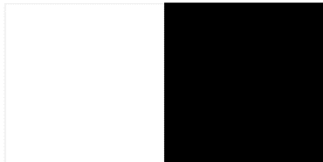
6.5.1.1 Paleta cromática



6.5.1.2 Acento



6.5.1.3 Complemento



6.6 Tendencia: macrotendencia y tendencia

6.6.1 Macrotendencia

La macrotendencia A todo color a través de sus colores, materiales, texturas y acabados evoca emociones y sentimientos específicos. esta macrotendencia se caracteriza por pinturas coloridas y abstractas, son un elemento clave.

Además, esta macrotendencia recalca que no es solo se dirige al factor visual sino a todos los sentidos.



Figura 32: Moodboard macrotendencia

Fuente: Hovia, 2023

6.6.2 Tendencia

Para la colección de este proyecto se utilizará la tendencia UNO, tiene como concepto central crear comunidades para entender diversidades de emociones para sanar y salir adelante juntos. Esta tendencia trata de buscar crear conexiones post-aislamiento despojándose del individualismo para acercarse a la comunidad y así mismo (Lafayette, 2022).

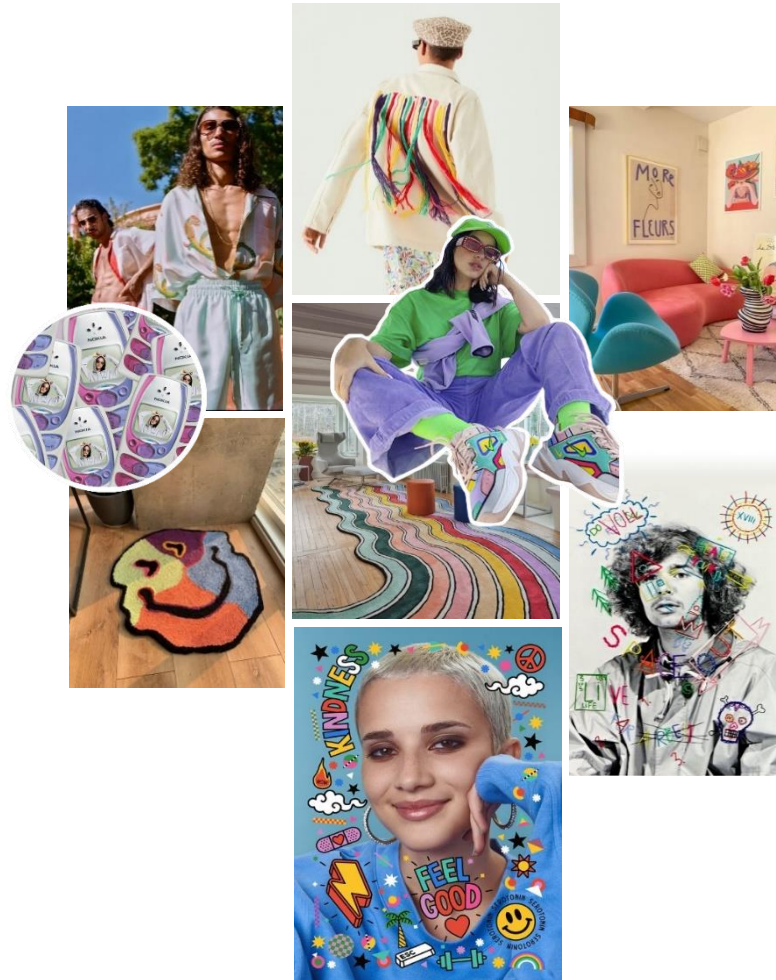


Figura 33: Moodboard tendencia

Fuente: Lafayette, 2021

Los colores que plantea la tendencia son tonalidades positivas y alegres, luminosas pero naturales como el fresa helado, melón, azul atmosfera, morado imperial, amarillo sauco, rojo clásico y verde enebro. Una paleta que celebra la diversidad humana tonalidades de color en saturaciones medias (Lafayette, 2022).



Figura 34: Paleta de colores Tendencia Uno

Fuente: Lafayette, 2021

En cuanto a textiles se utilizarán aquellos inspirados en la artesanía casera y manifestaciones DIY (hazlo tú mismo), además habrá textiles bordados y pintados a mano. También se usará los textiles de punto suaves y lisos que sirvan como el lienzo para transmitir mensajes en las prendas.

Las sargas, pana y driles que traen un aire retro, así como también textiles con acabado artesanal o burdo el cual aporte valores de herencia cultural (Lafayette, 2022).

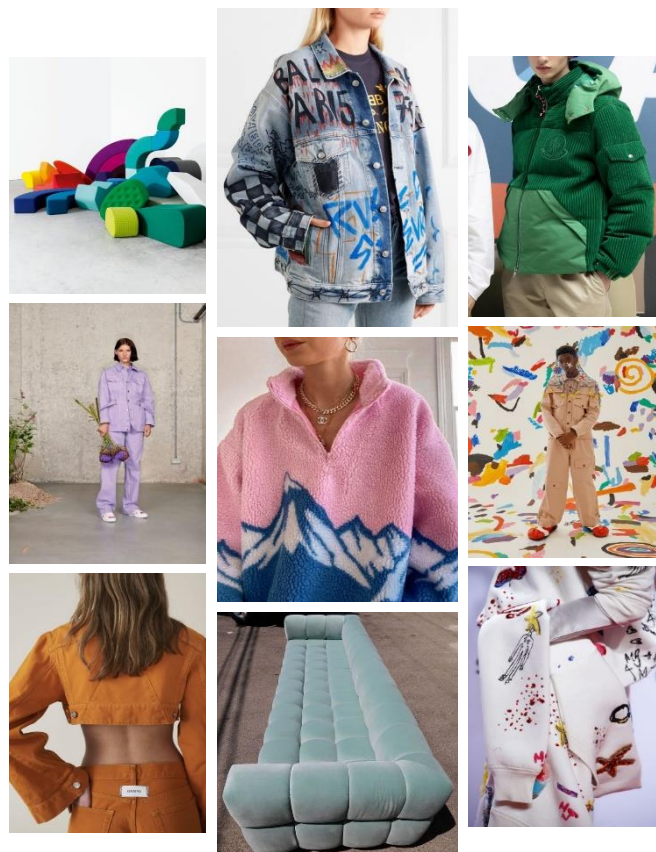


Figura 35: Moodboard tendencia

Fuente: Lafayette, 2021

6.7 Concepto de la propuesta

ALTERNA es el nombre de la colección planteada en el proyecto, la propuesta tiene como concepto contribuir a la economía de los alfareros después de la pandemia, específicamente a la parroquia La Victoria. El punto de partida para este proyecto nace de una problemática y como resultado a esto se ha planteado una colección de chaquetas y pantalones dirigido para el género masculino y femenino, en los cuales se plasmará los elementos gráficos que utilizan los alfareros de esta parroquia en sus productos.

6.7.1 Elementos del diseño

6.7.1.1 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 para prendas superiores y prendas inferiores.



Figura 36: Silueta recta - chaqueta

Fuente: Marie Claire, 2020



Figura 37: Silueta recta - pantalón

Fuente: Vogue, 2022

6.7.1.2 Proporción y línea

La armonía de las prendas es importante ya que visualmente por ello las proporciones serán equilibradas. Las prendas que conforman la colección tienen en su mayoría simetría, y asimetría en minoría, en el caso del diseño de bordados y estampados se puede encontrar el manejo de un elemento gráfico distribuido en forma de rapots.

6.7.1.3 Función

La presente colección tiene como objetivo cumplir con los requerimientos del grupo objetivo, a partir de la encuesta realizada se pudo observar los gustos y preferencias de las tipologías de las prendas, las cuales fueron tomadas en cuenta en la presente colección.

Además, la función de la colección es suplir a un nicho de mercado poco abastecido con una nueva propuesta de producto.

6.7.1.4 Detalles

Los detalles predominantes de la colección son el bordado y los estampados en DTF de los elementos gráficos de la alfarería que contiene cada una de las prendas, siendo parte primordial de la colección.

6.7.1.5 Estilo

El estilo se ha definido a partir de la marca Fim's que maneja el estilo urbano, como su nombre lo indica, es decir, busca la informalidad y la comodidad. Desde la marca se ha decidido manejar este estilo por su versatilidad, comodidad y adaptabilidad a diferentes ocasiones de uso.

6.7.1.6 Estampados, bordados y acabados, terminados

La colección tiene como detalles estampados y bordados elementos gráficos de La Victoria. Estos elementos tienen simetría y repetición. En la colección se utilizaron tres elementos gráficos: la cordillera, las flores y el sembrío.

6.8 Materiales e insumos



Figura 38: Moodboard materiales e insumos

6.9 Sketch o bocetos

6.9.1 Diseños planos por prenda o referencia



Figura 39: Oufits femeninos



Figura 40: Oufits masculinos


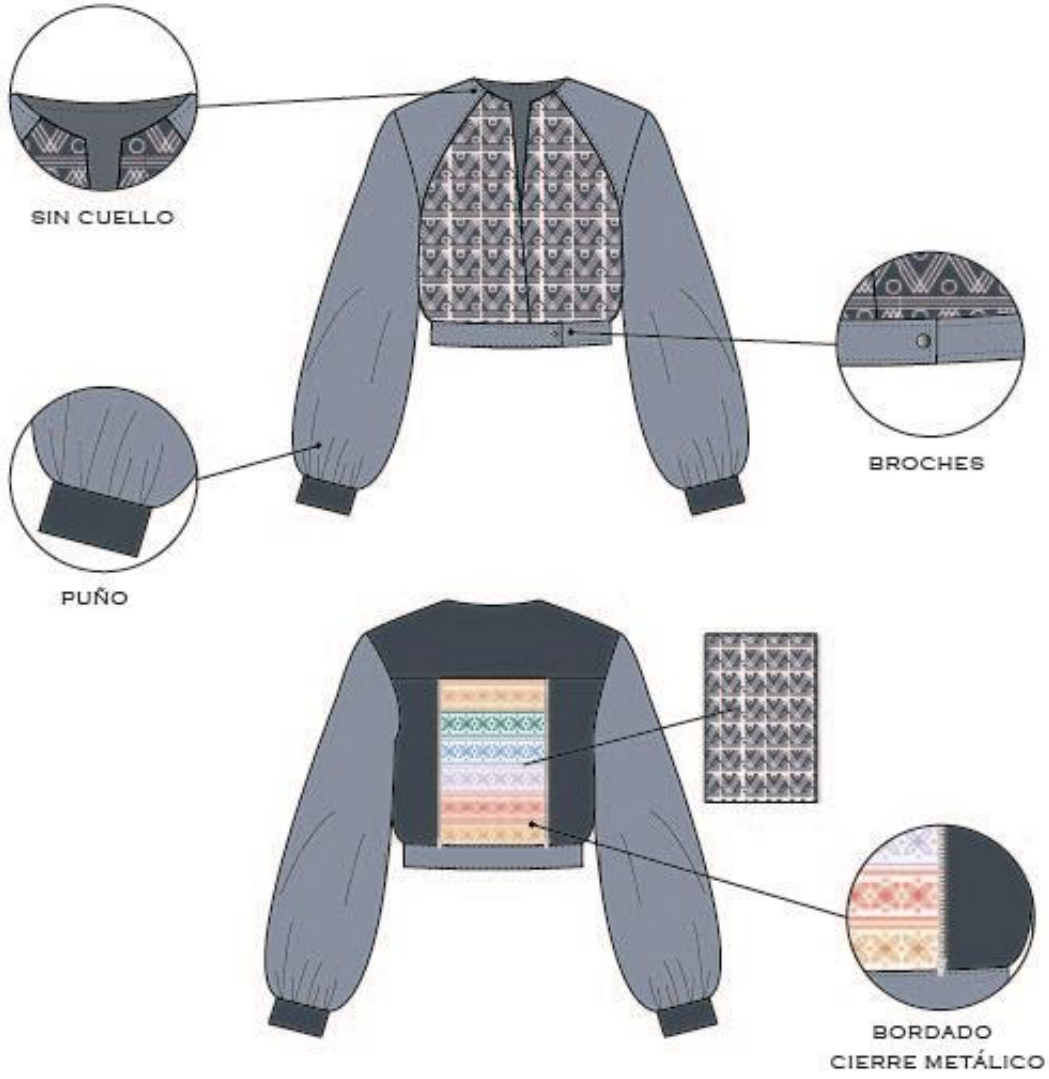
6.9.2 Ilustrac



Figura 41: Ilustración de la colección

6.10 Fichas técnicas

6.10.1 Ficha de diseño plano

	FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO		CÓDIGO CCFC001
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 1
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL
	DESCRIPCIÓN: CHOMPA CON MANGAS ABULLONADAS, SIN CUELLO Y FAJA QUE CRUZA		
DIBUJO PLANO			
			
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ	
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023	
OBSERVACIONES:			



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CÓDIGO
PCFC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

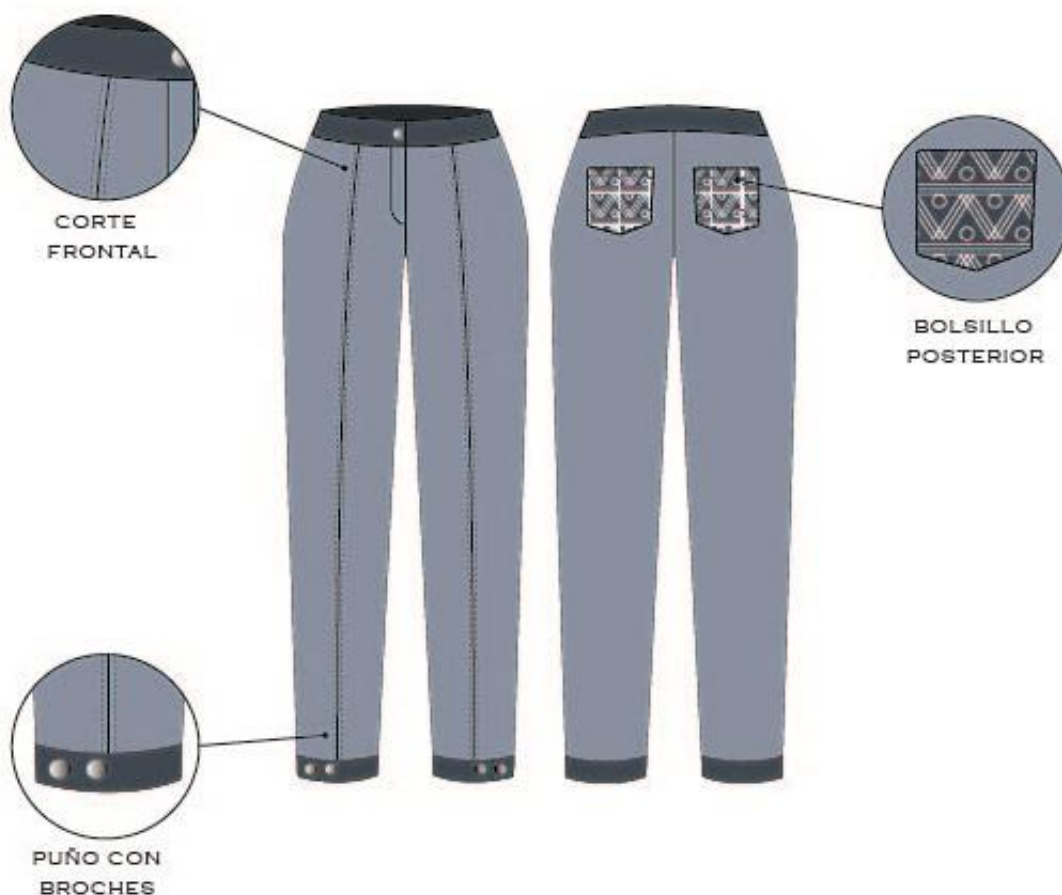
OUTFIT: 1

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON CORTE FRONTAL, BOLSILLO ESTAMPADO Y PUÑOS

DIBUJO PLANO



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CÓDIGO
CCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHAQUETA

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

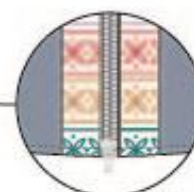
TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO

DIBUJO PLANO



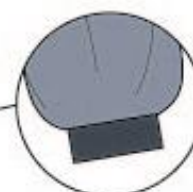
SIN CUELLO



CIERRE
METÁLICO



MANGA ABULLONADA
DESDE EL CODO



PUÑO

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CÓDIGO
PCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

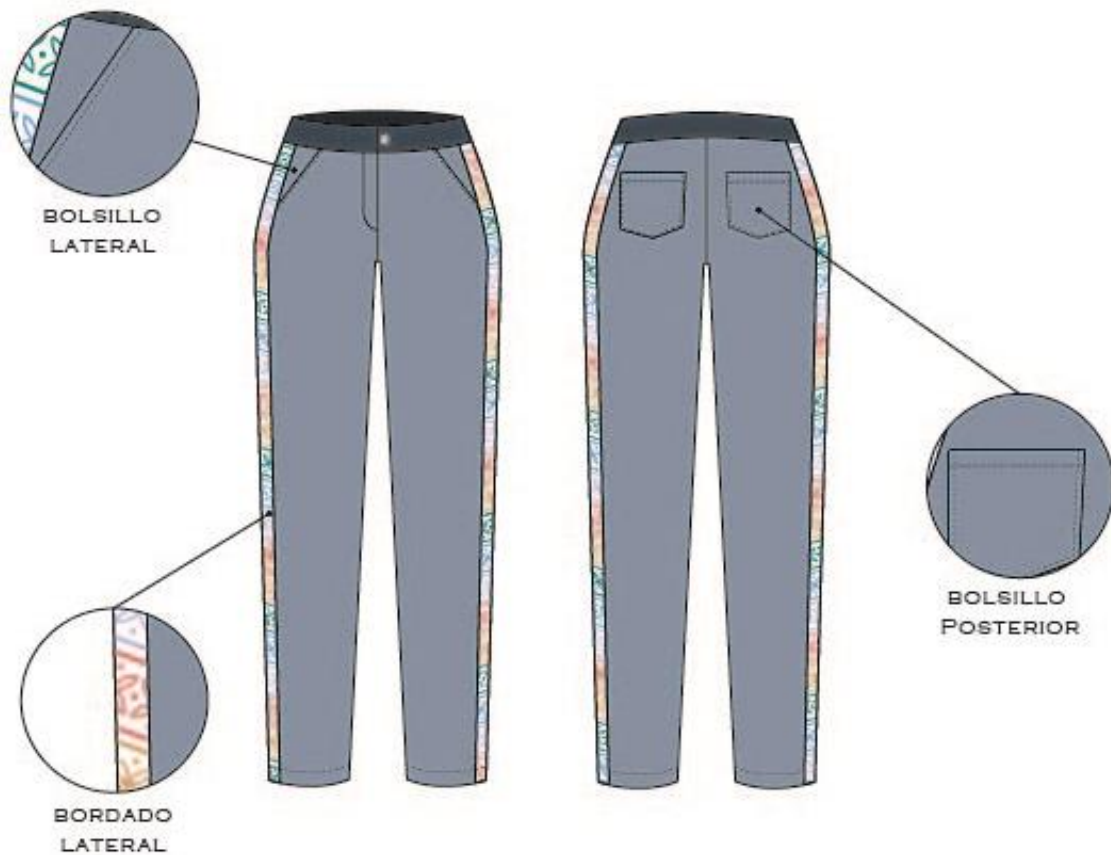
OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON FRANJA BORDADO AL COSTADO

DIBUJO PLANO



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 28 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CÓDIGO
CCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHOMPA

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHOMPA SIMÉTRICA CON CAPUCHA Y CUELLO

DIBUJO PLANO



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CÓDIGO
PCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

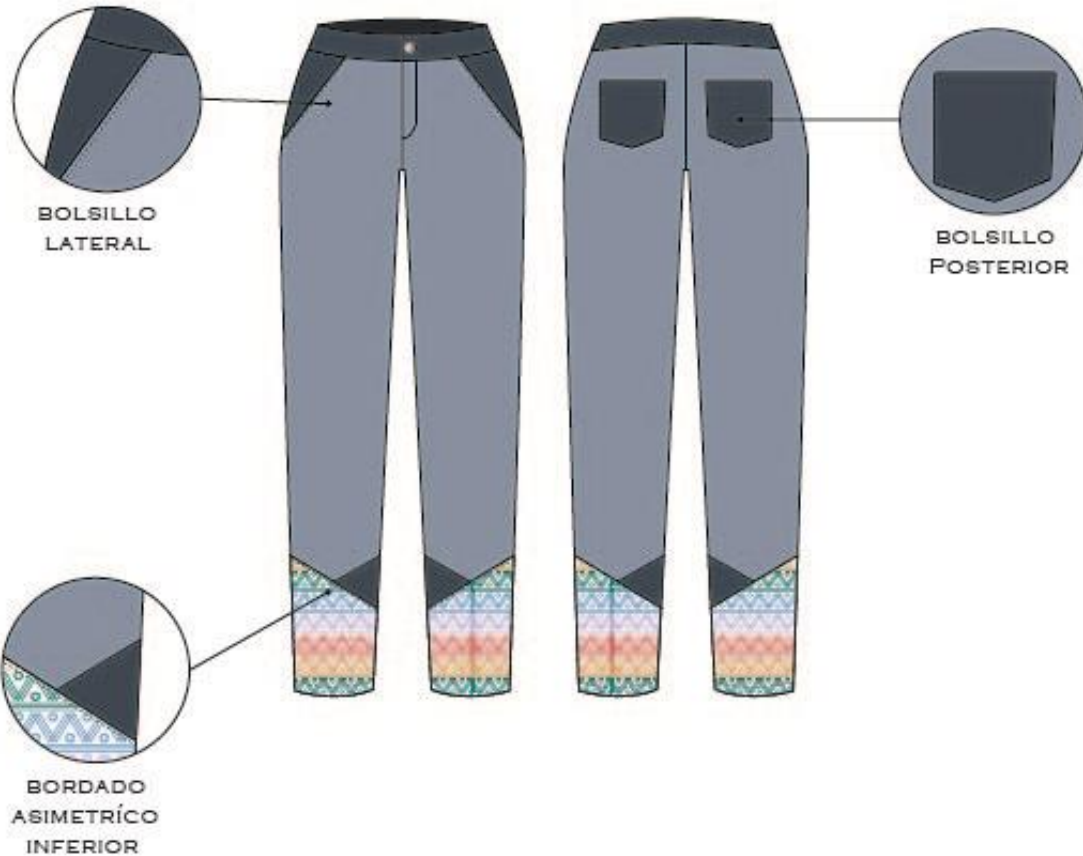
OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN SIMÉTRICO CON BORDADO EN LA PARTE INFERIOR

DIBUJO PLANO



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA



RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:

6.10.2 Ficha de patronaje

	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		CÓDIGO CCFC001																																	
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA																																	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 1																																	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL																																	
	DESCRIPCIÓN: CHOMPA CON MANGAS ABULLONADAS, SIN CUELLO Y FAJA QUE CRUZA																																			
PATRONAJE																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>N°</th> <th>Referencia</th> <th>Textil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Posterior superior</td> <td>Gabardina azul</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Costado posterior</td> <td>Gabardina azul</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Centro posterior</td> <td>Gabardina den.</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Delantero superior</td> <td>Gabardina den.</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Delantero</td> <td>Gabardina azul</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Faja</td> <td>Gabardina azul</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Manga</td> <td>Gabardina den.</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Puño</td> <td>Gabardina azul.</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Falso posterior</td> <td>Gabardina azul.</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Solapa</td> <td>Gabardina azul.</td> </tr> </tbody> </table>		N°	Referencia	Textil	1	Posterior superior	Gabardina azul	2	Costado posterior	Gabardina azul	3	Centro posterior	Gabardina den.	4	Delantero superior	Gabardina den.	5	Delantero	Gabardina azul	6	Faja	Gabardina azul	7	Manga	Gabardina den.	8	Puño	Gabardina azul.	9	Falso posterior	Gabardina azul.	10	Solapa	Gabardina azul.	Claves de patronaje 	
N°	Referencia	Textil																																		
1	Posterior superior	Gabardina azul																																		
2	Costado posterior	Gabardina azul																																		
3	Centro posterior	Gabardina den.																																		
4	Delantero superior	Gabardina den.																																		
5	Delantero	Gabardina azul																																		
6	Faja	Gabardina azul																																		
7	Manga	Gabardina den.																																		
8	Puño	Gabardina azul.																																		
9	Falso posterior	Gabardina azul.																																		
10	Solapa	Gabardina azul.																																		
		Especificaciones importantes:																																		
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ																																		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023																																		
OBSERVACIONES:																																				



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CÓDIGO
PCFC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

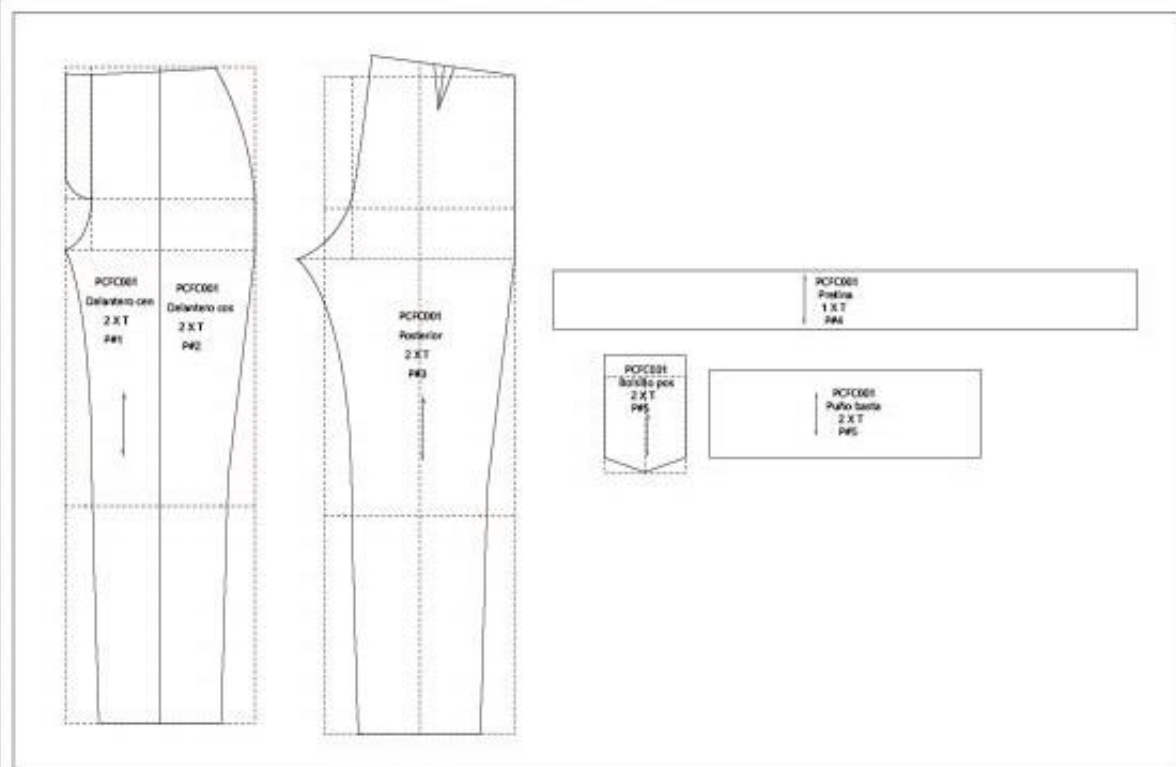
OUTFIT: 1

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON CORTE FRONTAL, BOLSILLO ESTAMPADO Y PUÑOS

PATRONAJE



N°	Referencia	Textil
1	Delantero centro	Gabardina den.
2	Delantero costado	Gabardina den.
3	Posterior	Gabardina den.
4	Pretina	Gabardina azul
5	Bolsillo posterior	Gabardina azul
6	Puño basta	Gabardina azul
7		
8		
9		
10		

Claves de patronaje

- Al hilo
- x x x Doble de tela
- Cortar
- No cortar

Especificaciones importantes:

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CÓDIGO
CCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHAQUETA

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

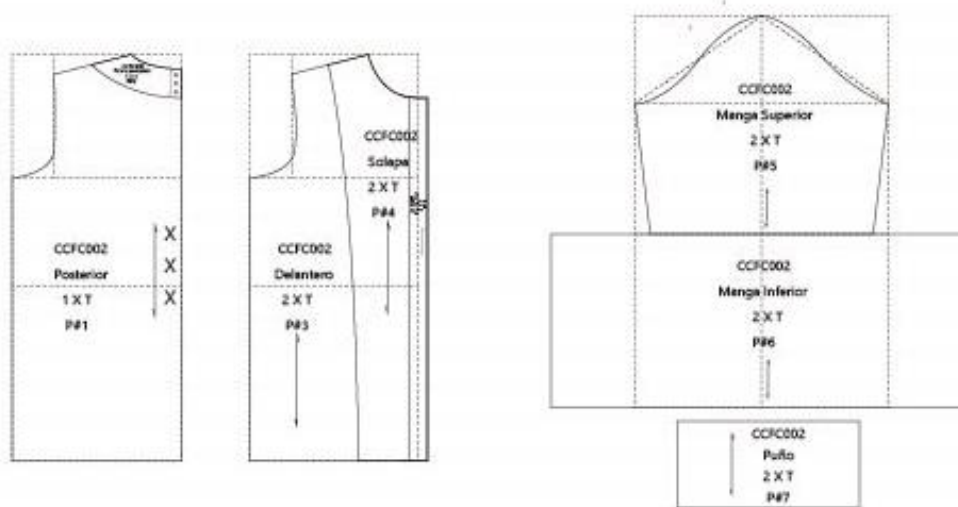
OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO

PATRONAJE



N°	Referencia	Textil
1	Posterior	Gabardina den.
2	Falso posterior	Gabardina den.
3	Delantero	Gabardina den.
4	Solapa	Gabardina den.
5	Manga superior	Gabardina bor.
6	Manga inferior	Gabardina den.
7	Puño	Gabardina azul
8	Tira frontal	Gabardina bor.
9		
10		

Claves de patronaje

- Al hilo
- X X Doble de tela
- Cortar
- No cortar

Especificaciones importantes:

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CÓDIGO
PCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

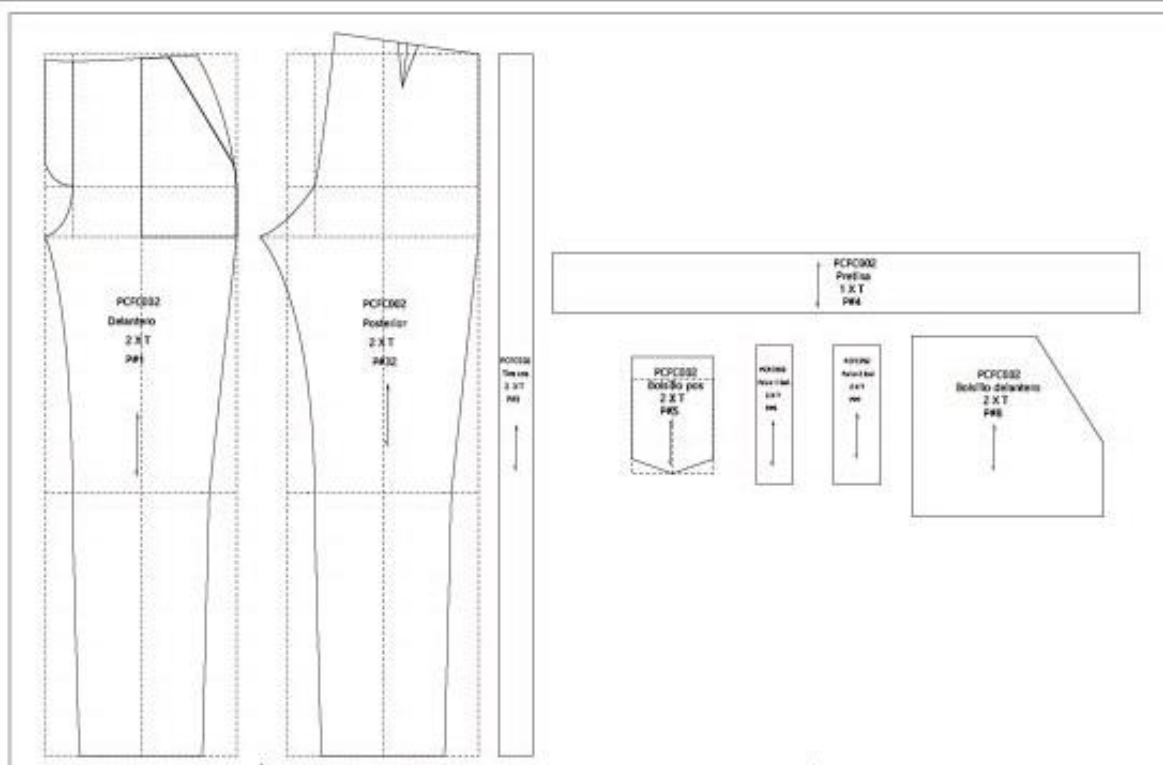
OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON FRANJA BORDADO AL COSTADO

PATRONAJE



N°	Referencia	Textil
1	Delantero	Gabardina den.
2	Posterior	Gabardina den.
3	Tira costado	Gabardina bor.
4	Pretina	Gabardina azul
5	Bolsillo posterior	Gabardina den.
6	Falso bolsillo 1	Gabardina azul.
7	Falso bolsillo 2	Gabardina azul.
8	Bolsillo delantero	Tela de bolsillo
9		
10		

Claves de patronaje

- ↑ Al hilo
- x x x Doble de tela
- Cortar
- - - - - No cortar

Especificaciones importantes:

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CÓDIGO
PCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

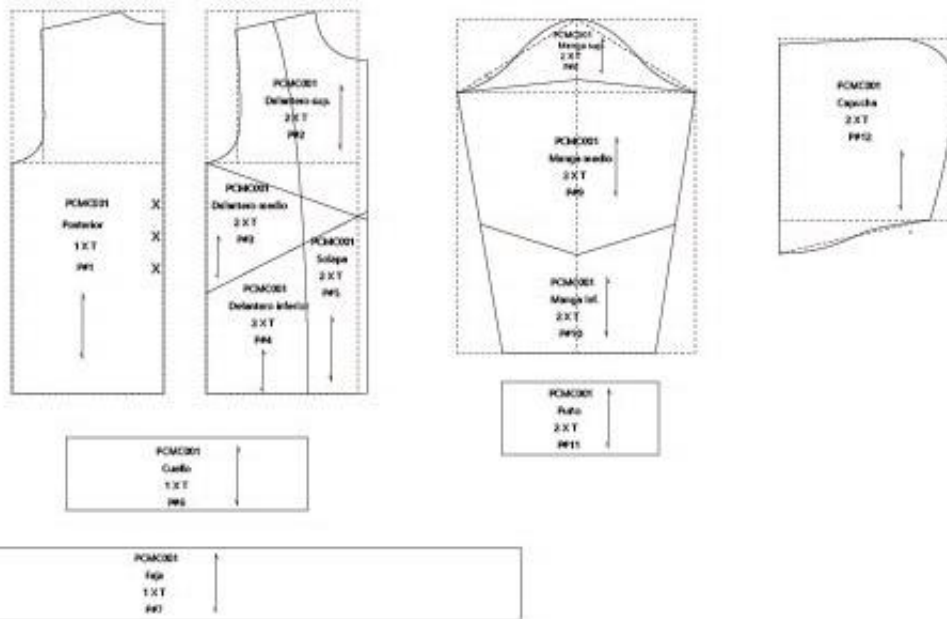
OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHOMPA SIMÉTRICA CON CAPUCHA Y CUELLO

PATRONAJE



N°	Referencia	Textil
1	Posterior	Gabardina den
2	Delantero superior	Gabardina bor.
3	Delantero medio	Gabardina azul
4	Delantero inferior	Gabardina den
5	Solapa	Gabardina azul
6	Cuello	Gabardina den
7	Faja	Gabardina den.
8	Manga superior	Gabardina bor.
9	Manga medio	Gabardina azul
10	Manga inferior	Gabardina den.
11	Puño	Gabardina den.
12	Capucha	Gabardina azul
12	Capucha	Gabardina den.

Claves de patronaje

- ↑ Al hilo
- × Doble de tela
- Cortar
- - - - - No cortar

Especificaciones importantes:

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CÓDIGO
PCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

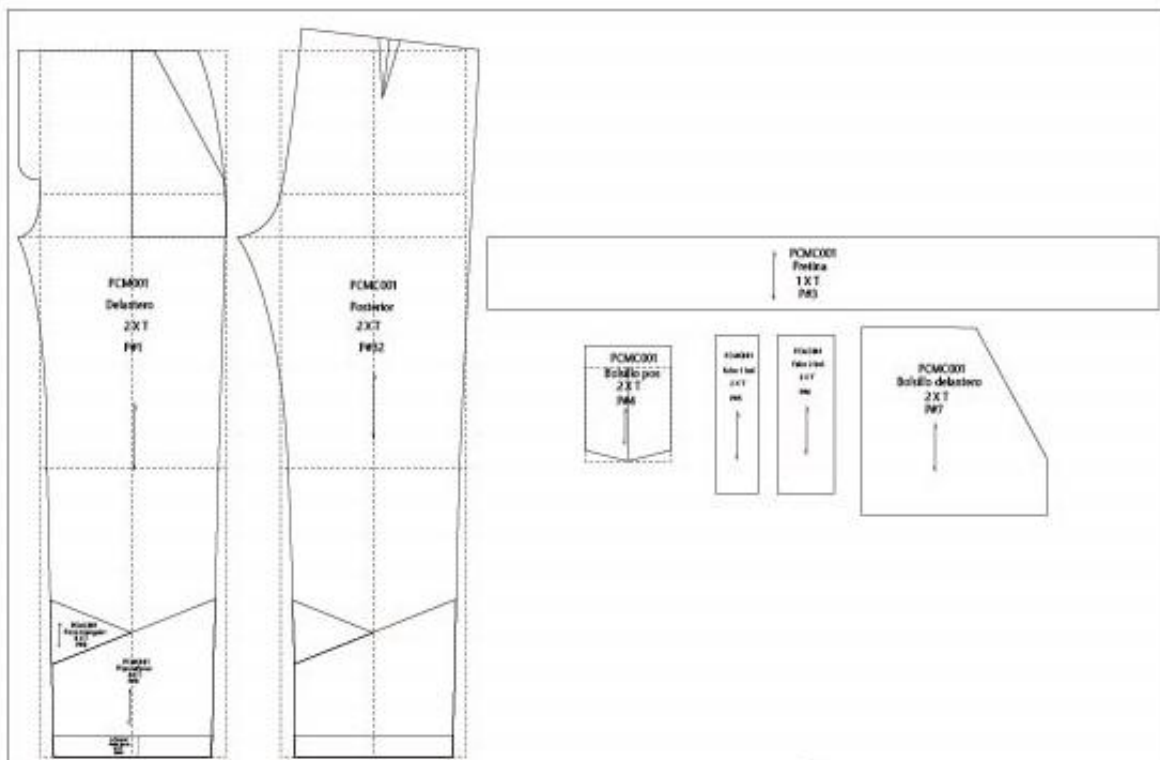
OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN SIMÉTRICO CON BORDADO EN LA PARTE INFERIOR

PATRONAJE



N°	Referencia	Textil
1	Delantero	Gabardina den.
2	Posterior	Gabardina den.
3	Pretina	Gabardina azul
4	Bolsillo	Gabardina azul
5	Falso bolsillo #1	Gabardina azul
6	Falso bolsillo #2	Gabardina azul
7	Bolsillo delantero	Tela de bolsillo
8	Pieza triangular	Gabardina azul
9	Piezainferior	Gabardina bord.
10	Puño basta	Gabardina azul

Claves de patronaje

- ↑ Al hilo
- x x x Dobleces de tela
- Cortar
- No cortar

Especificaciones importantes:

ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA


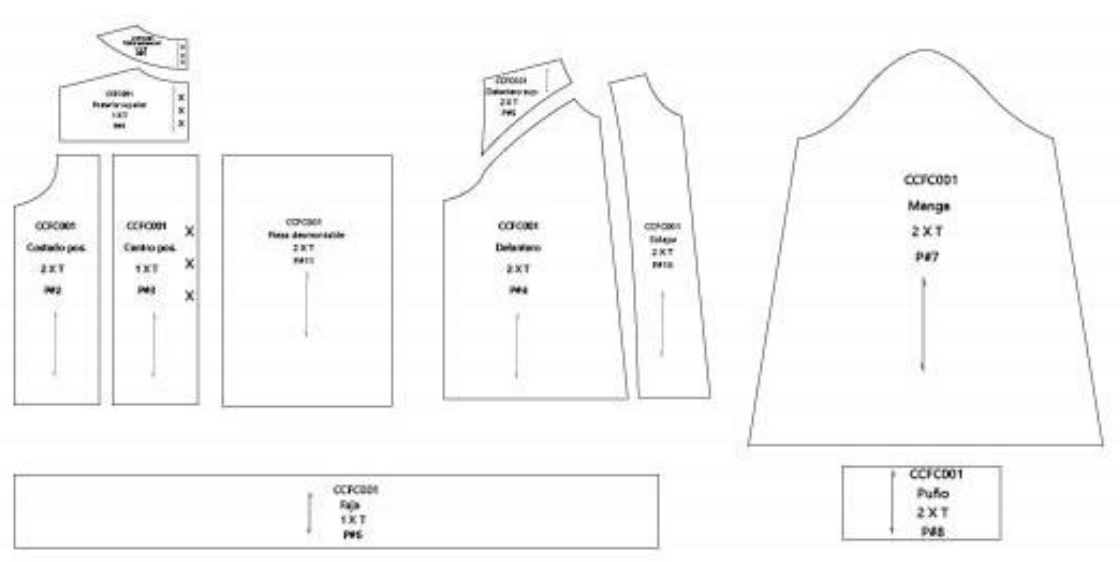

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 20232

OBSERVACIONES:

6.10.3 Ficha de despiece

	FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		CÓDIGO CCFC001
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 1
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL
	DESCRIPCIÓN: CHOMPA CON MANGAS ABULLONADAS, SIN CUELLO Y FAJA QUE CRUZA		
DESPIECE			
			
N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Posterior superior	1	Gabardina den.
2	Costado posterior	2	Gabardina den.
3	Centro posterior	1	Gabardina bor..
4	Delantero superior	2	Gabardina den.
5	Delantero	2	Gabardina azul.
6	Faja	1	Gabardina den
7	Manga	2	Gabardina deni.
8	Puño	2	Gabardina azul
9	Falso posterior	1	Gabardina den
10	Solapa	2	Gabardina azul
11	Pieza desmontable	2	Gabardina azul
12			
13			
			
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ	
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023	
OBSERVACIONES:			



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

CÓDIGO
PCFC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

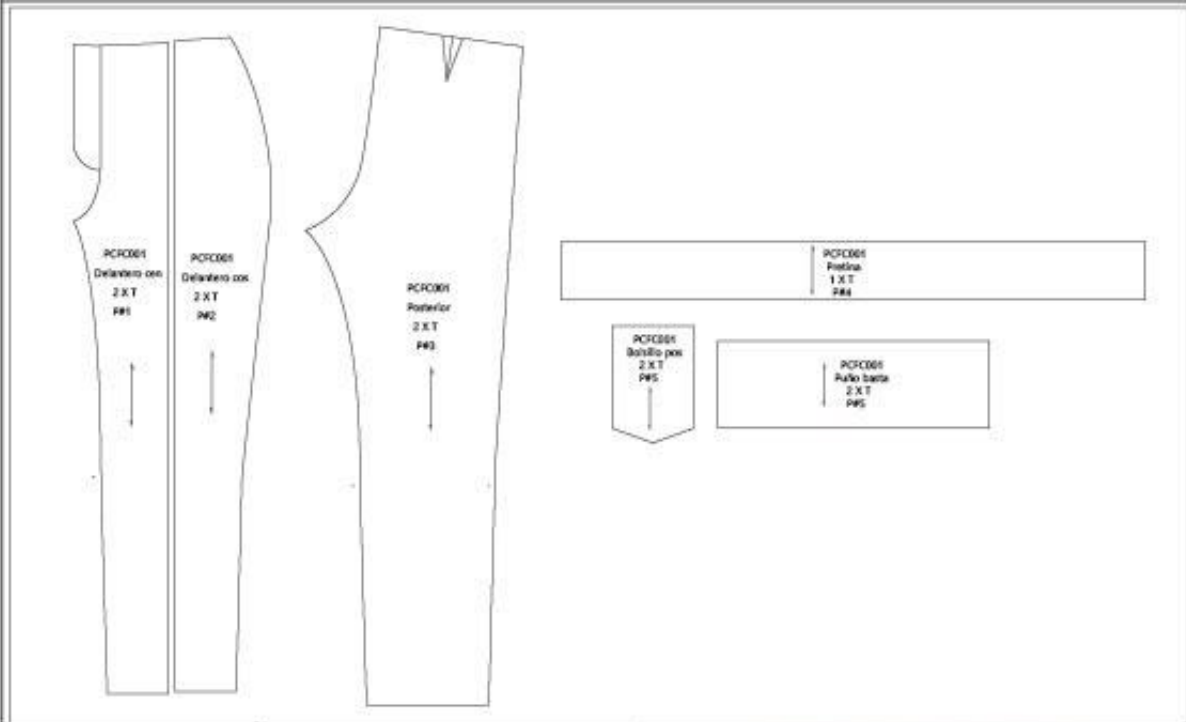
OUTFIT: 1

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON CORTE FRONTAL, BOLSILLO ESTAMPADO Y PUÑOS

DESPIECE



N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Delantero centro	1	Gabardina den.
2	Delantero costado	2	Gabardina den.
3	Posterior	1	Gabardina den.
4	Pretina	2	Gabardina azul
5	Borsillo posterior	2	Gabardina azul.
6	Puño basta	1	Gabardina azul
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

CÓDIGO
CCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHAQUETA

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

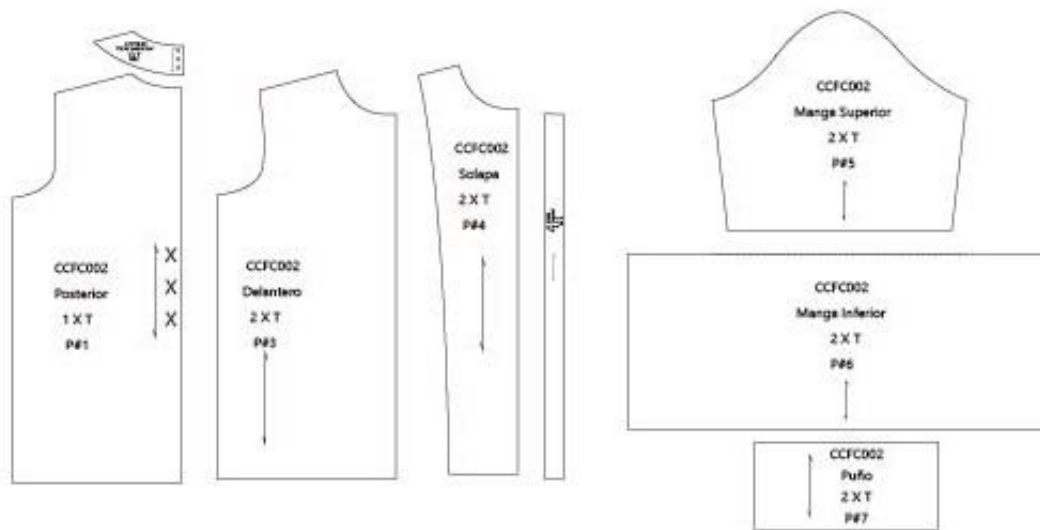
OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO

DESPIECE



N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Posterior	1	Gabardina den.
2	Falso posterior	1	Gabardina den.
3	Delantero	2	Gabardina den.
4	Solapa	2	Gabardina den.
5	Manga superior	2	Gabardina bor.
6	Manga inferior	2	Gabardina den.
7	Puño	2	Gabardina azul
8	Tira frontal	2	Gabardina bor.
9			
10			
11			
12			
13			



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

CÓDIGO
PCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

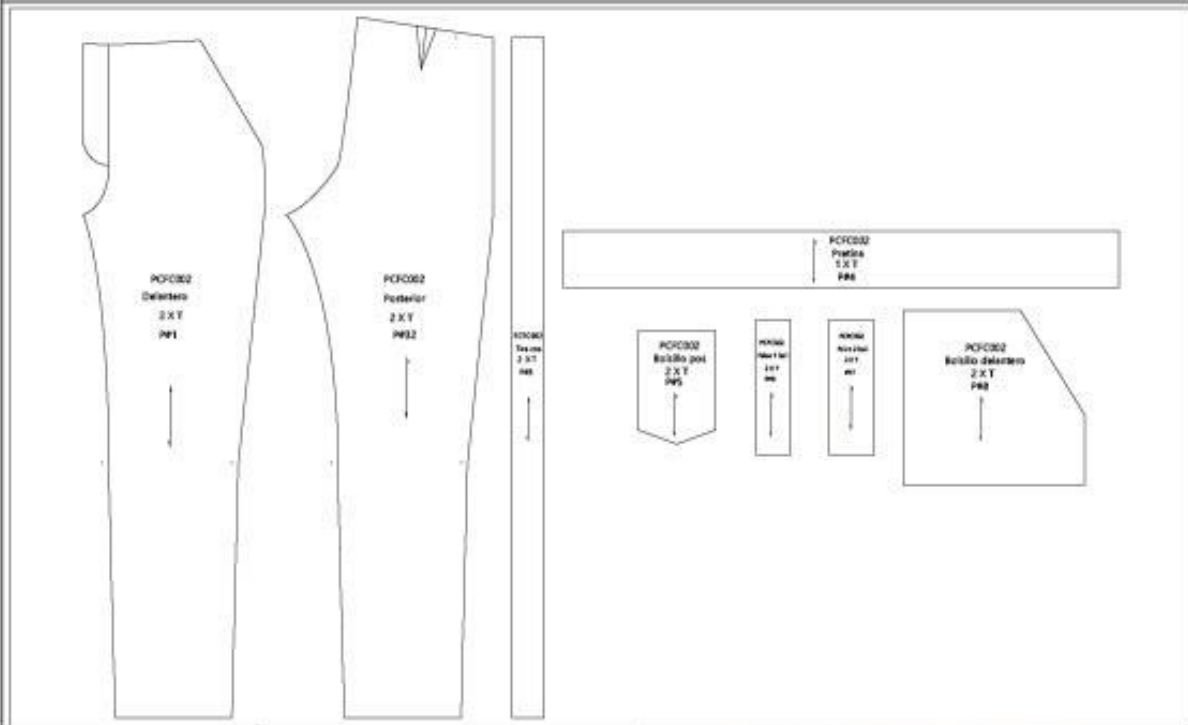
OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON FRANJA BORDADO AL COSTADO

DESPIECE



N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Delantero	2	Gabardina den.
2	Posterior	2	Gabardina den.
3	Tira costado	2	Gabardina bor.
4	Pretina	2	Gabardina azul
5	Bolsillo posterior	2	Gabardina bor.
6	Falso bolsillo 1	2	Gabardina den
7	Falso bolsillo 2	2	Gabardina deni.
8	Bolsillo delantero	2	Forro de bolsillo
9			
10			
11			
12			
13			



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

CÓDIGO
CCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHOMPA

LÍNEA DE VESTUARIO: URBANO

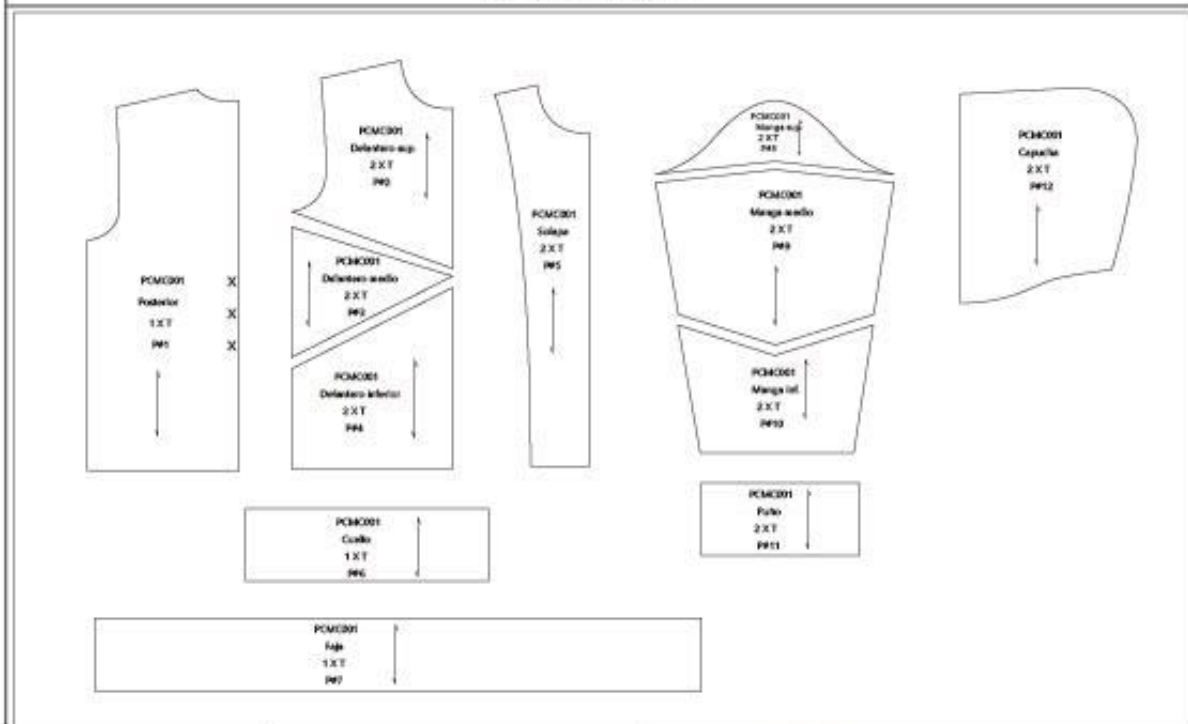
OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHOMPA SIMÉTRICA CON CAPUCHA Y CUELLO

DESPIECE



N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Posterior	1	Gabardina azul
2	Delantero superior	2	Gabardina bor.
3	Delantero medio	2	Gabardina azul
4	Delantero inferior	2	Gabardina den
5	Solapa	2	Gabardina azul
6	Cuello	1	Gabardina den
7	Faja	1	Gabardina den.
8	Manga superior	2	Gabardina bor.
9	Manga medio	2	Gabardina azul
10	Manga inferior	2	Gabardina den.
11	Puño	2	Gabardina azul
12	Capucha	2	Gabardina azul
13	Forro capucha	2	Gabardina den.



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

CÓDIGO
PCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

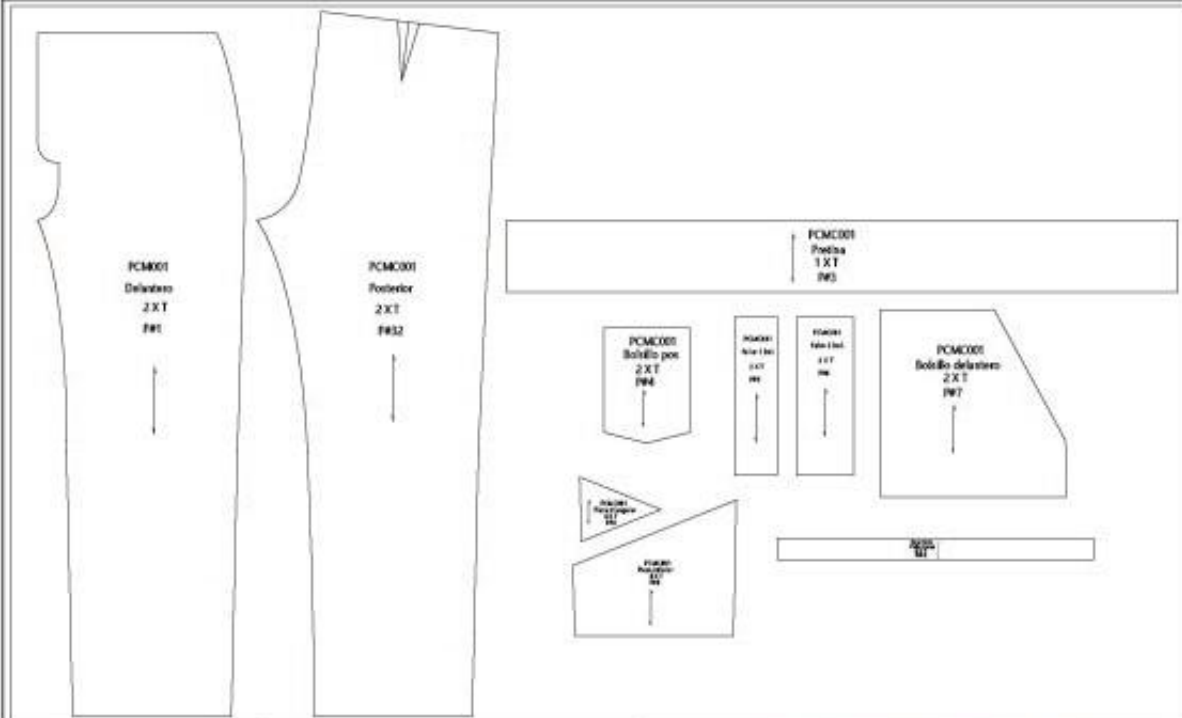
OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN SIMÉTRICO CON BORDADO EN LA PARTE INFERIOR

DESPIECE



N°	Referencia	N° de pieza a cortar	Textil
1	Delantero	2	Gabardina den.
2	Posterior	2	Gabardina den.
3	Pretina	1	Gabardina azul
4	Bolsillo	2	Gabardina azul
5	Falso bolsillo #1	2	Gabardina azul
6	Falso bolsillo #2	2	Gabardina azul
7	Bolsillo delantero	2	Tela de bolsillo
8	Pieza triangular	4	Gabardina azul
9	Pieza inferior	4	Gabardina bord.
10	Falso basta	2	Gabardina azul
11			
12			
13			



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ


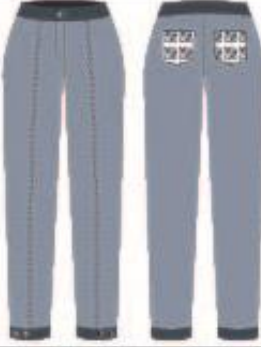
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023



OBSERVACIONES:

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO CCFC001	
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Pegar pieza frontal sup. a la pieza inf.	Overlock	505	Poliester
2	Pisar costura	Recta	301	Poliester
3	Pegar cierre uniendo costado pos. y centro pos.	Recta	301	Poliester
4	Unir posterior superior con el posterior inferior	Overlock	505	Poliester
5	Unir hombros	Overlock	505	Poliester
6	Pisar costura	Recta	301	Poliester
7	Pegar manga	Overlock	505	Poliester
8	Cerrar costado	Overlock	505	Poliester
9	Armar puños	Recta	301	Poliester
10	Pegar puños	Overlock	505	Poliester
11	Filetear falso posterior y solapa	Overlock	505	Poliester
12	Unir falso posterior con la solapa	Recta	301	Poliester
13	Pisar costura	Recta	301	Poliester
14	Pegar faja	Recta	301	Poliester
15	Armar Pieza desmontable	Recta	301	Poliester
16	Hacer ojales	Zig zag	304	Poliester
17	Poner botones	Manual	-	-
18	Pulir	Tijera	-	-
19	Planchar	Plancha	-	-
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				

6.10.4 Ficha de ruta operacional.

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA			CÓDIGO PCFC001
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON CORTE FRONTAL, BOLSILLO ESTAMPADO Y PUÑOS			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Filetear piezas frontales	Overlock	505	Poliester
2	Unir piezas frontales	Recta	301	Poliester
3	Pisar costura	Recta	301	Poliester
4	Filetear tiros delanteros	Overlock	505	Poliester
5	Cerar tiros delanteros	Overlock	505	Poliester
6	Pegar cierre	Recta	301	Poliester
7	Armar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
8	Pegar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
9	Cerrar tiros posteriore	Overlock	505	Poliester
10	Cerrar costados	Overlock	505	Poliester
11	Cerar entrepiernas	Overlock	505	Poliester
12	Pegar puños en basta	Recta	301	Poliester
13	Pegar pretina	Recta	301	Poliester
14	Hacer ojales	Zig zag	304	Poliester
15	Pegar botones	Manual	-	-
16	Pulir	Tijera	-	-
17	Planchar	Plancha	-	-
18				
19				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA			CÓDIGO CCFC002
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Unir hombros	Overlock	505	Poliester
2	Pegar la pieza #8 a la pieza del delantero	Recta	301	Poliester
3	Pegar mangas superiores	Overlock	505	Poliester
4	Cerrar costados	Overlock	505	Poliester
5	Cerrar manga inferior	Overlock	505	Poliester
6	Pegar manga inferior a manga superior	Overlock	505	Poliester
7	Pegar puños	Overlock	505	Poliester
8	Pegar cierre	Recta	301	Poliester
9	Filetear falso posterior y solapa	Overlock	505	Poliester
10	Unir falso posterior con la solapa	Recta	301	Poliester
11	Pisar costura	Recta	301	Poliester
12	Pegar la solapa a la chaqueta	Recta	301	Poliester
13	Filetear bajo	Overlock	505	Poliester
14	Subir doblado bajo	Recta	301	Poliester
15	Pulir	Tijera	-	-
16	Planchar	Plancha	-	-
17				
18				
19				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO PCFC002	
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: PANTALÓN	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON FRANJA BORDADO AL COSTADO			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Armar bolsillos delantero	Recta	301	Poliester
2	Filetear tiros delanteros	Overlock	505	Poliester
3	Unir tiros delanteros	Recta	301	Poliester
4	Pegar cierre	Recta	301	Poliester
5	Armar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
6	Pegar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
7	Pegar franga bordado uniendo del. y pos.	Overlock	505	Poliester
8	Pisar costura	Recta	301	Poliester
9	Cerrar tiros posteriores	Overlock	505	Poliester
10	Cerrar entrepiernas	Overlock	505	Poliester
11	Pegar pretina	Recta	301	Poliester
12	Subir basta	Recta	301	Poliester
13	Hacer ojal	Zig zag	304	Poliester
14	Poner botón	Manual	-	-
15	Pulir	Tijera	-	-
16	Planchar	Plancha	-	-
17				
18				
19				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO CCMC001	
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: CHOMPA SIMÉTRICA CON CAPUCHA Y CUELLO			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Unir piezas delantero superior, medio e inferior	Overlock	505	Poliester
2	Pisar costura	Recta	301	Poliester
3	Unir hombros	Overlock	505	Poliester
4	Unir piezas manga superior, medio e inferior	Overlock	505	Poliester
5	Pisar costuras	Recta	301	Poliester
6	Pegar mangas a la chompa	Overlock	505	Poliester
7	Cerrar costados	Overlock	505	Poliester
8	Armar capucha	Recta	301	Poliester
9	Filetear solapa	Overlock	505	Poliester
10	Unir la sopa a cuello y faja	Overlock	505	Poliester
11	Pegar cuello y capucha	Recta	301	Poliester
12	Pegar faja	Recta	301	Poliester
13	Pegar puños	Overlock	505	Poliester
14	Pegar cierre	Recta	301	Poliester
15	Pulir	Tijera	-	-
16	Planchar	Plancha	-	-
17				
18				
19				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				

	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO PCMC001	
	COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
	LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 2	
	TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL	
	DESCRIPCIÓN: PANTALÓN SIMÉTRICO CON BORDADO EN LA PARTE INFERIOR			
RUTA OPERATIVA				
				
N°	Operación	Maquinaria	Puntada	Tipo de Hilo
1	Armar bolsillos delantero	Recta	301	Poliester
2	Filetear tiros delanteros	Overlock	505	Poliester
3	Unir tiros delanteros	Recta	301	Poliester
4	Pegar cierre	Recta	301	Poliester
5	Armar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
6	Pegar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliester
7	Pegar pieza azul y bordada a pieza del. y pos.	Overlock	505	Poliester
8	Pisar costura	Recta	301	Poliester
9	Cerrar tiros posteriores	Overlock	505	Poliester
10	Cerrar entrepiernas	Overlock	505	Poliester
11	Pegar pretina	Recta	301	Poliester
12	Pegar falsos en la bastas	Recta	301	Poliester
13	Hacer ojal	Zig zag	304	Poliester
14	Poner botón	Manual	-	-
15	Pulir	Tijera	-	-
16	Planchar	Plancha	-	-
17				
18				
19				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA		RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023		FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:				


6.11 Photobook







6.12 Costos de producción

		FICHA TÉCNICA DE COSTOS		CÓDIGO CCFC001	
		COLECCIÓN: ALTERNA		PRENDA: CHAQUETA	
LINEA DE VESTUARIO: URBANO		OUTFIT: 1			
TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO		TALLA: XS - S - M - L - XL			
DESCRIPCIÓN: CHOMPA CON MANGAS ABULLONADAS, SIN CUELLO Y FAJA QUE CRUZA					
Costos					
COSTOS VARIABLES					
COSTOS DIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL	
Gabardina azul torino	metros	\$ 6,00	0,5	\$	3,00
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	1	\$	8,80
Gabardina blanco	unidad	\$ 7,11	0,50	\$	3,56
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$	1,50
Cierre metálico	unidad	\$ 1,50	2	\$	3,00
Bolones metálico	unidad	\$ 0,08	1	\$	0,08
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS					\$ 19,94
MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA					
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL	
Diseño	\$ 600,00	\$ 3,75	1 horas	\$	3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,60	1 hora	\$	2,60
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	2horas 30minutos	\$	7,25
Estampado DTF	\$ -	\$ -	0	\$	4,00
Bordado	\$ -	\$ -	0	\$	10,00
TOTAL MANO DE OBRA					\$ 27,60
COSTOS INDIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL			
Paekaging	1	\$	1,00		
Marquilla	1	\$	0,15		
TOTAL MATERIAL INDIRECTO					\$ 1,15
TOTAL DE COSTOS VARIABLES					\$ 48,69
COSTOS FIJOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL				
Alfendo	\$ 150,00				
Servicios básicos	\$ 25,00				
Internet	\$ 22,00				
Transporte	\$ 20,00				
Publicidad	\$ 10,00				
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00				
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00				
MINUTO POR MES	9600				
VALOR MINUTO	\$ 0,02				
TIEMPO DE FABRICACIÓN	270				
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO	\$ 5,40				
TOTALES					
COSTO VARIABLE	\$ 48,69				
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 5,40				
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 54,09				
PRECIO DE VENTA					
SUB TOTAL	\$ 54,09				
UTILIDAD 25%	\$ 13,52				
IVA 12%	\$ 6,49				
PVP	\$ 74,10				
ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA			RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ		
FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023			FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023		
OBSERVACIONES:					





FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CÓDIGO
PCFC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 1

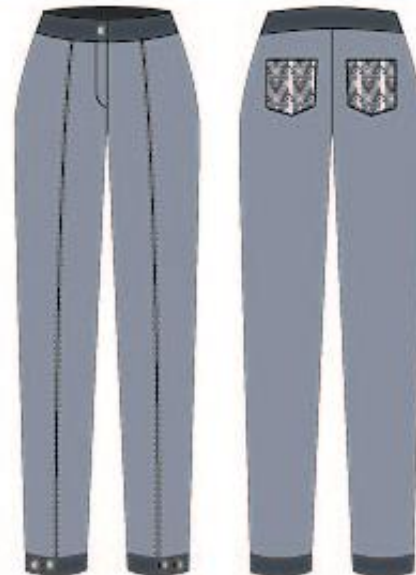
TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CORTE FRONTAL, BOLSILLO ESTAMPADO Y PUÑOS

Costos

COSTOS VARIABLES					
COSTOS DIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL	
Gabardina azul torino	metros	\$ 8,00	0,25	\$	1,50
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	1	\$	8,80
Cierre	unidad	\$ 0,25	1	\$	0,25
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$	1,50
Bolones metálicos	unidad	\$ 0,08	5	\$	0,40
				TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	\$ 12,45
MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA					
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL	
Diseño	\$ 800,00	\$ 3,75	1 hora	\$	3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,80	1 hora	\$	2,80
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	1 hora	\$	2,81
Estampado DTF	\$ -	\$ -	0	\$	2,50
				TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	\$ 11,66
COSTOS INDIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL			
Packaging	1	\$	1,00		
Marquilla	1	\$	0,15		
				TOTAL MATERIAL INDIRECTO	\$ 1,15
				TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 25,26
COSTOS FIJOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL				
Almuerzo	\$ 150,00				
Servicios básicos	\$ 25,00				
Internet	\$ 22,00				
Transporte	\$ 20,00				
Publicidad	\$ 10,00				
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00				
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00				
MINUTO POR MES	9600				
VALOR MINUTO	\$ 0,02				
TIEMPO DE FABRICACIÓN	180 minutos				
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO	\$ 3,60				
TOTALES					
COSTO VARIABLE	\$ 25,26				
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 3,80				
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 28,86				
PRECIO DE VENTA					
SUB TOTAL	\$ 28,86				
UTILIDAD 25%	\$ 7,21				
IVA 12%	\$ 3,48				
PVP	\$ 39,53				



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CÓDIGO
CCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHAQUETA

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHAQUETA CON CIERRE, MANGAS ABULLONADAS Y SIN CUELLO

Costos

COSTOS VARIABLES

COSTOS DIRECTOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Gabardina azul torino	metros	\$ 6,00	0,25	\$ 1,50
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	1	\$ 8,80
Gabardina blanco	unidad	\$ 7,11	0,60	\$ 4,26
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Cierre metálico	unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 17,56

MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL
Diseño	\$ 600,00	\$ 3,75	1 horas	\$ 3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,60	1 hora	\$ 2,60
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	2 horas	\$ 5,62
Bordado	\$ -	\$ -	0	\$ 15,00
TOTAL MANO DE OBRA				\$ 26,97

COSTOS INDIRECTOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Packaging	1 \$	1,00
Marquilla	1 \$	0,15
TOTAL MATERIAL INDIRECTO		\$ 1,15
TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 45,68

COSTOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Almuerzo	\$ 150,00
Servicios básicos	\$ 25,00
Internet	\$ 22,00
Transporte	\$ 20,00
Publicidad	\$ 10,00
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
MINUTO POR MES	9600
VALOR MINUTO	\$ 0,02
TIEMPO DE FABRICACIÓN	240 minutos
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO	\$ 4,80

TOTALES

COSTO VARIABLE	\$ 45,68
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 4,80
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 50,48

PRECIO DE VENTA

SUB TOTAL	\$ 50,48
UTILIDAD 25%	\$ 12,62
IVA 12%	\$ 6,06
PVP	\$ 69,16



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CÓDIGO
PCFC002

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 2

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON FRANJA BORDADO AL COSTADO

Costos

COSTOS VARIABLES

COSTOS DIRECTOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Gabardina azul torino	metros	\$ 6,00	0,25	\$ 1,50
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	1	\$ 8,80
Gabardina blanco	metros	\$ 7,11	0,25	\$ 1,77
Cierre	unidad	\$ 0,25	1	\$ 0,25
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Botón metálico	unidad	\$ 0,08	1	\$ 0,08
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 13,90

MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL
Diseño	\$ 600,00	\$ 3,75	1 hora	\$ 3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,60	1 hora	\$ 2,60
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	1 hora	\$ 2,81
Bordado	\$ -	\$ -	0	\$ 0,00
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 17,16

COSTOS INDIRECTOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Packaging	1	\$ 1,00
Marquilla	1	\$ 0,15
TOTAL MATERIAL INDIRECTO		\$ 1,15
TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 32,21

COSTOS FIJOS

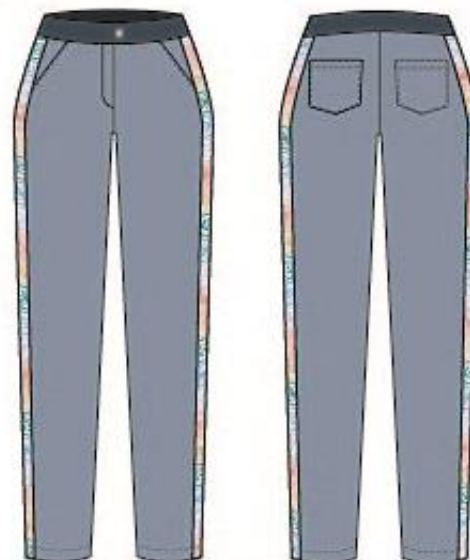
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Arriendo	\$ 150,00
Servicios básicos	\$ 25,00
Internet	\$ 22,00
Transporte	\$ 20,00
Publicidad	\$ 10,00
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
MINUTO POR MES	9600
VALOR MINUTO	\$ 0,02
TIEMPO DE FABRICACIÓN	180 minutos
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO	\$ 3,60

TOTALES

COSTO VARIABLE	\$ 32,21
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 3,60
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 35,81

PRECIO DE VENTA

SUB TOTAL	\$ 35,81
UTILIDAD 25%	\$ 8,95
IVA 12%	\$ 4,29
PVP	\$ 49,05



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CÓDIGO
CCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: CHOMPA

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 3

TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: CHOMPA SIMÉTRICA CON CAPUCHA Y CUELLO

Costos

COSTOS VARIABLES

COSTOS DIRECTOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Gabardina azul torino	metros	\$ 6,00	0,5	\$ 3,00
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	0,75	\$ 11,00
Gabardina blanco	unidad	\$ 7,11	0,50	\$ 3,56
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Cierre metálico	unidad	\$ 1,50	2	\$ 3,00
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 22,06

MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL
Diseño	\$ 600,00	\$ 3,75	1 hora	\$ 3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,60	1 hora	\$ 2,60
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	3 horas	\$ 8,43
Bordado	\$ -	\$ -	0	\$ 10,00
TOTAL MANO DE OBRA				\$ 24,78

COSTOS INDIRECTOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Packaging	1	\$ 1,00
Marquilla	1	\$ 0,15
TOTAL MATERIAL INDIRECTO		\$ 1,15
TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 47,99

COSTOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Almuerzo	\$ 150,00
Servicios básicos	\$ 25,00
Internet	\$ 22,00
Transporte	\$ 20,00
Publicidad	\$ 10,00
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00
MINUTO POR MES	9600
VALOR MINUTO	\$ 0,02
TIEMPO DE FABRICACIÓN	240
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO	\$ 4,80

TOTALES

COSTO VARIABLE	\$ 47,99
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 4,80
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 52,79

PRECIO DE VENTA

SUB TOTAL	\$ 52,79
UTILIDAD 25%	\$ 13,19
IVA 12%	\$ 6,33
PVP	\$ 72,31



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:



FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CÓDIGO
PCMC001

COLECCIÓN: ALTERNA

PRENDA: PANTALÓN

LINEA DE VESTUARIO: URBANO

OUTFIT: 3

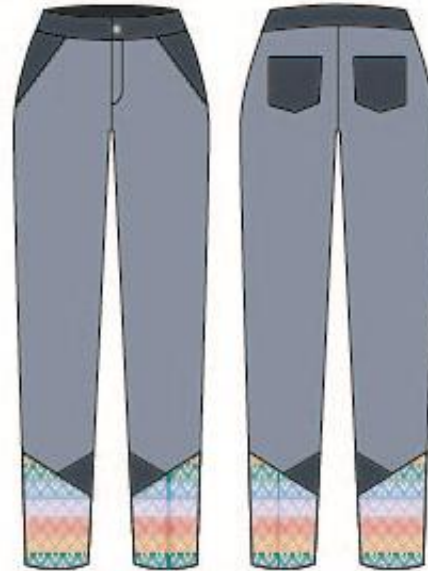
TEMPORADA: OTOÑO - INVIERNO

TALLA: XS - S - M - L - XL

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN SIMÉTRICO CON BORDADO EN LA PARTE INFERIOR

Costos

COSTOS VARIABLES				
COSTOS DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Gabardina azul torno	metros	\$ 6,00	0,25	\$ 1,50
Gabardina indigo	metros	\$ 8,80	1	\$ 8,80
Gabardina blanco	metros	\$ 7,11	0,25	\$ 1,77
Cierre	unidad	\$ 0,25	1	\$ 0,25
Hilo	unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Botón metálico	unidad	\$ 0,08	1	\$ 0,08
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 13,90
MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN EXTERNA				
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	SALARIO	VALOR HORA	TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN	VALOR TOTAL
Diseño	\$ 600,00	\$ 3,75	1 hora	\$ 3,75
Corte	\$ 50,00	\$ 2,60	1 hora	\$ 2,60
Maquila	\$ 450,00	\$ 2,81	2 horas	\$ 2,81
Bordado	\$ -	\$ -	0	\$ 0
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS				\$ 19,16
COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL	
Packaging	1	\$	1,00	
Marquilla	1	\$	0,15	
TOTAL MATERIAL INDIRECTO				\$ 1,15
TOTAL DE COSTOS VARIABLES				\$ 34,21
COSTOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL			
Alquiler	\$ 150,00			
Servicios básicos	\$ 25,00			
Internet	\$ 22,00			
Transporte	\$ 20,00			
Publicidad	\$ 10,00			
TOTAL MENSUAL COSTOS FIJOS		\$ 227,00		
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 227,00			
MINUTO POR MES	9600			
VALOR MINUTO	\$ 0,02			
TEMPO DE FABRICACIÓN	240			
TOTAL COSTO FIJO UNITARIO		\$ 4,80		
TOTALES				
COSTO VARIABLE	\$ 34,21			
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 4,80			
COSTO DE FABRICACION	\$ 39,01			
PRECIO DE VENTA				
SUB TOTAL	\$ 39,01			
UTILIDAD 25%	\$ 9,75			
IVA 12%	\$ 4,68			
PVP	\$ 53,44			



ELABORADO POR: JENIFER AREQUIPA

RESPONSABLE: ING. ERIKA SÁNCHEZ

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 / 01 / 2023

FECHA DE APROBACIÓN: 26 / 01 / 2023

OBSERVACIONES:

Conclusiones

Una vez concluido el siguiente trabajo se plantea las siguientes conclusiones:

- A partir de la investigación y la recolección de información sobre los antecedentes de la parroquia La Victoria se ha logrado cumplir con el objetivo general planteado. Diseño de una colección de indumentaria en la que se plasme los elementos gráficos de la alfarería de la parroquia La Victoria.
- En las entrevistas realizadas a los alfareros de la parroquia La Victoria, se identificó que existen solo elementos gráficos tradicionales debido a que actualmente ya no se aplica la técnica del tallado en sus productos, para lo cual se aplicó una recopilación fotográfica con el fin de identificarlos y posteriormente clasificarlos.
- Finalmente, así mismo para el desarrollo de la colección de indumentaria se realizó un testeó con el objetivo de conocer los gustos y preferencias del público objetivo, posteriormente se presentó propuestas de diseño mediante bocetos en el cual se seleccionó los que cumplen con la necesidad y expectativa del usuario.

Recomendaciones

- Para la investigación histórica de los antecedentes de la parroquia La Victoria debido a la falta de información en medios digitales se tuvo que acudir de manera presencial al Gad Parroquial La Victoria por lo que se recomienda gestionar con las autoridades un medio digital en la cual repose la información sobre la parroquia con el fin de facilitar las próximas investigaciones.
- Se sugiere que para las próximas investigaciones se establezca un cuadro comparativo de los diferentes gráficos de la alfarería que existe en el Ecuador debido a que cada pueblo plasma diferentes elementos gráficos en sus productos.
- Finalmente, así mismo como diseñadores es importante proponer nuevas alternativas de productos que vayan de la mano con la innovación y a su vez permitan la difusión y la afluencia de turismo de un lugar en específico mediante productos tradicionales y contemporáneos.

Bibliografía

- Angulo, S. (2005). Dennise Cabrera fusiona el diseño y lo social. Revista Líderes. Recuperado de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/denisse-cabrera-fusiona-diseno-social.html>
- Ávila, S. (2010). Guía práctica logística y distribución física internacional Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá, Legis S.A.
- Azogue, R; Guillsqui, E. (2016). Elaboración de un cortometraje publicitario para promover y difundir la feria de cerámica, en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi período 2016. Repositorio UTC. Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3146/1/T-UTC-4091.pdf>
- BCE. (30 de septiembre de 2021). La economía ecuatoriana se desacelero por las paralizaciones de junio de 2022. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1519-la-economia-ecuatoriana-se-desacelero-por-las-paralizaciones-de-junio-de-2022>.
- Bravo, J., Cuzme, K. (2012). Análisis sectorial de la industria textil ecuatoriana y diseño de un modelo de planificación estratégica para la empresa MODATEX S.A. (pág. 166 -168).
- Brito, D; Sánchez. Alfarería. Producción artesanal. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: <https://docplayer.es/97110975-Alfareria-produccion-artesanal.html>
- Calderón, Grecia. (2018). Alfarería. Recuperado de: <https://www.euston96.com/alfareria/>
- Cerámica Bay. (29 de marzo de 2020). Una guía de herramientas cerámicas. Recuperado de: <https://ceramicabay.com/materiales/una-guia-de-herramientas-ceramicas/>
- Ceramique Artisanale. (2021). Kit básico de herramientas cerámica y alfarería. Recuperado de: <https://ceramica-artesanal.com/kit-basico-herramientas-ceramica-y-alfareria/>
- Chuinda, G. (2018). Diseño de utillajes para acelerar la elaboración de pieza de cerámica en talleres artesanales. Repositorio de la Universidad del Azuay.
- El Universo. (31 de octubre de 2020). Cotopaxi: Artesanos de La Victoria venden en casas a falta de ferias por pandemia de COVID-19. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/10/30/nota/8032591/artesanos-victoria-venden-casas-falta-ferias-pandemia/>.

Estrella, D., Alcaciega, C. (2015). Plan estratégico publicitario de los centros artesanales de alfarería y cerámica de La Victoria y Pujilí respectivamente, para promover el turismo del cantón. Repositorio Universidad Técnica de Cotopaxi.

González, A. (2015). Análisis del valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, en relación a la actividad turística de la zona. Recuperado de: http://192.188.51.77/bitstream/123456789/17452/1/61665_1.pdf

Hidalgo, G. (2015). Plan de promoción de las artesanías de la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. DSPACE. Recuperado de: <https://dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/349/82-TURISM-14-15-1724612260.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hovia. (07 de diciembre de 2022). Las 6 macro tendencias que probarán el mundo del diseño en 2023.

Infosegovia. (14 de noviembre de 2022). Tipos de artesanía. Recuperado de: <https://www.infosegovia.com/servicios/artesania/item/904-tipos-de-artesan%C3%ADa.html>

Lafayette. (s.f). Obtenido de Lafayette Fashion. Recuperado de: <https://www.lafayettefashion.com.co/informe-tendencia-textil-mentalidades-del-consumidor/>

Lan, M., Mehtha, P. (2015). Mejore su Negocio. Comercialización. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf

Loja, X. (2012). Diseño de objetos aplicando la alfarería local. Repositorio de la Universidad del Azuay.

Memoria de arcilla. (03 de agosto de 2010). Las primeras herramientas. Recuperado de: <http://memoriadearcilla.blogspot.com/2010/08/arcilla-in-situ-las-primeras.html>

- Monje, M. (2019). Promoción y difusión de los centros artesanales de la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. Repositorio UTA. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30391/1/756%20MKT.pdf>
- MPCEIP. (24 de noviembre de 2021). Política de gobierno impulsa a Ecuador como el país líder para invertir en la región. Recuperado de: https://www.produccion.gob.ec/politica-de-gobierno-impulsa-a-ecuador-como-el-pais-lider-para-invertir-en-la-region/?fbclid=IwAR2xb-5AG Ae2qx0G_SdoPhS1a3XXY6UaSvKSV5cnjFIC9Z7o_ZEvPaTHC1E.
- ONU Mujeres Ecuador. (04 de octubre de 2022). Protocolo Nacional para Investigar Femicidios y otras Muertes Violentas de Mujeres y niñas en el Ecuador: una aproximación desde las y los fiscales. Recuperado de: <https://ecuador.unwomen.org/es/stories/noticia/2022/10/protocolo-nacional-para-investigar-femicidios-y-otras-muertes-violentas-de-mujeres-y-ninas-en-el-ecuador-una-aproximacion-desde-los-y-las-fiscales#:~:text=Hasta%20el%2031%20de%20julio,ni%C3%B1as%20por%20razones%20de%20g%C3%A9nero>.
- Panofsky, E. (2018). Estudios de iconología: temas humanísticos en el arte del Renacimiento. Routledge.
- Pastrana, T. (2012). La indumentaria como símbolo del poder en Renaldos de Montalbán. Universidad de León.
- Pontis, S. (2009). Qué es y qué implica la investigación en Diseño. FOROALFA. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>
- Renfrew, C. (2010). Creación de una colección de moda. Editorial GG, SL.
- Revista Gestión (02 de mayo de 2021). El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse. Recuperado de: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-buscalevantarse#:~:text=La%20industria%20textil%20y%20de,que%20tiene%20m%C3%A1s%20encadenamientos%20productivos>.

- Romero, R. (2011). Los nuevos caminos del diseño. Blogger. Recuperado de:
<http://losnuevoscaminosdeldisenoblogspot.com/2012/>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. RH Sampieri, Metodología de la Investigación, 11-
- Sánchez, M. (2019). Morfogénesis del objeto de uso. La forma como hecho social de convivencia. Diseño LA
- Torres, M. (2019). Análisis PESTEL. Recuperado de:
<http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2973/An%c3%a1lisis%20PESTEL.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Zadir, M. (2008). Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino. Ediciones Asociación de Investigación y Comunicación Cultural Amaru Wayra.
- Zarrias. (2014). Conceptos de Diseño. Recuperado de:
<http://zarrias.com/ALUMNOS/archivos/disenos/TEMA%201-%20FUNCION-FORMA.pdf>

Anexos



Figura 42: Visita a la parroquia La Victoria