



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

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

**“Diseño de indumentaria athleisure con intervención iconográfica de
las máscaras de trompeteros Saraguro”**

Autora: Quizhpe Andrade, Lourdes Bernarda

Tutora: Ing. Mg. Escobar Guanoluisa, Taña Elizabeth

Ambato – Ecuador

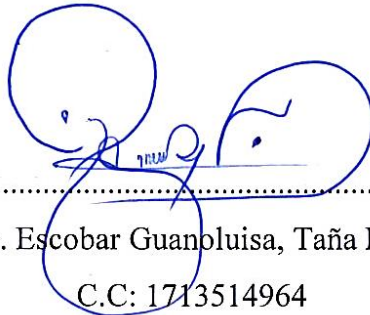
Septiembre, 2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: “**Diseño de indumentaria athleisure con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro**” de la alumna Quizhpe Andrade Lourdes Bernarda, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los méritos y requisitos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Septiembre 2021

LA TUTORA

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and curves, positioned above a horizontal dotted line.

Ing. Mg. Escobar Guanluisa, Taña Elizabeth

C.C: 1713514964

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de indumentaria athleisure con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Septiembre 2021

LA AUTORA



Quizhpe Andrade Lourdes Bernarda

C.C: 1105032187

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, Septiembre 2021

LA AUTORA



Quizhpe Andrade Lourdes Bernarda

C.C: 1105032187

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de indumentaria athleisure con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro”** de Quizhpe Andrade, Lourdes Bernarda, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Septiembre 2021

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*Ofrezco esto a nuestro Creador,
por todo lo bueno que viene de lo
alto.*

*Ofrezco esto a la tierra, de donde
proviene todos los buenos
obsequios.*

*Ofrezco esto a los cuatro vientos,
de donde vienen todas las cosas
buenas (Ballivian, p.39).*

A Anthy y Evan por ser mi luz.

Quizhpe Andrade Lourdes Bernarda

AGRADECIMIENTO

Universidad Técnica de Ambato por abrirme sus puertas, no únicamente a mí, sino también a mi hijo Anthy, en sus Centros de Discapacidades y Guardería. A mis estimados profesores, por su comprensión y apoyo infinito; a mis colegas y amigas en este andar. Especial agradecimiento a mi familia, a mis padres por su apoyo y cariño; a mis hermanas Any, Mary y Alba, por su infinita confianza y apoyo incondicional. A mis hijos Anthy y Evan por su aguardo y sacrificio; a Israel por su paciencia, apoyo y constancia. A cada persona que toco mi vida y me tendió una mano para ayudar a impulsarme, a todos ellos infinitas gracias. Finalmente agradezco al gran universo por darme la energía y la fortaleza para recorrer este camino. Yupaychani.

Quizhpe Andrade Lourdes Bernarda

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiii
ABSTRACT	xxiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES.....	2
1.1. Nombre del proyecto.....	2
1.2. Antecedentes	2
1.3. Justificación.....	7
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL	11
2.1. Marco.....	11

2.1.1. Pueblos y Nacionalidades indígenas del Ecuador	11
2.1.1.1. Saraguro	14
2.1.1.1.1. Antecedentes históricos.....	14
2.1.1.1.2. Ubicación Geográfica.....	17
2.1.1.1.3. Organización Político-Social	18
2.1.1.1.4. Economía.....	19
2.1.1.1.5. Indumentaria	19
2.1.1.1.6. Ritualidad	21
2.1.1.1.7. Fiestas.....	22
2.1.1.1.7.1. La Semana Santa	24
2.1.1.1.7.2. Estructura de los personajes de semana santa	25
2.1.1.1.7.2.1. Los trompeteros de Saraguro	27
2.1.1.2. Máscara: una expresión multidisciplinar	29
2.1.1.2.1. Máscara Andina	31
2.1.1.3. Iconografía	35
2.1.1.3.1. Iconografía andina y cosmovisión	35
2.1.1.3.2. El Altar de Coricancha	37
2.1.2. Diseño independiente o de autor	41
2.1.2.1. Diseño identitario	42
2.1.2.2. Diseño de indumentaria <i>athleisure</i>	43
2.1.2.2.1. Etimología de <i>athleisure</i>	43
2.1.2.2.1.1. <i>Athleisure</i> : Tendencia o Estilo	43
2.1.2.2.1.2. El auge del <i>athleisure</i>	46
2.1.2.2.1.3. Prendas de vestir <i>athleisure</i> para mujeres	47
2.1.2.2.1.3.1. Colores y siluetas	48
2.1.2.2.2. Tipos de textiles y Técnicas de acabados.....	48
2.1.2.2.2.1. Corte laser	49
2.1.2.2.2.2. Batik	49
2.1.2.2.2.3. Tie Dye Teñido	50
2.1.2.2.2.4. Tie Dye desteñido	50
2.1.2.2.2.5. Estampados	51

2.1.2.2.2.5.1. Sublimado	51
2.1.2.2.2.5.2. Vinilos Térmicos para Transferencia Textil	51
2.1.2.2.2.5.3. Serigrafía	53
2.1.2.2.2.6. Bordado	54
2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales	55
2.2.1. Shamuna	55
2.2.2. Babalú	56
2.2.3. Port de bras	57
2.2.4. Visionario	58
2.2.4.1. Esefits: Moda, arte y sostenibilidad	58

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO	60
3.1. Análisis externo	60
3.1.1. Análisis PEST	60
3.1.1.1. Entorno político	60
3.1.1.2. Entorno económico	61
3.1.1.3. Entorno social/ cultural	62
3.1.1.4. Entorno tecnológico	63
3.1.1.5. Entorno ambiental	63
3.1.1.6. Entorno legal	64
3.1.2. Tendencias de consumo	66
3.1.3. Segmentación del mercado potencial	69
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia	71
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial	71
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)	73
3.2. Análisis interno	74
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles	74
3.2.2. Análisis Cadena de valor	75
3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo	75
3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	76

3.2.2.3. Eslabón de producción	76
3.2.2.4. Eslabón de comercialización.....	76

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO.....	77
4.1. Estudio de público objetivo.....	77
4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista	77
4.2. Selección de la muestra	81
4.3. Técnicas de estudio (estrategias metodológicas).....	82
4.3.1. El método de Ewrin Panofsky.....	83
4.3.2. El Método de Milla	83
4.3.2.1. Proporción estática.....	83
4.3.2.2. Trazado armónico.....	84
4.3.3. El Método de Dorothy Koster Washburn.....	85
4.3.4. Cualitativas.....	86
4.3.5. Cuantitativas.....	87
4.4. Elaboración e interpretación de los datos	87
4.4.1. Interpretación de las encuestas.....	87
4.4.2. Resultados de entrevistas realizadas a los Trompeteros de Saraguro	103
4.4.2.1. Entrevistados: LM, FQ, MQ, SO, PG, 2019	103
4.4.2.2. Resultados de entrevista realizada a artesano, escultor de la máscara	107
4.4.2.3. Resultados de entrevistas realizadas a pintores de las máscaras	110
4.4.2.4. Análisis visual de las máscaras	113
4.4.2.4.1. Fichas técnicas con la metodología de Panofsky	113
4.4.2.5. Análisis iconográfico de las máscaras según la metodología de Milla	127
4.4.2.5.1. Clasificación de Figuras	154
4.4.2.6. Fichas de reelaboración iconográfica basadas en el método de Koster	160
4.5. Conclusiones	164

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN	166
--	------------

5.1. Cronograma de producción	166
5.2. Control de calidad	168
5.3. Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto	170
5.3.1. Infraestructura	170
5.4. Requerimientos de mano de obra	172
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente	172

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	174
6.1. Descripción del producto o servicio.....	174
6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas).....	174
6.2. Perfil del cliente.....	174
6.2.1. Moodboard del perfil del cliente.....	175
6.3. Identidad de marca (manual de la marca)	176
6.4. Uso de la marca	182
6.5. Tendencia: macro y/o micro tendencia	186
6.5.1. Macrotendencia.....	186
6.5.2. Tendencia.....	188
6.6. Análisis de color de la propuesta.....	190
6.6.1. Paleta de color de la propuesta.....	190
6.7. Concepto de la propuesta	191
6.8. Elementos del diseño.....	193
6.8.1. Siluetas y tipologías de prendas	193
6.8.2. Proporción y línea	196
6.8.3. Función.....	196
6.8.4. Detalles.....	196
6.8.5. Estilo	197
6.8.6. Estampados, acabados y terminados.....	197
6.9. Materiales e insumos	198
6.10. Fichas de producción.....	199
6.10.1. Estructura de la colección	199

6.10.2. Figuras rediseñadas seleccionadas	200
6.10.3. Fichas de bocetos	207
6.10.4. Fichas de ilustración.....	216
6.10.5. Fichas de ilustración de las prendas seleccionadas	225
6.10.6. Fichas de materiales e insumos	228
6.10.7. Fichas de diseño plano	231
6.10.8. Fichas de patronaje.....	237
6.10.9. Fichas de despiece.....	243
6.10.10. Fichas de ruta operacional.....	249
6.10.11. Roperos de la colección	252
6.10.12. Photobook	255
6.11. Costos de producción	258
6.11.1. Costos Fijos	258
6.11.2. Costos variables	258
6.11.3. Fichas de costos.....	260
6.12. Punto de equilibrio	263

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	264
7.1. Conclusiones	264
7.2. Recomendaciones.....	264
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	266
ANEXOS	298

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Calendario de la Semana Santa	26
Tabla 2. Análisis de los iconos del Altar del Coricancha.....	40
Tabla 3. Variable demográfica	69
Tabla 4. Variable geográfica	70
Tabla 5. Variable socio económica	70
Tabla 6. Variable psicográfica.....	70
Tabla 7. Variable conductual.....	70
Tabla 8. Población y muestras.....	82
Tabla 9. Principios de la simetría de Dorothy Koster	85
Tabla 10. Profesión y Ocupación	87
Tabla 11. Perfil de consumidor	89
Tabla 12. Universo del vestuario.....	90
Tabla 13. Silueta.....	90
Tabla 14. Características de una prenda.....	91
Tabla 15. Conocimiento del estilo athleisure	93
Tabla 16. Prendas adquiridas con mayor frecuencia.....	94
Tabla 17. Importancia de diseñar prendas con identidad local	95
Tabla 18. Conocimiento de la diversidad iconográfica.....	96
Tabla 19. Saber iconográfico de las máscaras de los trompeteros de Saraguro	97
Tabla 20. Frecuencia de compra.....	98
Tabla 21. Compra de ropa con identidad local.....	99
Tabla 22. Precio por prenda	99
Tabla 23. Inclinación de compra en línea.....	101

Tabla 24. Frecuencia de red social más usada.....	102
Tabla 25. Actividades vs. Tiempo.....	167
Tabla 26. Ficha de requerimientos para el control de calidad.....	169
Tabla 27. Equipos e infraestructura.....	170
Tabla 28. Requerimientos de mano de obra	172
Tabla 29. Seguridad industrial y medio ambiente	173
Tabla 30. Ficha conceptual de la colección.....	191
Tabla 31. Método de diseño los nueve ámbitos	193
Tabla 32. Bases textiles	198
Tabla 33. Insumos o avíos.....	198
Tabla 34. Costos fijos mensuales	258
Tabla 35. Mano de obra (3 conjuntos)	258
Tabla 36. Materiales e insumos (3 conjuntos).....	259
Tabla 37. Total de costos directos (3 conjuntos).....	259
Tabla 38. Ganancia mensual utilidad 30%	263
Tabla 39. Ganancias aspiracionales.....	263

ÍNDICE DE FIGURAS

figura 1. Las dimensiones del Tahuantinsuyo	12
Figura 2. Ubicación de Saraguro, respecto al Cuzco	16
Figura 3. Ubicación general de Saraguro, Ecuador.....	17
Figura 4. Familia Saraguro.....	20
Figura 5. Estructura de los personajes de Semana Santa.	25
Figura 6. El trompetero de Saraguro décadas atrás.	27
Figura 7. Trompeteros de Saraguro.	28
Figura 8. Máscara de madera antigua.....	33
Figura 9. División del dibujo de Joan Santa Cruz Pachacuti	37
Figura 10. Técnica del Batik.	49
Figura 11. Técnica de Tie dye teñido.....	50
Figura 12. Técnica Tie dye desteñido.	50
Figura 13. Proceso de Sublimación.....	51
Figura 14. Estampado con Vinil textil.	52
Figura 15. Estampado con Serigrafía.	53
Figura 16. Bordado industrial y manual.....	54
Figura 17. Logo Shamuna.	55
Figura 18. Shamuna productos.....	55
Figura 19. Logo Babalú.....	56
Figura 20. Producto Babalú.....	57
Figura 21. Logo Port de bras.	57
Figura 22. Producto Port de bras.....	58
Figura 23. Logo Esefits.	58

Figura 24. Producto de Fascinate.....	59
Figura 25. Matriz de análisis estratégico.....	73
Figura 26. Trazado armónico binario.....	84
Figura 27. Trazado armónico terciario.....	84
Figura 28. Trazado armónico.....	84
Figura 29. Perfil de consumidor.....	89
Figura 30. Universo del vestuario.....	90
Figura 31. Silueta.....	91
Figura 32. Características de una prenda.....	92
Figura 33. Conocimiento del estilo <i>athleisure</i>	93
Figura 34. Prendas adquiridas con mayor frecuencia.....	94
Figura 35. Importancia de diseñar prendas con identidad local.....	95
Figura 36. Conocimiento de la diversidad iconográfica.....	96
Figura 37. Saber iconográfico de las máscaras de los trompeteros de saraguro.....	97
Figura 38. Frecuencia de compra.....	98
Figura 39. Compra de ropa con identidad local.....	99
Figura 40. Precio por prenda.....	100
Figura 41. Inclinación de compra en línea.....	101
Figura 42. Frecuencia de red social más usada.....	102
Figura 43. El trompetero.....	103
Figura 44. Reserva de lana de oveja después del floreado.....	108
Figura 45. Moldes de las máscaras, izquierda niño, derecha adulto.....	109
Figura 46. Primera máscara de trompetero pintadas con símbolos andinos.....	112
Figura 47. Ficha de análisis iconográfico composición modular makr01.....	127

Figura 48. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR01	128
Figura 49. Ficha de análisis iconográfica composición modular MKR02.....	129
Figura 50. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR02	130
Figura 51. Ficha de análisis iconográfica composición modular MKR03.....	131
Figura 52. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR03	132
Figura 53. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR04.....	133
Figura 54. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR04	134
Figura 55. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR05.....	135
Figura 56. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR05	136
Figura 57. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR06.....	137
Figura 58. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR06	138
Figura 59. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR07.....	139
Figura 60. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR07	140
Figura 61. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR08.....	141
Figura 62. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR08	142
Figura 63. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR09.....	143
Figura 64. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR09	144
Figura 65. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR10.....	145
Figura 66. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR10	146
Figura 67. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR11.....	147
Figura 68. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR11	148
Figura 69. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR12.....	149
Figura 70. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR12	150
Figura 71. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR12	151

Figura 72. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR13.....	152
Figura 73. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR13	153
Figura 74. Ficha de clasificación de figuras: astros, signos escalonados.....	154
Figura 75. Ficha de clasificación de figuras: cruz cuadrada, zig-zag, espirales	155
Figura 76. Ficha de clasificación de figuras: rombos, triángulos, serpiente	156
Figura 77. Ficha de clasificación de figuras: arco iris, <i>wiphala</i> , zoomorfos.....	157
Figura 78. Ficha de clasificación de figuras: rostro humano, la unidad	158
Figura 79. Ficha de clasificación de figuras: figuras aisladas, antropomorfas	159
Figura 80. Ficha de rediseño iconográfico: astros, signos escalonados	160
Figura 81. Ficha de rediseño iconográfico: cruz cuadrada, zig-zag, espirales.....	161
Figura 82. Ficha de rediseño iconográfico: rombos, serpiente, figuras zoomorfas .	162
Figura 83. Ficha de rediseño iconográfico: rostro, iconos aislados	163
Figura 84. Cronograma de producción.....	166
Figura 85. Layout	171
Figura 86. Moodboard del perfil del cliente.....	175
Figura 87. Portada del manual de la marca	176
Figura 88. Contenido del manual	177
Figura 89. La marca	178
Figura 90. Construcción de la marca.....	179
Figura 91. El color de la marca	180
Figura 92. La tipografía de la marca	181
Figura 93. Usos no permitidos de la marca.....	182
Figura 94. Papelería de la marca	183
Figura 95. Aplicaciones de la marca	184

Figura 96. Contraportada del manual de la marca	185
Figura 97. Moodboard macrotendencia	187
Figura 98. Moodboard de la tendencia.....	189
Figura 99. Paleta de color de la propuesta	191
Figura 100. Siluetas.....	194
Figura 101. Silueta hoodies.....	195
Figura 102. Silueta de joggers y leggings	195
Figura 103. Moodboard del estilo athleisure.....	197
Figura 104. Estructura de la colección.....	199
Figura 105. Amalgama de tonos y figuras FR1-FR6	200
Figura 106. Amalgama de tonos y figuras FR11-FR12	201
Figura 107. Amalgama de tonos y figuras FR12-FR5	202
Figura 108. Amalgama de tonos y figuras FR1-FR5	203
Figura 109. Amalgama de tonos y figuras FR4-FR16	204
Figura 110. Amalgama de tonos y figuras FR16-FR6	205
Figura 111. Amalgama de tonos y figuras FR4-FR6	206
Figura 112. Bocetos conjunto 1	207
Figura 113. Bocetos conjunto 2	208
Figura 114. Bocetos conjunto 3	209
Figura 115. Bocetos conjunto 4	210
Figura 116. Bocetos conjunto 5	211
Figura 117. Bocetos conjunto 6	212
Figura 118. Bocetos conjunto 7	213
Figura 119. Bocetos conjunto 8	214

Figura 120. Bocetos conjunto 9	215
Figura 121. Ilustraciones conjunto 1	216
Figura 122. Ilustraciones conjunto 2.....	217
Figura 123. Ilustraciones conjunto 3.....	218
Figura 124. Ilustraciones conjunto 4.....	219
Figura 125. Ilustraciones conjunto 5.....	220
Figura 126. Ilustraciones conjunto 6.....	221
Figura 127. Ilustraciones conjunto 7.....	222
Figura 128. Ilustraciones conjunto 8.....	223
Figura 129. Ilustraciones conjunto 9.....	224
Figura 130. Conjunto seleccionado 1	225
Figura 131. Conjunto seleccionado 2.....	226
Figura 132. Conjunto seleccionado 3.....	227
Figura 133. Materiales e insumos conjunto 1	228
Figura 134. Materiales e insumos conjunto 2	229
Figura 135. Materiales e insumos conjunto 3	230
Figura 136. Dibujo plano conjunto 1-crop top.....	231
Figura 137. Dibujo plano conjunto 2-crop top manga $\frac{3}{4}$	232
Figura 138. Dibujo plano conjunto 3-buzo	233
Figura 139. Dibujo plano conjunto 1-jogger con aberturas	234
Figura 140. Dibujo plano conjunto 2- jogger cintura alta	235
Figura 141. Dibujo plano conjunto 3-jogger tubular	236
Figura 142. Patronaje conjunto 1-crop top.....	237
Figura 143. Patronaje conjunto 2-crop top manga $\frac{3}{4}$	238

Figura 144. Patronaje conjunto 3-buzo	239
Figura 145. Patronaje conjunto 1-jogger con aberturas	240
Figura 146. Patronaje conjunto 2-jogger cintura alta.....	241
Figura 147. Patronaje conjunto 3-jogger tubular	242
Figura 148. Despiece conjunto 1-crop top	243
Figura 149. Despiece conjunto 2-crop top manga 3/4	244
Figura 150. Despiece conjunto 3-buzo.....	245
Figura 151. Despiece conjunto 1-jogger con aberturas.....	246
Figura 152. Despiece conjunto 2-jogger cintura alta	247
Figura 153. Despiece conjunto 3-jogger tubular.....	248
Figura 154. Ruta operacional conjunto 1	249
Figura 155. Ruta operacional conjunto 2	250
Figura 156. Ruta operacional conjunto 3	251
Figura 157. Primer ropero de la colección	252
Figura 158. Segundo ropero de la colección.....	253
Figura 159. Tercer ropero de la colección.....	254
Figura 160. Primer photobook de la colección	255
Figura 161. Segundo photobook de la colección	256
Figura 162. Tercer photobook de la colección.....	257
Figura 163. Costos de conjunto 1.....	260
Figura 164. Costos de conjunto 2.....	261
Figura 165. Costos de conjunto 3.....	262

RESUMEN EJECUTIVO

La iconografía de las comunidades ancestrales ha sido un medio de comunicación visual, donde se puede identificar distintas etapas de la historia de la vida misma que atraviesan los pueblos. La sincretización de costumbres a partir de la colonia ha dado origen a una variedad de personajes populares donde se manifiestan una diversidad de íconos y símbolos que expresan su cosmovisión. En la fiesta popular religiosa de la Semana Santa en el Pueblo Kichwa Saraguro se hace presente un personaje icónico para su gente, el Trompetero quien se encarga de dirigir la fiesta el domingo de pascua. Las culturas andinas en su aspiración de conservar y revitalizar sus costumbres han ido integrando iconografías andinas en diversos elementos y eventos. Por esta razón el trompetero hace poco más de una década comenzó a incorporar motivos iconográficos en sus máscaras y a partir de ese momento todas las personas que han tomado este papel han continuado con esta práctica hasta la actualidad. El desarrollo de éste proyecto tiene como centro el diseño de prendas Athleisure para mujer a través de la iconografía presente en la máscaras de los trompeteros de Saraguro, analizándola y rediseñando nuevas figuras; para lo cual se realizó una recolección fotográfica considerando como principio las máscaras que poseen iconografías, además se realizaron entrevistas a los quienes elaboran este objeto y a sus portadores. Para el diseño de prendas se realiza la técnica de estampación con vinilos textiles en diferentes tonalidades.

Este proyecto tiene como finalidad aportar con la conservación y revitalización de las costumbres del pueblo Saraguro y presentar prendas que demuestren una identidad local en un mercado que busca autenticidad, calidad y comodidad.

PALABRAS CLAVES: CULTURA SARAGURO, ICONOGRAFÍA DE LAS MÁSCARAS, TROMPETEROS DE SARAGURO Y INDUMENTARIA ATHLEISURE.

ABSTRACT

The iconography of ancestral communities has been a means of visual communication, where it is possible to identify different stages of the history of life itself that peoples go through. The syncretization of customs from the colony has given rise to a variety of popular characters where a diversity of icons and symbols that express their worldview are manifested. In the popular religious festival of Holy Week in the Kichwa Saraguro People, an iconic character is present for its people, the Trumpeter who is in charge of directing the party on Easter Sunday. The Andean cultures in their aspiration to preserve and revitalize their customs have been integrating Andean iconography in various elements and events. For this reason the trumpeter a little more than a decade ago began to incorporate iconographic motifs in his masks and from that moment all the people who have taken this role have continued with this practice until today. The development of this project is centered on the design of Athleisure garments for women through the iconography present in the masks of the trumpeters of Saraguro, analyzing it and redesigning new figures; For which a photographic collection was carried out considering as a principle the masks that have iconographies, in addition, interviews were carried out with those who make this object and its bearers. For the design of garments, the printing technique is carried out with textile vinyls in different shades.

This project aims to contribute to the conservation and revitalization of the customs of the Saraguro people and to present garments that demonstrate a local identity in a market that seeks authenticity, quality and comfort.

KEYWORDS: SARAGURO CULTURE, MASKS ICONOGRAPHY, SARAGURO TRUMPETERS AND ATHLEISURE CLOTHING

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como objetivo principal realizar una colección de prendas athleisure para dama, a través del análisis iconográfico de las máscaras de los trompeteros del pueblo *kichwa* Saraguro, ubicado en la provincia de Loja sur del Ecuador. Para poder llevar a cabo este proceso, se desglosó el proyecto en seis capítulos de los cuales el:

Capítulo I hace un abordaje de los antecedentes investigativos sobre: El pueblo Saraguro, análisis iconográficos, diseño a través del análisis iconográfico, estudios de las máscaras en la región andina y el diseño de autor. Además, se realiza la justificación de este proyecto y al final de éste capítulo se establecen los objetivos.

Capítulo II plantea el marco referencial, donde se realizó una investigación exhaustiva en diferentes medios bibliográficos sobre los pueblos y nacionalidades del Ecuador, Saraguro, las fiestas y la religión, la fiesta popular religiosa de la Semana Santa en Saraguro, sus trompeteros, las máscaras en la región andina. También hace referencia al diseño de indumentaria, la línea athleisure y su procedencia de la indumentaria deportiva, y diferentes técnicas de estampado. Aunado a esto, se analizó marcas referentes.

En el capítulo III se efectúa un análisis de los sectores políticos, económicos, tecnológicos, medioambientales y legales con el fin de conocer el estado en que se encuentra el sector textil nacional. Además, se presentan datos sobre el análisis de mercado y tendencias de consumo. Dentro del capítulo IV se aborda la metodología y el análisis de los datos, recogida mediante las entrevistas y encuestas. También se halla el análisis visual de las máscaras, tomando como referencia el método de Panofsky, análisis iconográfico a partir del método de Milla y con los resultados obtenidos se plasma el rediseño de figuras de acuerdo al método de Dorothy Koster Washburn.

El capítulo V se enfoca en el cronograma del desarrollo de la propuesta, mano de obra requerida, seguridad industrial, maquinaria necesaria, la infraestructura de la empresa. Y, por último, en capítulo VI se presenta el desarrollo de la propuesta, análisis de tendencias, perfil de usuario y estilo. Se desarrolla el manual de la marca, el concepto y finalmente se muestran las fichas de producción.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del Proyecto

Diseño de indumentaria *athleisure* con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro.

1.2. Antecedentes

El diseño con identidad “aborda y valora la diversidad para ofrecer a las personas universos de sentido que coexisten en un mundo plural, donde cada uno puede dirigirse hacia el que más desea, con el cual se siente compenetrado (Venero, 2008, p. s/n)”. Las disciplinas como el diseño, arte, arquitectura, etc., toman como base para proyectarse fuentes exóticas y únicas en la búsqueda de propuestas originales e identitarias que tengan mayor valor. Las siguientes investigaciones previas sobre la iconografía de pueblos aborígenes de Latinoamérica y/o vestigios existentes, aportan de manera significativa a este proyecto.

Una de las investigaciones realizadas en torno a la iconografía en nuestro país es la Tesis de Maestría; *Aproximación a un vocabulario visual Andino*, donde la investigadora Vanessa Zúñiga (2006), realiza una recopilación de signos visuales de las piezas de las reservas arqueológicas. Así que procedió a recolectar información de campo, y armar un banco fotográfico de los artefactos de las culturas de la zona centro sur y sur andina del Ecuador, ubicados en las reservas del Museo del Banco Central del Ecuador, con sede en las ciudades de Cuenca y Loja; y otros museos. Definiendo una muestra representativa, que fue sujeta a una metodología de análisis morfológico e interpretativo. Para la explicación del lenguaje, partió de autores como Ferdinand de Saussure y Charles Peirce que le permitió ubicarse dentro de la conformación de la cultura andina; dejando el análisis del Lenguaje precolombino andino, a autores Latinoamericanos como Carlos Milla Villena, Zadir Milla Euribe, Javier Lajo, entre otros; quienes plantean diferentes hipótesis en referencia a este tema. Las áreas de actuación de la investigación aportan elementos teóricos para la historia del diseño en la etapa precolombina analizando morfológica y

semióticamente los signos visuales y su relación con la cosmovisión andina, lo que nos permitirá brindar una herramienta laboral para el desarrollo y producción de proyectos de diseño y actividades creativas que continúen esta línea de diseño.

Referente al mismo tema también está el artículo de la revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, de la Universidad Nacional del Chimborazo; *Diseño experimental de sistemas modulares en base a la iconografía de la cerámica Puruhá* (2018); de; Vallejo Moreno, Samaniego López e Ibarra Loza, quienes aluden que investigaciones sobre pueblos originarios, desde el enfoque del Diseño, existen pocos antecedentes, consideran que entre los objetivos de esta disciplina, está el promover industrias culturales y particularmente, procesos para la digitalización de bienes culturales. La investigación surge con base al análisis de elementos visuales de piezas cerámicas, bajo la perspectiva de interpretación semiótica, basada en aportes teóricos de los autores Josef Estermann, Carlos Milla y Zadir Milla. El objetivo es desarrollar propuestas de sistemas modulares y súper modulares, aplicando leyes y categorías compositivas del Diseño. El método predominante es el analítico descriptivo, que parte de la digitalización de las piezas cerámicas seleccionadas, aplicando bipartición y tripartición armónica, principios compositivos propios de la semiótica andina. El proceso continúa con la aplicación de una matriz de generación modular, sustentada en leyes y categorías del Diseño. Finalmente, el resultado principal es el banco digital de sistemas modulares y súper modulares, que podrían ser utilizados como fuente inagotable de experimentaciones creativas para la creación de piezas gráficas, que evidenciarán la riqueza iconográfica de la cultura estudiada.

Otro artículo que gira en torno al tema es *Comunicación visual en la Iconografía Andina Protopasto* (2012) presentado por la antropóloga Diana Cristina Córdoba Cely, en la Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas. Este artículo se basó en realizar una revisión bibliográfica sobre la iconografía andina que posteriormente llevó a comprender las imágenes protopastos que se encuentran en los discos giratorios protopastos hallados en el cementerio de Miraflores como comunicación visual; la unidad de análisis fueron 83 textos de diferentes áreas como el diseño (industrial y gráfico). Lo encontrado se organizó, se analizó y se enlazó a manera de diálogo para lograr una mayor

contribución en la articulación de la información teórica a la hora de redactar el artículo de manera descriptiva. Los textos en mención, en su mayoría, fueron encontrados en bases de datos como: REDALYC, SCIELO, DIALNET, y el resto en bibliotecas especializadas como las del Banco de la República sede Pasto, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) y el Instituto Andino de Artes Populares. Finalmente, se pudo establecer que la iconografía debe ser tomada como comunicación visual, pues en ella se encuentra intercambio de significancia y significación (Mandoky, 2006).

Adicionalmente otro artículo que contribuye a nuestra investigación es *Interacciones y lenguajes visuales en la cerámica local de los períodos Inca y colonial (centro oeste argentino)* (2017), publicada en la Revista Estudios Atacameños por las investigadoras Cristina Prieto Olavarría y Vanina Tobar. En este trabajo se analizó el caso de la cerámica Viluco, la que fue producida en la frontera meridional oriental incaica (Centro Oeste Argentino) y se encuentra en contextos coloniales hasta el siglo XVII. Estas científicas analizaron las formas y decoraciones de 59 piezas Viluco Inca Mixto: 54 vasijas enteras y cinco fragmentos. También se incluyeron fragmentos de grandes dimensiones, procedentes de contextos domésticos, que podían ser analizados en su decoración. Los análisis se realizaron a partir de la comparación de los atributos morfológicos y decorativos de la cerámica Viluco con los antecedentes existentes para la alfarería Inca

Cusqueña. Este análisis se basa en la superposición de elementos, los que se intercalan regularmente a lo largo y/o alrededor de un eje o en torno a un punto axial, son regularmente repetidos y el patrón resultante es simétrico. De este modo, en la estructura del diseño existe una unidad mínima o motivo, que se repite sobre sí misma por alguno de los movimientos simétricos generando el patrón (Washburn y Crowe 1988). Los movimientos simétricos son cuatro: traslación, reflexión especular, reflexión desplazada y rotación (Washburn y Crowe 1988); y son las reglas que configuran el diseño gráfico como en un lenguaje gramático (Tobar 2013).

Otro artículo que contribuye a este proyecto es *El diseño gráfico y las colecciones de cerámicas precolombinas en Latacunga – Ecuador* (2017), expuestas por los investigadores Lucía Naranjo Huera y Joselito Otáñez Balseca. El objetivo de ésta

investigación fue aportar en el análisis morfológico de la cultura material precolombina desde el diseño gráfico para establecer pautas que permitan aplicaciones gráficas del componente cerámico Cosanga y Panzaleo accesible en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. En primera instancia se efectuó un acercamiento bibliográfico a los elementos del diseño gráfico, la cultura material y la cultura Panzaleo. Se realizaron también entrevistas a los encargados de las colecciones para analizar la problemática del registro visual y el consumo en la industria y artesanía local. Mediante el registro fotográfico y un software de ilustración se vectorizó la iconografía disponible para la visualización morfológica de las piezas cerámicas seleccionadas por su iconografía, forma y función, sean estas abstracciones geomorfas, zoomorfas, fitomorfas, antropomorfas, mitomorfas o decorativas, ya que, según Sonderegger (2003), forman parte del repertorio visual amerindio. Posteriormente se realizaron aplicaciones en productos gráficos mediante políticas de diseño dentro de la carrera de diseño gráfico de la UTC (Naranjo Huera & Otáñez Balseca, 2017).

El proyecto de maestría *Las máscaras en el arte popular ecuatoriano: estudio de las máscaras de la Diablada de Píllaro, aplicado a la producción escultórica contemporánea* (2016), presentada por el Arq. Jaime Ramiro Quezada Ortega. Este investigador estudió las máscaras de la diablada de Píllaro, con el objetivo de; establecer un nexo entre las máscaras elaboradas en el cantón Píllaro, en Tungurahua-Ecuador, para la festividad de su diablada, con máscaras contemporáneas, para conseguir una nueva propuesta culturalmente híbrida. Y establecer un vínculo entre el autor de la presente investigación, con artesanos constructores de máscaras de Píllaro, para lograr estas nuevas propuestas de máscaras. Para la metodología en esta investigación se utilizó el método deductivo, ya que partió de lo general a lo específico, con un análisis universal de las máscaras, para terminar, profundizando en las utilizadas en la festividad de la Diablada de Píllaro en la provincia del Tungurahua en Ecuador. Se utilizaron las entrevistas para recabar información de primera mano de los actores y artesanos que forman parte de la Diablada de Píllaro, así como de quienes confeccionan las máscaras en la ciudad de Cuenca. Así también se asistió a la festividad de la Diablada de Píllaro del año 2015, para recabar información y material fotográfico del mismo (Quezada, 2016).

Otra investigación es; *Apuntes histórico-arqueológicos en torno a la danza del Huacón* (2009), publicada por el Magister en arqueología Sergio Barraza Lescano, éste artículo constituyó un intento de documentar históricamente los orígenes de La *Huaconada*¹, baile ejecutado actualmente en el pueblo de Mito en la provincia de Concepción-Perú. A partir de la revisión de fuentes etnohistóricas de los siglos XVI y XVII se propone una correspondencia entre los *huacones*² y los ancestros fundadores de las comunidades en las que se realizaba el baile, explicándose al mismo tiempo la recurrente asociación de estos personajes míticos con elementos claramente vinculados al culto de los antepasados en el mundo andino. Se establece además el papel que este tipo de ceremonias cumplía en el marco del calendario agrícola de las poblaciones indígenas durante la colonia. Finalmente, recurriendo a la revisión de material arqueológico, se sugiere que ciertas tallas de madera integradas a los fardos funerarios prehispánicos y máscaras elaboradas a partir de restos humanos representarían el antecedente material de la parafernalia empleada en la danza (Barraza, 2009).

Una de las investigaciones realizadas en torno al diseño de vestuario con base a la iconografía de Salasaka, Tungurahua-Ecuador es; *Indumentaria masculina basada en los elementos Iconográficos de la cultura Salasaka*, (2019), expuesto por los investigadores; Diana Flores, Jorge Barrionuevo, Juan Carlos Palacios, & Gabriel Nuñez el proyecto se enfoca en el análisis y elaboración de propuestas de indumentaria masculina basada en los elementos iconográficos de la Cultura Salasaka, la misma que toma como referencia los elementos zoomorfos para su posterior aplicación en el diseño. Esta investigación tiene

¹ Huaconada: Es una danza ritual que se representa en el pueblo de Mito, perteneciente a la provincia de Concepción, Perú. Los tres primeros días del mes de enero de cada año, grupos de hombres enmascarados, denominados huacones, ejecutan en el centro del pueblo una serie de danzas coreografiadas (Organización de las Naciones Unidas Para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2010).

² Era empleado durante la colonia para referirse a cierta danza ritual ejecutada por los indios de localidades como Ambar, Barranca, Cajatambo, Huarochirí, Huaura y Yaután en el marco del calendario agrícola. Traducido en los vocabularios coloniales como máscara o enmascarado (Anónimo 1951: 46, González Holguín 1989: 583, como se cita en Barraza Lescano, 2009).

un enfoque cualitativo. El alcance de la investigación realizada es descriptivo y se utiliza como primer recurso la investigación bibliográfica. Así mismo, la investigación de campo permitió percibir la iconografía Salasaka de manera visual. Para el proceso de diseño tomamos la metodología de Alex Milton y Paul Rodgers que consiste en; observar, aprender, preguntar, fabricar, comprobar, evaluar y seleccionar, y comunicar. Finalmente se concluyó que los elementos iconográficos más relevantes de la cultura Salasaka son los zoomorfos. Por otra parte, la aplicación de la iconografía se realizó en forma de estampado, sublimado y mediante cortes en piezas de las prendas (Flores, Barrionuevo, Palacios, y Nuñez, 2018).

Y por último un artículo expuesto por Mariena Rumié Bertoni *Vestuario Chileno: Cuando el diseño de autor se inspira en el paisaje cultural* (2013), denominado este estudio pretendía estimular y promover, entre las generaciones de estudiantes de diseño, procesos creativos inspirados en los paisajes culturales, cuyos fundamentos históricos, puedan otorgarle un discurso como comunicador de identidad y contingencia, dentro de los contextos homogeneizados de la moda local y global. Éste desafío aquí planteado, puede ser una alternativa para el actual Diseño de Autor, que, con sus líneas de exploración, experimentación y descontextualización, busca una identidad, que lo distinga para asumir el compromiso de señalar rumbos como producto local, para luego junto a otros lenguajes de vestuario latinoamericano, iniciar un largo y fructífero camino como contratendencia, cuyo destino sean los mercados globales o simplemente potenciar “el ser - hacer chileno” (Rumié Bertoni, 2013).

1.3. Justificación

La industria textil en Ecuador constituye una fuente importante generadora de empleo, por lo cual el diseño de indumentaria, representa una pieza fundamental en la economía del país. La crisis de la pandemia está arrasando con la economía local, nacional e internacional, muchas empresas textiles han quebrado y muchos otros se han visto en la necesidad de renovarse, reinventarse como empresa, en busca de mejores resultados. No hay otra opción que renacer y buscar alternativas de acuerdo a la etapa que está atravesando el país. El diseñador tiene el potencial de ver una oportunidad en la

adversidad, buscando e ideando nuevas estrategias, creativas y originales que puedan cubrir las necesidades del mercado. En Latinoamérica, específicamente en Ecuador existe una gran diversidad de opciones que se pueden tomar como inspiración para recrear un diseño, en esta ocasión tomamos como dirección el estudio de la iconografía del pueblo Saraguro como fuente de inspiración.

Además, esta investigación permite contribuir con la preservación de las tradiciones y saberes de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. Considerando además que ellos se encuentran elementos tales como sus artesanías, atuendos, personajes populares, etc., que son fuente de inspiración para el diseño. Tomando como modelo lo manifestado por Pepe (2004) que nos dice en su libro *Diseño indígena Argentino*, “la intención es practicar la recuperación de elementos de culturas que, sin duda, han tenido un enorme compromiso con nuestra tierra (p.13). Extendiendo con el pensamiento de Ruiz Durand (2002) que expresa lo siguiente:

La iconografía andina es la puerta de entrada a un acercamiento a la raíz ancestral de nuestra cultura visual que nos sirva como referencia, como objeto de estudio, como inspiración y contribuya al enriquecimiento de nuestro vocabulario visual. Las imágenes andinas tienen su propia dinámica como conjunto coherente y gestan con su presencia una compleja red de interrogantes tanto en el campo de la creatividad, aplicación, adaptación o en el estudio de su lectura e interpretación. (p.7)

La simbología permite comprender a un pueblo o una cultura; pues a través de ésta expresan modos de vida, costumbres, acontecimientos importantes; que, plasman en objetos creados en determinada época en forma de imágenes. Así también Almeida, Possso, y Carrascar (2016) exponen sobre la importancia del mismo tema:

La iconografía ancestral de los pueblos ecuatorianos es rica y variada, tiene miles de diseños, los mismos que representa la esencia de la identidad de estas culturas y por su puesto le da un valor agregado a nuestro país, el análisis y estudio de la iconografía permite conocer el significado que a la vez permiten el entendimiento de las culturas. (p.32)

Los numerosos pueblos y nacionalidades que se asientan en el extenso Ecuador poseen una variedad de riqueza pictórica propia; Milla Villena (2006) expresa que:

En el universo de todo conocimiento cultural, los símbolos se constituyen en formas valoradas cuyo contenido expresa directa o indirectamente, las concepciones propias sobre los fenómenos de la realidad. Los símbolos que no se generan aislados, son componentes de sistemas iconológicos ordenados, por lo cual su comprensión ha de partir de una concepción general del espacio y el tiempo. El arte ha sido por siglos medio de comunicación, integración y transmisión cultural de las sociedades andinas. Su presencia permanente en objetos rituales y de uso cotidiano manifiesta el carácter real de su concepción. (p.2)

Los símbolos que los pueblos plasman en sus objetos ya sea de manera rudimentaria o refinada, nos cuentan sus tradiciones, los sucesos que acontecen, las creencias, la vida, las costumbres, etc. Es por esto que al estudiar en la iconografía de los pueblos originarios ésta nos da un indicio para la interpretación de su historia. Uno de los principales medios de comunicación de los aborígenes fue y sigue siendo el textil, donde entrelazan sus costumbres y plasman sus saberes, Malo (2015) lo explica de una manera más acertada:

Los textiles han cumplido desde épocas muy remotas, un rol fundamental en la identidad y supervivencia de los pueblos, convirtiéndose además en el principal soporte visual de la ideología y cosmovisión andina. Efectivamente, el arte textil es un verdadero archivo iconográfico que expresa la religión, cosmología, geografía, historia y la vida cotidiana porque los diseños de los tejidos no son simples decoraciones estéticas sino manifiestan construcciones sociales, normas y tradiciones culturales de los diferentes grupos sociales. (pág. 83)

El textil en los pueblos originarios ha sido y es; conceptualizado no solo como objeto para cubrir sino como un medio de comunicación. “Las telas y los hilos cuentan historias; nos hablan de la memoria, pero también del presente” (Frasquet Alcaraz, 2016). En el presente proyecto tiene por propósito diseñar indumentaria athleisure inspirada en la iconografía de las máscaras del Trompetero del pueblo Saraguro, teniendo en cuenta el significado de los mismos para realizar una composición con un concepto representativo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar indumentaria athleisure con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar siluetas, textiles y procesos de intervención apropiados para athleisure.
- Analizar la iconografía de las máscaras de los trompeteros de Saraguro mediante el método de Panofsky, Milla y Koster para incluirlas en el proceso de diseño.
- Producir una colección athleisure con intervención iconográfica de las máscaras de trompeteros Saraguro.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco

2.1.1. Pueblos y Nacionalidades indígenas del Ecuador

Indagar sobre Los Pueblos y Nacionalidades es conocer las raíces, el carácter unitario pluricultural y multiétnico que identifica a Ecuador como una sociedad con identidad propia. Las características culturales como: cosmovisión, modelo organizativo, la comunidad como centro de referencia para su producción económica social-cultural; territorio, religión, vestimenta y dialecto son la riqueza de un territorio relativamente pequeño. Las evidencias de estudios arqueológicos denotan que las formaciones sociales, la actual plurinacionalidad del país, tienen directa relación con los avances experimentados por diversas culturas en diferentes períodos, la expansión incaica y la conquista europea (Walsh, 2008). Los primeros pobladores de América llegaron desde el Viejo Continente hace miles de años, así lo asevera Sonderegger (2003):

Según la teoría arqueológica, el territorio americano comenzó a poblarse con el ingreso de grupos humanos a través del Estrecho de Bering, hace aprox.40.000 años, coincidiendo con el cuarto periodo glacial. Los hielos cubrieron gran parte del Hemisferio Norte provocando el descenso de 90m del nivel marítimo y la aparición de un puente natural entre Asia y América. Los primeros pobladores entraron por esta senda inexplorada siguiendo la ruta de grandes animales pleistocénicos³ como el mamut y el mastodonte. Eran bandas de cazadores recolectores procedentes del sector oriente de Asia Septentrional. Tuvieron diversos orígenes étnicos. (p.19)

Estos grupos se multiplicaron y se expandieron por toda América. Conforme Quizhpe (2019) “luego de 35.000 años construyeron sistemas políticos altamente complejos que pueden denominarse Estados: entre los Inka, Maya y Chibcha” (p.6). Los Inkas podrían considerarse como la última eminente cultura de Sudamérica, ocuparon un vasto territorio desde Chile hasta el norte del Ecuador. Se comunicaban por medio de caminos y los

³ Dicho de una época: Primera del período cuaternario, que abarca desde hace 2 millones de años hasta hace 10 000 años. U. t. c. s. m. (Real Academia Española, s.f.)

chasquis eran los encargados de recorrer esos caminos llevando cualquier encomienda. “Los incas no tallaban figurines de dioses, ni retratos documentales, su objetivo apunta más allá de lo humano, de lo meramente existencial. Escogiendo sus sagradas piedras tallaron la montaña y levantaron pueblos, en las cimas de los cerros (Sondereguer, 2003).

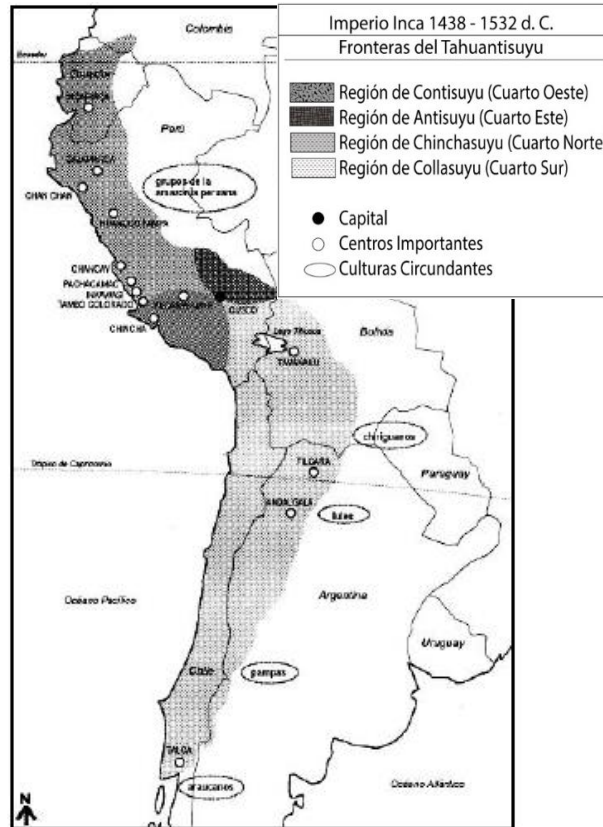


Figura 1. Las dimensiones del Tahuantisuyu
Fuente: (Sondereguer y Punta, 2003)

De éste modo los incas se expandieron rápidamente, ocupando áreas importantes en Ecuador, de acuerdo a lo que expresa Flaco Ecuador (2016):

Para finales del siglo XV; periodo en el que los incas del sur del actual Perú conquistaron a nuestros pueblos originarios. En estas luchas sobresalieron los legendarios Manco Cápac, Tupac Yupanqui y su hijo, Huayna Cápac. Este último extendió su lucha hacia el norte, encontrándose con la resistencia más encarnizada en Caranqui⁴-Cayambe, donde finalmente

⁴ Dicho de una persona: De un pueblo amerindio, exterminado por los incas, que habitaba en el norte de la actual República del Ecuador. U. t. c. s. (Real Academia Española, s.f.)

triunfó; selló su éxito casándose con una importante señora (Quilago) de Caranqui, con quien tuvo un hijo: Atahualpa. Ya con Atahualpa estamos a las puertas del periodo colonial, donde se inicia la conquista, el sometimiento y la esclavitud de los indígenas a manos de los españoles. (p.12)

Las numerosas organizaciones socioeconómicas que han regido el Ecuador al paso de la historia han jugado un papel preponderante en el desarrollo y evolución de los pueblos originarios. “Diversas instituciones y formas de organización económica y social han influido en la situación social de los pueblos indígenas y negros han intervenido en sus características demográficas, sus formas de reproducción social, sus asentamientos poblacionales y, en general, su dinámica demográfica” (Popolo, Ávila Salinas, y CEPAL, 2006, p.156). Saqueados, marginados y expulsados, condenados a transformarse o desvanecerse. Los indígenas fueron despojados de sus tierras, algunos viviendo como esclavos de los grandes hacendados, otros tantos excluidos en tierras áridas lejanas, sobreviviendo en situaciones inhumanas.

No fue hasta finales del siglo pasado que este grupo mancillado logró hacer escuchar sus pedidos y conseguir que se respeten sus derechos, así lo aseveran Popolo, Ávila Salinas, & CEPAL, (2006):

A fines de los años ochenta, los indígenas promovieron un debate, en 1988 un proyecto de “Ley de nacionalidades indígenas” presentado al Congreso Nacional enfatizó dos temas claves: el territorio y la existencia de “nacionalidades indígenas”. Con el planteamiento de esta problemática y con el levantamiento indígena de 1990, se crearon las condiciones para que durante los siguientes años las organizaciones indígenas demanden la promulgación de sus derechos. En la segunda mitad de los años noventa se constituyó el Consejo de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (CODENPE). (p.157)

Hoy las nacionalidades se encuentran distribuidas según sus núcleos territoriales, la que registra mayor número de población es la nacionalidad *kichwa*. Dentro de la cual existen diversos pueblos o comunidades indígenas, que comparten un proceso histórico semejante y cuyas raíces se remiten a miles de años.

2.1.1.1. Saraguro

2.1.1.1.1. Antecedentes históricos

El origen de los *saraguros* aún hasta el día de hoy no es muy claro, encontramos diversas conjeturas de antropólogos e investigadores que han estudiado la zona. “Hasta la actualidad, no se ha definido con precisión el origen o procedencia de los *saraguros* en el contexto etno-histórico” (Almeida Vinueza, 1995, p.345). Paralelamente a esto Almeida Vinueza (1995) citando a un *Tayta*⁵, el líder *Saraguro* Luis Francisco Vacacela, “quien participó en una reunión internacional a inicios de los 70 que se celebró en la ciudad de *Cochabamba*, sostiene que los *saraguros* son bolivianos, sin embargo, la vestimenta que describe es muy similar a la que actualmente usan los *paquizhapas*⁶ en Bolivia” (p.346). Para admitir esta teoría abría primero que hacer un análisis sobre la evolución de la vestimenta de los *saraguros*, ya que a través de los años su vestuario se ha alterado por influencia de los extranjeros y el racismo.

La interpretación sobre el origen de este grupo étnico es distinta según cada investigador, pero en la voz de *mama*⁷ Luisa Gualán “nadie mejor que nosotros mismos para investigar, desenmarañar e interpretar nuestro pasado para comprender nuestro origen; porque nosotros no vemos desde fuera, sino que vivimos y sentimos nuestra cultura desde dentro” (Gualán, 2020). En realidad, la interpretación de un investigador extranjero se limita a cuanto puede excavar sobre este pueblo, conviviendo con ellos un corto tiempo o realizando exploraciones es restos arqueológicos.

Siguiendo con otra interpretación que sostienen los investigadores Belote & Belote (1977), expone que “la localidad de Saraguro pudo haber estado bajo el dominio de los *shuaras*, el único grupo indígena adyacente a los *saraguros*” (como se cita en Bacacela Gualán, 2010, p.27). Por otro lado Bacacela Gualán (2010) quien es una escritora local manifiesta que:

⁵ Es una categorización para llamar a un hombre sabio. También se usa para llamar a un padre o abuelo.

⁶ Son indígenas de Bolivia ubicado en un lugar llamado Urdaneta.

⁷ Es una categorización para llamar a una mujer sabia en el cantón Saraguro.

La presencia de tiestos y terrazas asociadas para la agricultura dan testimonio de la existencia de habitantes preincaicos como los Paltas y Zarzas. La presencia de toponimias no quichuas ni cañaris en esta Zona como Taquil, Huilimun, Quisquinchir, Quillís, Quinarqui, Purún, Chuchuchir, Culikapak, Yarimala, Yumala, hacen suponer que estas tierras fueron asiento de culturas anteriores como Paltas. En un rastreo ligero de voces cañaris, no existen terminaciones terminadas en –kay, -bay, ni –deleg/delig, -usí, las más abundantes y reconocidas en la lengua cañari. (2010, p.28)

Es poco probable que los saraguros descendan de los cañaris al parecer tienen más posibilidad de provenir de los Paltas y que posteriormente fue dominio de los Incas, así lo asevera Barriga (1987), quien expresa” los saraguros son originarios del propio Saraguro o a que al menos antes del arribo de los incas, conformaban la zona de las paltas” (como se cita en Almeida Vinueza, 1995, p.346). Dentro de este marco una conjetura que afirman que Saraguro fue poblado por los Incas menciona “*the Incas established a small to médium-size administrative site in the valley, along with several ceremonial sites. The local Incaadministrative site may have been called Conchanuma*” (Ogburn D. E., 2004, p.425). Los incas establecieron un sitio administrativo y varios sitios ceremoniales. Saraguro parece haber sido el nombre de un asentamiento no inca y pudo haberse llamado Conchanuma. Otra teoría sobre el comienzo de los *saraguros* las sostiene el Fraile Murúa, (1946) en una de sus crónicas escritas:

Dicen que el gran Huaina Capac hizo hacer en esta gran ciudad del Cusco dos casas de cantería de piedra muy ricamente labrada, y hechas las hizo deshacer y mandó a que las trasladasen a Quito; y para el dicho efecto llevaron todas las piedras, y llegando en el pueblo que se llama Saraguru, cayó un rayo y quebró la piedra principal del edificio que se había de atravesar en la puerta principal y sabido por el Inga que le avisaron, lo temió y tuvo por mal agüero, y mando que la dejaran allí toda la dicha piedra, a donde está hoy en día junto al camino real. (como se cita en Ogburn, 2004, p.101)

En ésta localidad se encuentran restos de piedras que aseguran algunos antropólogos fueron traídas del Cuzco y que Saraguro fue un tambo para los Incas un sitio de descanso en su camino desde Quito, al Perú. Con la expansión del Tawantinsuyu el inca trasladó a este territorio grupos del altiplano así lo corrobora Emmanuel Faurox (1989):

El viejo conjunto autóctono Palta había sido casi enteramente erradicado durante la conquista Inca: aquellos que habían escapado a las masacres fugaron hacia la Amazonía de donde eran originarios. Los grupos más homogéneos estaban compuestos por los “mitimaes”, transplantados por los conquistadores para asegurar el poblamiento de las regiones abandonadas. Los Saraguros del norte de la provincia de Loja constituyen el mejor ejemplo. (como se cita en Almeida Durán & CIDAP, 1999, p.54)

Estas son solo algunas de las teorías sobre el origen de éste pueblo, la más reconocida es que proceden de los incas. Quizá futuras exploraciones podrán dar un resultado demostrado y confirmado.



Figura 2. Ubicación de Saraguro, respecto al Cuzco, Tomebamba (Azuay) y Quito.
Fuente: (Orburn, 2002)

2.1.1.1.2. Ubicación Geográfica

El cantón Saraguro se encuentra ubicado al norte de la provincia de Loja, al Sur del Ecuador, por éste lugar cruza la vía Panamericana; rodeada de tres provincias; Zamora Chinchipe, Azuay y El Oro, según los Belote, (1994) formulan que:

El cantón Saraguro pertenece a la provincia de Loja y tiene los siguientes límites: al Norte, la Provincia del Azuay; al Sur, el Cantón Loja, separado por los cerros de Acacana, Loma del Oro y Huacra Uma; al este, la Provincia de Zamora Chinchipe; y, al oeste, la Provincia de El Oro. La topografía del cantón Saraguro es muy variada a veces con poca vegetación, otras, con pendientes rodeado de páramo que envuelve el paisaje cubierto con pequeños matorrales. (p.9)

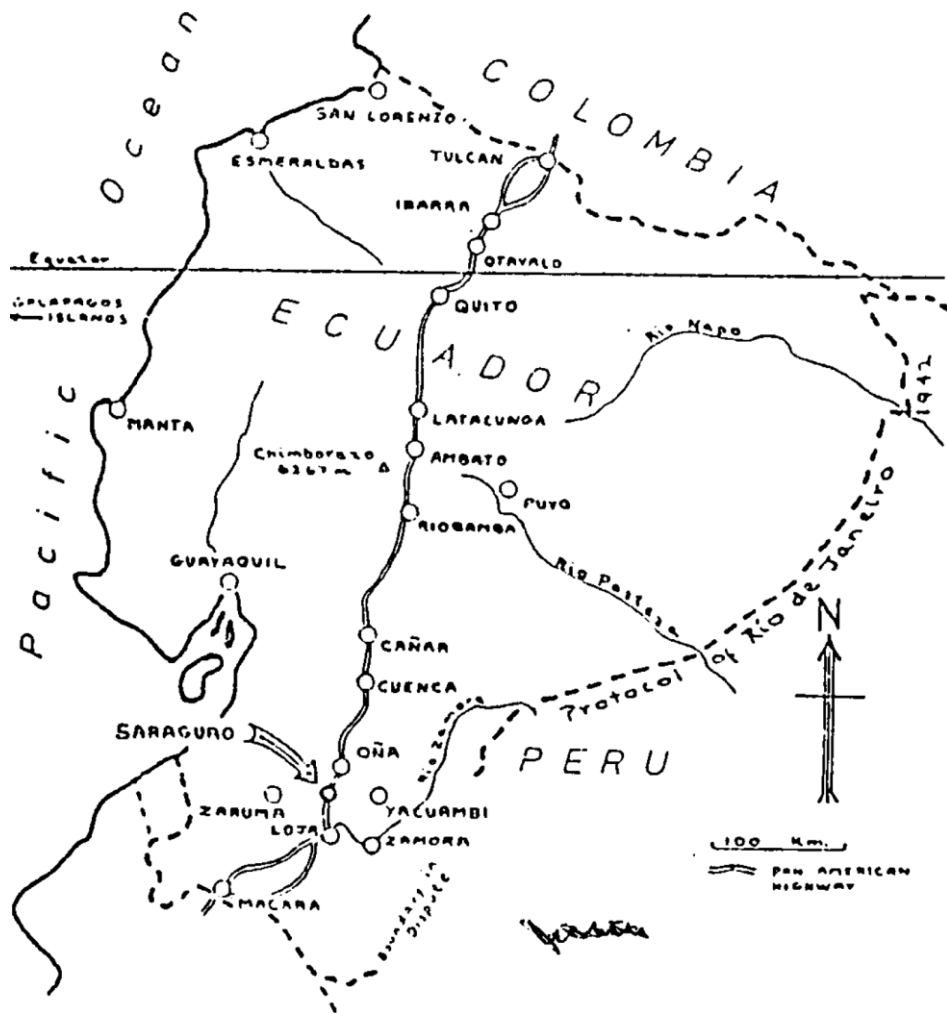


Figura 3. Ubicación general de Saraguro, Ecuador.
Fuente: (Belote y Belote, 1977)

Así como la topografía, el clima de este cantón también es muy variado, Saraguro como cabecera cantonal y hacia el sureste tiene generalmente un clima frío-templado mientras que al noroeste se encuentran superficies cálidas. Por otro lado; esta localidad la habitan tanto mestizos como indígenas; pero los saraguros no solo habitan esta tierra, encontramos saraguros en San Lucas (parroquia entre Saraguro y Loja) y en Zamora Chinchipe sobre todo en el área de Yacuambi.

2.1.1.1.3. Organización Político-Social

En Saraguro existe grupos claramente diferenciables, indígenas, mestizos, campesinos y blancos; el primer grupo se encuentra dividido por comunidades así lo cita Quizhpe Gualán, (2019):

El pueblo kichwa Saraguro está establecido en el Cantón Saraguro en las siguientes comunidades: Gañil, Gera, Gunudel-Gulakpamba, Ilincho, Chukidel, Oñakapak, Kañikapak, Tenta, Ñamarín, Kañaro, Puente Chico, Kiskinchir. La parroquia San Lucas se organiza tanto en barrios y comunidades kichwa Saraguro, estas son, Quebrada Honda, Piching, Cañi, Jaboncillo, Lancapag, Moraspamba, Ciudadela, San Lucas, Linderos, Pueblo Viejo, Langa, Bucashi, Vinuyaco Alto, Vinuyaco Bajo, Durazno, Censo, Puruzhuma, San José, Nogal, Bellavista, Bunque, Las Juntas y Capur. Respecto a Zamora Chinchipe no presentamos mayores datos, porque no se realizará análisis alguno de acta resolutive, sino que simplemente haremos referencia a su estructura organizativa. (p.12)

Cada comunidad se encuentra liderada por un cabido o *kapak*, llamados de ésta manera en comunidades que se asientan alrededor de casco urbano de Saraguro, éstos se eligen cada año en asamblea general; como enfatiza Belote & Belote (1994):

El cabildo es la máxima organización de la comunidad. Sus directivos son nombrados anualmente por elección directa de los comuneros. La estructura de cabildo corresponde a lo señalado por la Ley de Comunas: Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Síndico. Se incluye los Mayorales como parte de la estructura organizativa de nuestros ancestros, los mismos que son encargados de convocar a la gente a las reuniones, a las mingas y también de coordinar las distintas actividades con el cabildo. (p.22)

Las comunidades se encuentran formadas por la familia que a su vez están conformados por los padres e hijos y a veces abuelos. Las familias indígenas poseen un fuerte lazo con la familia. Estos lazos se fortalecían mediante el apoyo que permitía la equidad y la reciprocidad; como las mingas.

2.1.1.1.4. Economía

La fuerte crisis económica que vivió el Ecuador a finales del siglo pasado provocó el mayor movimiento migratorio en todo el país, los saraguros emigraron principalmente a España y Estados Unidos, este pueblo que tenía como actividad económica principal la agricultura y ganadería fue cambiando de apoco, la mayoría entre jóvenes y adultos abandonaron sus tierras y sus animales en búsqueda de un futuro mejor para sus familias; en las palabras de Bacacela Gualán (2000) explica:

La principal fuente de economía es la agricultura y ganadería. Por herencia cultural nos caracterizamos por ser buenos agricultores y excelentes pastores de llamas, alpacas y vicuñas. El ingreso económico de casi todas las familias es la ganadería predomina el ganado bovino, porcino y ovino. Otra actividad importante es el cultivo de maíz asociado con otros cereales como el fréjol, arveja y haba. Por la permanente crisis económica en la actualidad algunos han incursionado en la actividad de artesanía y cerámica, el cultivo de hortalizas y frutas (p.19).

Estas actividades económicas son una costumbre para este pueblo, pero para las nuevas generaciones que han migrado o estudiado y conseguido una profesión van encontrado nuevas formas de conservar su economía. Con la última fuerte crisis económica que vive el país frente a la pandemia nuevamente hay una corriente migratoria hacia países desarrollados.

2.1.1.1.5. Indumentaria

La vestimenta de este pueblo es negra y blanca, razón por la cual ha llamado a la curiosidad de muchas personas a nivel nacional y extranjeros. En las palabras de Bacacela Gualán (2010) explica:

La vestimenta es parte de nuestra vida cotidiana, constituye un elemento de distinción con otras culturas. Configura procesos de identidad en función de la autoidentificación y autodefinición,

imprimiendo características y diferenciación entre ellas, y siendo un elemento de identificación propia de cada pueblo. La indumentaria determina un status, político y económico a más de describir el sexo y la edad, porque cada género, espacio y tiempo son bien definidos. (p.30-31)



Figura 4. Familia Saraguro
Fuente: (Belote, 1991)

La vestimenta de los saraguros es claramente diferenciable de otras culturas y entre ellos se distinguen la edad, el sexo y hasta la ocasión de uso; ya que las mejores prendas guardan para para domingos (el día que se salía a misa). El atuendo del hombre es: Poncho, cushma, cinturón, pantalón corto y el zamarro blanco (todas las prendas de lana de oveja); la camisa blanca fue adaptada a finales del siglo pasado. La vestimenta de la mujer consta de: un rebozo o bayeta, anaco, pollera, una faja inferior sencilla que ajusta la pollera y otra exterior que ajusta el anaco (todos de lana de oveja), una camisa; accesorios; tendido o collar, aretes y tupu de plata. Tanto hombre como mujer llevan el sombrero de lana, aunque muchos optan por usar el sombrero improcedente que es mucho más liviano y cómodo. Por comodidad y economía todas las prendas de lana se han ido reemplazando por textiles sintéticos. La producción de las prendas autóctonas tiene un proceso bastante

largo y minucioso, en la actualidad hay pocas personas que se dedican a esta labor y del mismo modo es un lujo poder obtener para una prenda de este tipo.

2.1.1.1.6. Ritualidad

La ritualidad de las comunidades andinas se vincula directamente con la cosmovisión, con la vida y el ciclo productivo. Existieron una variedad de costumbres que en la colonia fue inevitable que la ritualidad se transforme; así las tradiciones se fueron debilitando, algunas se desvanecieron, otras sincretizando y hoy por hoy otras van reincorporado; como la celebración de los *Raymis* que han acogido diversas comunidades indígenas del Ecuador. “Desde muchos siglos antes de la invasión ya celebrábamos rituales propiciatorios, que continúan hasta la actualidad para lograr el bienestar de nuestras comunidades Andinas mediante el entendimiento y la comunión con las Leyes Cómicas y el manejo de la energía” (Milla Villena, 2005, p.34). Los rituales se realizan con el fin de equilibrar la energía que se obtiene de los cerros, del sol, de la luna, etc. Según Torres Jara, Ullauri, & Lalangui (2018) plantean sobre la ritualidad en Ecuador:

Los usos sociales, rituales y actos festivos en el Ecuador constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y estimados por muchos de sus miembros. Su importancia estriba en que reafirman la identidad de quienes los practican en cuanto grupo o sociedad y, tanto si se practican en público como en privado, están estrechamente vinculados con acontecimientos significativos; rituales y fiestas que contribuyen a señalar los cambios de estación, las épocas de las faenas agrarias y las etapas de la vida humana. Están íntimamente relacionados con la visión del mundo, la historia y la memoria de las comunidades. Sus manifestaciones pueden ir desde pequeñas reuniones hasta celebraciones y conmemoraciones sociales de grandes proporciones. (p.289)

Los actos rituales de las sociedades aborígenes los fortalece su identidad; “los rituales rememoran la historia y augurar un futuro próspero desde su cosmovisión reafirmando la identidad de los miembros de las comunidades. Éstos buscan recordar las prácticas ancestrales que representan el conocimiento sabiduría y las formas de entender su realidad” (Altmann, 2013) como se cita en Sánchez Reascos, 2020, p.31). Todos los pueblos poseen un sistema de ritualidad propia, que aunque marcadas por su vínculo por

la naturaleza, sus creencias y prácticas, tienen una particularidad pues han evolucionado en tanto han sido tocados por las influencias occidentales.

2.1.1.1.7. Fiestas

“La fiesta es un medio de comunicación y los actos son actos comunicativos” (Gil Calvo, 1991, p.61), existe una correlación entre los actores de la fiesta, que comunican mediante lenguaje verbal, signos o señales una realidad social. “El ser humano es la única especie que sabe hacer fiesta” (Gil Calvo, 1991, p.9), todos los animales realizan prácticas que les permita su supervivencia, pero solo el hombre planifica, invierte y crea una festividad. Como bien afirma Gil Calvo (1991) en su libro Estado de la Fiesta:

La fiesta se trata de un acontecimiento ritual, espontáneo y colectivo que precisa dos ingredientes básicos: alguna trasgresión de orden y la caída en la paradoja. La fiesta nos libera, emancipando nuestra identidad personal. La fiesta nos vincula, creando lazos comunitarios de solidaridad. La fiesta es una interacción de mínimo dos personas, representa reciprocidad; ya que un dar y recibir, se trata de transmitir regocijo a otras personas. (p.72)

Durante la celebración según las costumbres se puede romper con el orden, hasta realizar actos absurdos mostrando la naturalidad de un ente. Paralelamente a esto Sánchez Parga (1984) expresa:

La fiesta constituye un momento y un sistema de intensas transfiguraciones sociales, que van desde los mismos espacios ocupados por el ceremonial hasta los roles desempeñados por sus diferentes actores. Simboliza de manera muy particular estas mutaciones la importancia que ocupan siempre en la fiesta el disfraz y la máscara. (p.99)

La festividad trae a la luz las costumbres y de la misma forma muestra la transformación de la sociedad, según los acontecimientos e influencias que ocurren en las distintas épocas. En diversas festividades andinas del Ecuador las máscaras y disfraces son menester para la realización del rito; haciéndose evidente el cambio de una población en la evolución del atuendo del mismo. Mayormente estos actos son de función religiosa.

Saraguro es un pueblo profundamente religioso, por lo que las fiestas especialmente giran en torno la celebración cristiana, como Navidad, Corpus Christi, San Pedro y en la

que vamos a profundizar la Semana Santa. De acuerdo con lo que expresa Bacacela Gualán (2010):

Con la llegada de los europeos y las presiones permanentes, los rituales se transforman y adquieren nuevos contenidos manteniendo sus rasgos estructurales, sus principios básicos, sus simbologías. En el caso de Saraguro algunos de ellos recrean las celebraciones de la semana santa, corpus christi, navidad, en sucesos de matrimonio, construcción de casas y la muerte. (p.57-58)

La religión fue impuesta por la fuerza más no pudieron borrar sus costumbres, convirtiéndose ambas en una fusión. En los ritos, ceremonias y fiestas se puede observar un sincretismo atractivo para muchos y poco comprensible para otros en cuanto a la forma que realizan todos estos eventos. Para Bacacela Gualán, (2010) la fiesta para los runas representa:

La mujer y el hombre andino son espiritual por que se relacionan de muchas maneras con lo divino, sin embargo, su forma predilecta es la ceremonia, el rito y la fiesta. Los actos más significativos suponen colaboración, apoyo mutuo y participación. Participar en la fiesta significa constituye un modo de colaboración en la recreación periódica del cosmos que se percibe como un permanente juego de fuerzas, es una descarga y recarga de energías. La fiesta es un conjunto de acciones simbólicas, de ceremonias y rituales cargados de simbolismo. En esta simbología interviene varios elementos, como la música, la danza, la palabra, los colores, el espacio, el tiempo, el orden, los participantes, la comida y bebida, el animal y las plantas. (p.60-61)

En cada acto que se realiza en este pueblo existe un determinado protocolo, que son únicos de ellos mismos y con un fuerte simbolismo, por ejemplo; la colaboración en las fiestas; el dueño de la fiesta o el que va a realizar la fiesta recibe colaboración de sus amigos, familiares, compadres, consuegros, ellos a cambio reciben una “obligación” como agradecimiento. Son costumbres de dar y recibir que les complacen al espíritu. Cada cosa que realizan está cargada de una significación, practican la religión cristiana en una profunda conexión con el cosmos.

Adicionalmente la fiesta involucra una inversión, meses antes los encargados de las fiestas necesitan prepararse para la fiesta, como ahorrar dinero, “la fiesta religiosa implica una serie de gastos que involucran a algunos actores sociales el sacerdote, los prestamistas, las vendedoras, las chicheras, las floreras, los que cosen disfraces entre otros” (Belote & Belote, 1994, p.72). Muchas veces el encargado de la fiesta tiene que hacer préstamos para llevar a cabo la celebración y pagar todos los gastos en la iglesia, en la casa y las compras.

2.1.1.1.7.1. La Semana Santa

Es una de las fiestas más importantes para los saraguros, ya que es todo un proceso con el que debe cumplir el *Tayta* alumbrador, quien es el que realiza la fiesta. Almeida Durán & CIDAP (1999) manifiestan mejor lo que es la semana santa:

La persona que se hace cargo de pasar la devoción se llama *Tayta Alumbrador*. Se desarrolla generalmente en el mes de abril y cada año recuerda la muerte de Jesús en la cruz para salvarnos y en recordación a ese acontecimiento se viene venerando y pidiendo perdón por todos nuestros pecados. El alumbrador prepara la celebración con anticipación. Hace llegar leña con algunos meses de antelación, compran quintales de habas, frejol, arros y se dedican a engordar cuyes y unos dos ganados para la ocasión. (p.88)

En este proceso se repite cada año, y cada año aparece un nuevo alumbrador, ellos buscan pasar la fiesta por la devoción y la fé en Jesucristo, en el cual hay una serie de formalidades que cumplir y un grupo de gente que participa y colabora con el dueño de la fiesta. Otro aporte sobre la semana santa lo hace Belote & Belote (1994):

En las comunidades indígenas la Semana Santa se encuentra en el centro de todas las fiestas cristianas y es celebrada con extraña devoción y una particular solemnidad. Esto resulta en perfecta sintonía con la tradición y el magisterio de la iglesia que dedica desde tiempos inmemorables toda una semana para recordar y actualizar sus ritos solemnes y representaciones vivas: la entrada de Jesucristo a Jerusalén, la institución de la eucaristía, la celebración de la pasión y muerte de Cristo en la cruz, su sepultura y resurrección. (p.66)

2.1.1.1.7.2. Estructura de los personajes de semana santa

Los **alumbradores** mayor y menor son los “protagonistas de las fiestas de Semana Santa, ellos son sólo hombres” (Belote & Belote, 1994, p.77). La estructura de las fiestas que realizan los saraguros es especialmente dual, se forma por dos partes, mayor-menor, hombre-mujer que representa la dualidad. Por otro lado “los **prioste**s son los encargados de ayudar a los alumbradores en toda la fiesta por ser devotos del Corpus Cristi, en su responsabilidad está el cuidado de la iglesia y todas las actividades que tiene que realizar el alumbrador” (Belote & Belote, 1994, p.81).

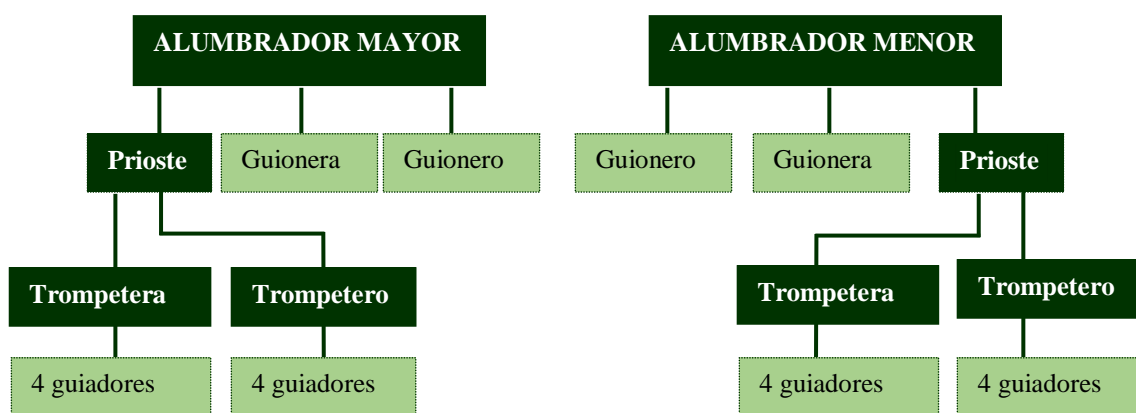


Figura 5. Estructura de los personajes de Semana Santa.
Fuente: (Belote y Belote, 1994)

A su vez los prioste tienen una comitiva a su disposición para que les colaboren en la realización de todas las diligencias. Adicionalmente “el prioste se encargará de hacer llegar el agua y hacer bañar durante todas las mañanas en la fiesta y la priosta es la encargada de vestir al alumbrador, (en caso de ser invitada, caso contrario no participa en la fiesta)” (Almeida Durán & CIDAP, 1999, p.89). En el baño participan generalmente los dueños de casa, alumbrador, esposa, hijos, nietos etc., se suman a esto los tromperos.

Los guioneros y las guioneras acompañan también al alumbrador en toda la fiesta y “son los encargados de la Misa de Viernes de Lázaro y Viernes de Dolores, así mismo son los encargados de rogar al trompetero” (Belote & Belote, 1994, p.83). Desde el punto de vista de investigadores como Durán y CIDAP (1999) quienes concuerdan con Belote y Belote (1994), los guioneros són niños vestidos de gala que se encargan de llevar el

incienso prendido delante del alumbrador igualmente siempre van al frente de las imágenes talladas de Jesucristo y la Virgen de Dolores en todas la procesiones.

Tabla 1. Calendario de la Semana Santa

Días +/-	Nombre del día	Descripción
-16	Viernes de Lázaro	Dedicado a Lázaro, es la única cantada en <i>quichua</i> en el año.
-15	Sábado de Lázaro	En la mañana los sacerdotes de Corpus Cristi amarran ramos en la puerta de la iglesia. En la tarde amarran ramos en la casa del alumbrador.
-14	Quinto Domingo de Cuaresmo	
-9	Viernes de Dolores	Misa dedicada al Virgen de Dolores en recuerdo de su sufrimiento por la muerte de su hijo.
-8	La supalata (este evento no corresponde con la iglesia)	Sábado de noche, niños y jóvenes recorren por las comunidades, disfrazados y con música recibiendo tamales y otra comida preparada para la supalata. Es un rito de cosecha y fertilidad
-7	Domingo de Ramos	Procesión del alumbrador y todo su equipo a la iglesia, de dónde sacan a Jesús a una procesión en el pueblo. Los ramos son bendecidos por el cura.
-6	Lunes Santo	Misa y procesión en la cual se despide la Virgen de su hijo en el Calvario.
-5	Martes Santo	Preparan el champus y entrega de pinchis; de miel, dulce, yuca, maíz, etc. (todo esto en la casa del alumbrador).
-4	Miércoles Santo	Continúa la preparación de la comida para el Jueves Santo y recepción de más pinchis.
-3	Jueves Santo	Comienza con un banquete en la mañana, luego acuden a la procesión de la iglesia a caballo. La misa que se celebra a la 5pm y los alumbradores empiezan con su velación de 24 horas en el templo.
-2	Viernes Santo	Los alumbradores salen de la iglesia a las tres de la tarde, regresan a la procesión y entierro de Jesús.
-1	Sábado de Gloria y Huacra Llushtina	La misa a las 10 pm comienza en total oscuridad hasta que se enciende el Sirio Pascual (la luz de cristo), señal que Jesús venció la muerte. Gran número de bautizos esa noche. Ése día también deposita la res para la fiesta.
0	Pascua de Resurrección	Ritos y procesiones con gran concurrencia. Antes de la misa el ángel saca el velo de a cara de la Virgen. Después de la misa mucha gente llega a la casa del alumbrador para comer.
+1	Agradecina	Sigue la fiesta en casa del alumbrador, día de mucha comida y bebida.
+2	Cunchu	El último día de la fiesta, las cocineras entregan las vasijas limpias y el alumbrador brinda uchumatis a los ayudantes, día de mucha comida y bebida para todos.

Fuente: (Belote y Belote, 1994)

2.1.1.1.7.2.1. Los trompeteros de Saraguro

Como definición universal el trompetero es una “persona que hace las trompetas o que se dedica a tocar la trompeta” (Real Academia Española, 2001). Dentro de este marco la trompeta natural andina (churo, cuerno, otras variaciones) de las culturas andinas, es un instrumento de viento usado para llamar o convocar al pueblo para cierto evento. Desde el punto de vista de otro investigador “es un instrumento de uso principalmente ritual, de aire grave y solemne, que permite igualmente la interpretación de tonadas rítmicas para el anuncio de actividades más lúdicas en las que se requiere su presencia” (Andina, 2013). En el cantón Saraguro el trompetero es una persona que toca un instrumento, pero es un pequeño bombo o *wankara* como lo llaman los pueblos originarios.



Figura 6. El Trompetero de Saraguro décadas atrás.
Fuente: (Saraguro escrita con imágenes, 2013)

El trompetero es un personaje que hace su intervención el domingo de pascua, bailando frente a la procesión el trompetero va delante de la imagen tallada de Jesús y la trompetera va frente a la Virgen. Según Belote y Belote (1994) afirma que:

Los Trompeteros son personas que marchan con banderas rojas y hacen rezar a las personas. Todos son hombres, pero el trompetero de la guionera se viste de mujer y se la llama "trompetera". Todos llevan máscaras, y arreglan su pelo con muchas trenzas. Una de sus responsabilidades es mantener suficiente espacio para las procesiones frente a la iglesia el día de pascua. Ellos, tocando su pequeño tambor, hacen que los espectadores se retiren. No está todavía claro el significado de estos personajes, pero hay quienes los interpretan como una representación de los- judíos que se burlaban de Jesús. En agradecimiento a su trabajo, se le brinda un *uchumati* a cada uno de ellos. (p.84)



Figura 7. Trompeteros de Saraguro.
Fuente: Elaboración propia (Saraguro, 2019)

Año con año en el domingo de pascua los trompeteros se hacen presentes, existen dos trompeteros, ambos de sexo masculino, pero el trompetero de la guionera o menor lleva el atuendo de mujer. Además, cargan la máscara, el bombo, una rienda en el caso del trompetero y sus tradicionales trenzas. No se han encontrado documentos sobre el origen y el significado de los trompeteros, pero es una práctica que se ha mantenido desde tiempos inmemorables.

La vestimenta de los trompeteros décadas atrás era un traje de occidente tal y como podemos observar en la figura 6. Usaban un pantalón largo, una chaqueta, un gorro, unas botas, el bombo y la máscara era de madera, muy rústica y pesada y no llevaba ningún diseño impreso. Hace poco más de una década *Tayta* Francisco Macas Cango empezó a desempeñar el papel de trompetero dando otro simbolismo al trompetero, desde esa época su atuendo lleva una temática que se relaciona con su sentir, cosmovisión y con los sucesos actuales de su pueblo, sin dejar de ser un atuendo propio de Saraguro. Poole (1985), explica mejor este fenómeno social del danzante enmascarado:

A diferencia de la historiografía representacional occidental, el baile andino no se interesa en representar el «otro» o el pasado simplemente para definir, aislar, explicar, o rectificar el otro; sino para utilizarlo en un presente social y activo. En esto estriba la aparente ambigüedad del danzante andino. A nuestro modo de ver no tiene una identidad neta, ni una representación fija como la quieren asignar las historias y clasificaciones occidentales. El dinamismo inherente a su ambigüedad deriva de que, así representado, el pasado no es un hecho acabado o terminado, sino un aspecto vivo de su existencia actual, de un presente en que los hombres cambian, piensan, trabajan, actúan y bailan. (como se cita en Cánepa Koch, 1998, p.25)

2.1.1.2. Máscara: una expresión multidisciplinar

Sobre el origen de la palabra máscara, Bermejo Gonzales (2012), citando el Instituto R. Guénon, considera que:

Etimológicamente máscara viene del vocablo hindú kar, también del árabe máshara, y kaara; del griego prosopon. Y también lo relaciona con: wankja, (germánico o céltico), o aquellas interminables transliteraciones y derivados como pueden ser masque, (francés), maschera

(italiano), máscara (español), mask (inglés), y la mascha (del occitano) o la masca (del piamontés, ligur, etc.). (p.75)

Todos los significados etimológicos llevan a una misma finalidad, que la máscara sirve para cubrir el rostro y su uso se remonta desde antiguas épocas hasta la actualidad. De acuerdo con lo expuesto por Quezada Ortega (2016) :

[...] Se las han utilizado desde la antigüedad con propósitos ceremoniales, conmemorativos y prácticos. Ha sido usada desde el Paleolítico por la mayoría de los grupos humanos en todas las épocas. Las máscaras son elementos sociales cargados de gran simbolismo que llegan a ser parte del inconsciente individual y colectivo, por ello ha perdurado su uso a lo largo de la historia. (p.15)

La máscara ha tenido una importancia trascendental a lo largo de la historia y una fuerte carga simbólica, se vincula con lo místico, con lo espiritual y religioso. “Algunos de los primeros ejemplares, como los egipcios, corresponden a máscaras funerarias. Otras máscaras funerarias son de Grecia preclásica en Micenas. Sin embargo, en antigua Grecia, Roma y China existen mascaradas usadas en performances teatrales con fuerte contenido ritual” (Museo Nacional de Etnografía y Folklore, 2014, p.9). A continuación, citaremos algunas definiciones del objeto de estudio:

“En el sentido más común se entiende a la máscara solo en su aspecto encubridor y, por lo tanto, ya no puede significar una identidad verdadera” (Cánepa Koch, 1992, p.147). Es como una descripción más superficial y general de este vocablo como algo que oculta el rostro de un individuo para mostrar otro. Así también encontramos otras definiciones equivalentes; “la máscara es el personaje que se representa en un juego, el escudo para protegerse de un mundo exterior y hostil” [Paz: 1984, (como se menciona en Koch, 1992, p.146)]. En éste sentido presenta como una protección ante lo adversos, una transformación de lo auténtico a lo falso o fingido. Por último exponemos la definición de Luján Marrazzi (2009), que afirma:

La palabra máscara se define como figura que representa un rostro humano, de animal o puramente imaginario, con la que una persona puede cubrirse la cara para no ser reconocida, tomar el aspecto de otra o practicar ciertas actividades escénicas o rituales. (p.47)

Para acertar con una definición particular de este objeto, debería tomarse en cuenta la disciplina que la estudie y su localización, pues las sociedades las usan con distintos propósitos y funciones. “Una máscara por sí sola no tiene sentido sino inscrita en el código de la mascarada y en relación con el sentido que las otras máscaras adquieren dentro de una determinada situación o contexto significativo” (Sanchez, 1984, p.99). No existen las caretas aisladas, sino que representan un conjunto de situaciones y acontecimientos que ocurren en determinada localidad. Así mismo depende de una población el material de manufactura y el diseño que le ilustren, Quezada Ortega (2016) coincide con este argumento:

Si bien las máscaras han sido utilizadas por muchas culturas en el mundo, formando parte de esa universalidad, sin embargo, tienen su particularidad ya que cada una de las culturas les han dado sus rasgos propios de identidad, con una materialidad que corresponde al lugar de su hábitat y donde inclusive terminan dándole a los colores su propia interpretación. (p.22)

Unas diversidades de materiales pueden componer este artículo; naturales o artificiales. Pueden ser rústicas o muy elaboradas. Pudiéndose clasificar desde distintos espacios.

2.1.1.2.1. Máscara Andina

Según el Padre Giego Gonzales Holguín (1989), un sacerdote español que se dedicó a estudiar el idioma *quechua* traduce la máscara en *quechua* como *saynata*. Y quienes la usan son los *saynatacuna*, o *huacon*, los enmascarados” [como se cita en (Jiménez Borja, 1996, p.17)]. Mientras que Fray Domingo de Santo Tomás (1952) “registra con alguna variación, que *saynata* o *ayacucho* equivalen a lo que en español es la máscara o carátula” [como se cita en (Jiménez Borja, 1996, p.17)]. Algunos investigadores del idioma *quechua* coinciden con esta interpretación. El uso de máscaras en los andes centrales y sur centrales prehispánicos parece haber sido sumamente importante, como sugiere el Museo Nacional de Etnografía y Folklore (2014):

Mascaras de madera constituyen un elemento importante de las tradiciones de momificación de Chinchorro, en la costa del norte de Chile, el 5.000 a.C. Las máscaras funerarias de madera policromada son un componente importante de las costumbres Paracas y Nazca en la costa del sur de Perú. Otros casos de máscaras prehispánicas de madera policromada corresponden a la

sociedad Wari desarrollada en el 500-1000 d.C. en la sierra central del Perú. Las máscaras mortuorias de oro y de plata se cuentan entre las obras maestras de orfebrería de grupos de la costa del norte de Perú como Moche (200-700 d.C.), Lambayeque (800-1300 d.C.) y Chimú (1200-1470 d.C.).

Lo que refleja los restos encontrados precolombinos es que al parecer fueron principalmente de carácter funerarios. Zuidema (1983), expone que:

La máscara en el mundo andino prehispánico ha servido de elemento de identificación de identidades o grupos políticos distintos. Esta función de la máscara se ha visto reforzada por la oposición que, según el autor, existía entre pintura facial y máscara. (...) Así, la máscara estaba asociada a lo externo, al caos, al mundo de abajo, a la noche, mientras que la pintura facial representaba lo conocido, lo familiar, aquello con lo cual había identificación. El autor afirma, además, que el sentido que se le daba al uso de la máscara en los rituales era el de neutralizar los poderes del enemigo, incorporándolo simbólicamente al mundo de adentro. (como se cita en Cánepa Koch, 1998, p.26 y Poole, 1985)

Ya en la colonización existen algunas huellas documentadas de las máscaras andinas. “El término *quechua Huacón* era empleado durante la colonia para referirse a cierta danza ritual ejecutada por los indios de localidades como Ambar, Barranca, Cajatambo, Huarochirí, Huaura y Yaután en el marco del calendario agrícola” (Anónimo, 1951, p.46, como se menciona en Bárraza Lescano, 2009, p.96).

Actualmente permanece la danza del *Huacón* o *Huaconada* en un pueblo de Junín, Perú, pero durante la colonización era una costumbre de varias localidades, “la danza del *Huacón* entre los bailes más extendidos del territorio andino, añadiendo que era una danza en la que participaban grupos de hombres enmascarados dando saltos y sujetando alguna piel de fiera o algún animalejo silvestre muerto y seco” (Cobo, 1653, como se menciona en Bárraza Lescano, 2009, p.96). Para los ojos de los colonos que documentaron esta mascarada, a todas las danzas enmascaradas las denominaron danza del *huacón*, por el mismo hecho que *huacón* en español es máscara o careta.

Esta tradición se celebraba “principalmente a dos acontecimientos que integraban el calendario agrícola: al inicio del período de cosecha del maíz (próximo a la fiesta el

Corpus Christi) y al comienzo de la temporada lluviosa o período de siembra” (Bárraza Lescano, 2009, p.100). Parece haber sido una práctica ceremonial en gratitud a la naturaleza, la fertilidad de la tierra y pidiendo abundancia para la próxima siembra. Mientras que para otros autores “se mencionan unas máscaras de madera de figura disforme con unas narices de casi una cuarta de largas que representaban a las *huacas*” (como se cita en Bárraza, 2009, p.101; Duviols, 2003, p.728 y Polia, 1999, p.424). Los historiadores la interpretan de distintas maneras, pero el personaje enmascarado tenía la certeza de que estaba honrando a sus ancestros.

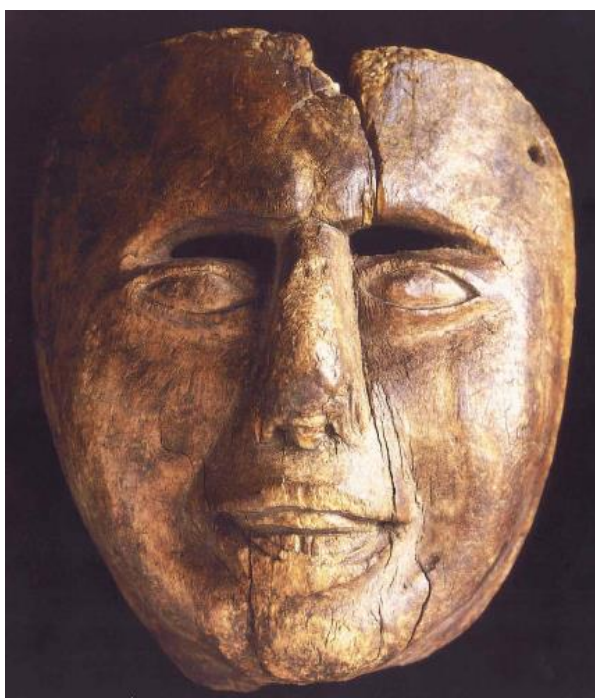


Figura 8. Máscara de madera antigua.

Fuente: Procede de las alturas de Lima, la más antiguas de la colección de Arturo Jiménez Borja, se ignora a qué danza pertenecía (Jiménez Borja, 1996)

Tras la colonización se fueron mezclando costumbres extranjeras y originarias que influyeron en el uso de las máscaras en ciertos contextos. Así lo expresa el Museo Nacional de Etnografía y Folklore (2014):

Con el encuentro con prácticas europeas se introduce nuevos personajes, como el toro, el gallo, los ángeles que asumirán un papel protagónico e la danza ceremonial y por tanto en la iconografía de las máscaras empleada. En general de este encuentro nace una rica diversidad y

que trasciende en las máscaras ceremoniales de los pueblos indígenas contemporáneos. La sujeción de estas danzas a un calendario basado en el santoral católico, habla de la inserción de la ritualidad indígena en procesos de evangelización. Es desde entonces que la máscara y la danza se vincula fuertemente a las fiestas patronales. (p.11)

Con la sincretización de ambas culturas nace una más pictorezca, los nativos no abandonaron sus tradiciones sino que las transformaron, ahora veneran otros dios y santos en una fusión con sus antiguas creencias. Así lo revela Cánepa Koch (1998) en su propuesta:

Si se reconoce que la ambigüedad de las danzas andinas es utilizada como un recurso para lograr ciertos fines rituales y sociales, entonces se comprenderá que esta ambigüedad permite, por un lado, la transferencia del poder del personaje representado al danzante, y por el otro, una actualización del pasado para transformar el presente. Esto quiere decir que la danza cumple también una función intermediadora entre dos fuerzas. (p. 117)

A través de este ritual el enmascarado parece conectarse y adquirir los poderes de la figura que personifica, además que le permite encontrarse con sus raíces para volver a construir el pasado y para reconstruir al mismo tiempo el futuro proporcionando continuidad y sentido al presente. En cambio el pensamiento Bárraza Lescano (2009) manifiesta:

En la mascarada de la fiesta andina se expresa muchas de las funciones y significantes de “la vida de las máscaras” la tensión y conflicto de la identidad con ese otro extraño y enemigo, frente al cual se busca la evasión tras la máscara, o al que se trata si no de dominar por lo menos controlar ritualmente, por una apropiación de su máscara que supone tanto apropiarse de su fuerza hostil como de conjugarla. (p.29)

El otro aparece como el extraño, el foráneo, y tras la careta intenta rebelarse ante el opresor; en el caso que se disfrace del “otro” éste toma la actitud del forastero. En fin, son varias las interpretaciones que se le dan al danzante enmascarado andino, pero sin lugar a duda representa la fusión de su pasado ancestral con su presente cristiano.

2.1.1.3. Iconografía

Como definición universal tenemos la “iconografía es la rama de la Historia del Arte que se ocupa del contenido temático o significado de las obras de arte (Panofsky, 1998, p.3). Para otro autor la iconografía en su sentido más genérico es un conjunto de representaciones visuales en un dominio definido (tema, época, región, etc.) (Tessier-Brusetti, 2016). Permite la interpretación de las imágenes visuales.

Un concepto más al presente plantean algunos historiadores del Arte, podría definirse como: “ciencia que estudia y describe las imágenes conforme a los temas que desean representar, identificándolas y clasificándolas en el espacio y el tiempo, precisando el origen y evolución de las mismas” (Santo Tomás Pérez, 2009). Observar una obra de arte, significa aprenderla en su época, su historia y simbolismo, hechos que influyeron en su construcción; examinando cada detalle que ayude a describirla en su más amplia representación. Como unidad de la iconografía tenemos el símbolo que permite la lectura de las obras artísticas.

2.1.1.3.1. Iconografía andina y cosmovisión

La cosmovisión como una forma de ver o interpretar el mundo, o también la actitud frente al mundo, Heidegger (2001) lo explica así:

Cosmovisión, visión del mundo, no es ni una simple consideración o contemplación de las cosas ni tampoco una suma del saber acerca de ella; cosmovisión, visión del mundo, es siempre una toma de postura, un posicionamiento en el que nos mantenemos por propia convicción que hemos desarrollado nosotros mismos por nuestra propia cuenta o por una convicción que simplemente hemos adoptado por influencia de otros o a la que meramente nos ha acontecido ir a parar. (como se cita en Paucca Gonzales, 2019, p.27)

Esta cita nos expresa que para tener una visión del mundo no es necesario tener un vasto conocimiento de él, sino más bien es un modo de ver el cosmos desde nuestra experiencia vivencial, desde nuestra ideología. “Los pueblos andinos tienen una cosmovisión propia, donde los seres humanos viven en igualdad y equilibrio con la naturaleza, para ellos todo tiene un espíritu y una energía que permiten esa convivencia armónica entre el hombre y la tierra” (Torres Jara, Ullauri, & Lalanguí, 2018, p.290). Por

ello sus representaciones pictográficas se basan principalmente en la naturaleza. Para comprender los símbolos, Milla Euribe (2008), propone tres niveles de aprensión:

La cosmovisión que observa el entorno natural y social y que se representa en la iconografía naturalista. Hombres animales y plantas conviviendo en un mismo hábitat. La cosmogonía que explica los orígenes y poderes de las entidades naturales, interpretando las concepciones mágico-religiosas en las cuales lo mítico se explica por los valores de correspondencia y las relaciones de analogía entre lo real y lo sobrenatural, lo conocido y lo desconocido. La cosmología que expresa los conceptos de orden, número y ritmo, cohesionando lógicamente y orgánicamente a las concepciones del espacio en una visión integral del todo y sus partes reflejando en la unidad de la multiplicidad de la composición. (p.8)

La cosmovisión concierne con todo lo que nos rodea, lo visual; mientras la cosmogonía tiene que ver con la mitología, que relaciona lo existente con lo mágico y por último la cosmología que representa la metafísica andina, estos niveles convergen para la explicación de las iconografías andinas. Zuñiga (2006), describe mejor este análisis:

La cosmovisión se fundamenta en la cosmogonía, que es la fase mitológica relativa a los orígenes del mundo y se organiza en la cosmología, que se trata de las leyes generales, del origen y de la evolución del universo; por lo tanto, la cosmovisión se transforma en el organizador del pensamiento mitológico. (p.20)

Coincidiendo con otro autor, “la cosmovisión, la cosmogonía y la cosmología son formas de explicación conceptual, filosófica, místico, mágica o poética, donde el hombre y todo lo que le rodea está identificado, situado, explicado y entendido como parte de un sistema integrador y totalizador” (Ruiz Durand J., 2002, p.12). Intentaremos explicar la cosmovisión andina mediante el estudio de sus símbolos que dejaron plasmado en una serie de bases. Existe una extensa variedad de imágenes en la región andina que han sido estudiadas por diversas disciplinas. Según Córdoba (2012), manifiesta:

Para la arqueología contemporánea, el ícono prehispánico, comúnmente definido como iconografía, es entendido como una forma de comunicación, una herramienta de representación gracias a la cual se transmitió una enorme cantidad de información sobre las culturas prehispánicas, por esa razón, desde esta disciplina, es frecuente discutir sobre el concepto de estilo que es definido como comunicación no verbal o visual. (p.67)

En otras palabras, las figuras andinas se establecen con un registro de datos visuales que permiten conocer parte del pasado precolombino y que no se han interpretado en su totalidad. A continuación, presentaremos algunos de los íconos más representativos para las culturas andinas con sus simbolismos.

2.1.1.3.2. El Altar de Coricancha

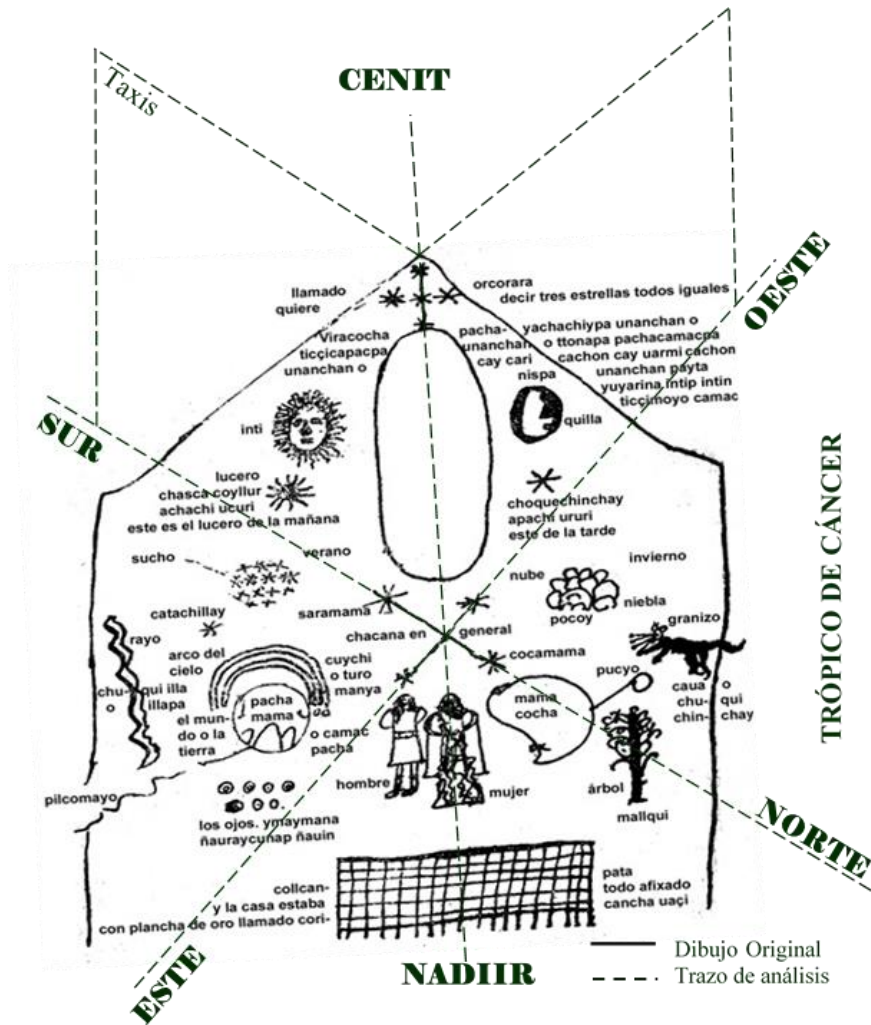


Figura 9. División del dibujo de Joan Santa Cruz Pachacuti
Fuente: Interpretación efectuada por (Vallée Lionel, 1982) y (Milla Euribe, 2008)

Para comprender las imágenes andinas es primordial comprender la simbología del Altar del Coricancha, pues es donde mejor se representa la ideología de las sociedades andinas precolombinas; “es quizás la única y la mejor representación de la cosmovisión

de la Cultura Andina. Podría tenerse tan solo como un conjunto de fantasías míticas si las probanzas científicas no demostraran el profundo conocimiento que tenía Hamaut'ta Yamqui Pachacuti Salccamaywa” (Milla Villena, Genesis de la Cultura Andina, 2006, p.268). Este personaje realizó este dibujo “antes de la invasión hispánica; pudo observar en el Centro Ceremonial del Qorikancha, las iconografías que entonces existía y que le permitieron acceder a los elementos conceptuales para lograr un conocimiento y entendimiento profundos de la Cosmografía y la Sabiduría andina” (Milla Villena, Ayni, 2005, p.77).

En el altar del templo del sol, en Cusco existió una representación gráfica del cosmos inca que fue dibujada y descrita por el cronista nativo Juan de Santacruz Pachacuti Yanqui (González, 2013). Esta imagen ha sido interpretada por varios investigadores que iremos citando a continuación. Sharon (1988) expone lo siguiente:

El cosmograma inca estaba dispuesto a lo largo de tres líneas verticales, la línea derecha, compuesta por íconos masculinos de arriba hacia abajo encontramos al sol (inti); Venus, la estrella de la mañana, el abuelo (Chazaca Coyllor); las estrellas de la noche de la temporada de verano; el señor tierra (Camac Pacha), incluidas las montañas y la tierra interior (Pacha Mama) rodeada por el arcoíris y desaguadas por el Rio Pilcomayo (legendario lugar de origen de los incas), con un rayos zig zagüeante puesto a uno de los lados (Illapa) y ‘siete ojos de la abundancia’ (pléyades) sobre un granero (colca).

La línea izquierda estaba compuesta de íconos femeninos: de arriba hacia abajo, primero encontramos a la Luna, esposa del sol (Quilla); Venus, la abuela (estrella de la tarde); las nubes de la estación invernal, el Mar Madre (lago Titicaca), conectado con un manantial (puqyo), con el gato sobrenatural causante del granizo (choque chinchay) hacia un lado lanzando granizo por los ojos; y un árbol Mallqui o retoño (símbolo de los ancestros y bajo en una terraza agrícola (pata). En la parte superior de la línea central se representaron cinco estrellas. Las cinco estrellas eran interpretadas por los incas como un hato de tres llamas son un pastor a cada lado; debajo de las estrellas había un disco oval dorado que representaba a Viracocha, dios andrógino, supremo Creador y héroe de la cultura. Bajo él se encuentra la Cruz del Sur, considerada como un hogar de palos cruzados. Probablemente proporcionó el modelo para las cuatro partes que dividían el Cuzco y que se extendía en todo el imperio Tawantinsuyu.

Las dos estrellas localizadas en las puntas de los largos ejes diagonales de la cruz, fueron designadas por Pachacuti de la siguiente manera: la de arriba a la derecha era una olla de maíz, la otra bajo ala izquierda era una olla de coca. Esta unión de plantas alimenticias y flora mágica dominaba la porción central de todo el cosmograma. Por último, en la base de la línea central está el altar principal, semejante a una mesa que simboliza al mismo tiempo el almacén de los productos agrícolas (colca) y la terraza agrícola (pata). Así pues, polos opuestos (cielo, tierra) están representados en lo alto y en la base del dibujo. Viracocha, el dios andrógino, anterior a la división en femenino y masculino es la fuente de estas categorías. (como se cita en González, 2013, p.49)

En la citación de ésta autora, explica que el Altar del Coricancha se divide en tres partes de forma vertical concordando con las teorías expuesta por Vallée (1982), los tres ejes verticales dividen la parte femenina, la parte masculina y una tercera en medio de ambas como un centro donde convergen ambas energías y se encuentra el dios creador; además detalla el simbolismo de cada ícono. Mientras que otros autores como Milla Villena (2008), sostiene que:

Los tres mundos ‘Hanan Pacha’ o mundo de arriba, ‘Kay Pacha’ o mundo de aquí, y ‘Ucku Pacha’ o mundo de adentro son la expresión de ordenamiento mítico del universo y se encuentran relacionados entre sí. Entre el mundo interior y el mundo terreno existe una comunicación física a través de los orificios de la tierra, cuevas, cráteres, lagunas, denominados genéricamente ‘pacarinas’ u orígenes de los seres vivientes. Entre el mundo de aquí y el mundo de lo alto, la comunicación se torna ideal: el hombre se convierte en mediador y el rol del sacerdote y astrónomo deviene eje vital de la sociedad. (p.11)

Este autor en cambio divide el Altar del Sol en tres partes horizontales, donde hay una conexión del todo. Para Milla Villena (2006) la teoría es la siguiente:

Primeramente, cabe resaltar una división espacial inicial bidimensional que mostrará un corte arquitectónico dos paredes laterales y un techo a dos aguas que quizá remataba en una especie de ábside en la cual estría representada las iconografías. Estos símbolos están ordenados de tal manera que por su contenido y ubicación muestran la contraposición del Verano-Día con el Invierno-Noche. (Milla Villena, 2006, p.274)

Al contrario, este autor segmenta la imagen en dos, concordando con las teorías de Estermann (2006). Existiría dos espacios sagrados que se oponen recíprocamente: el primero, de proyección vertical, dividido en dos mitades masculina y femenina; el segundo, de proyección horizontal, dividido en dos mitades los seres divinos y los seres de la tierra y subterráneos. Como sea que se la interprete, “es un ideograma polisémico y poli funcional es decir un contexto de signos con diferentes significados simultáneos que varían vertical y horizontalmente de acuerdo con la función expresada y el nivel de profundidad del tema” (Milla Villena, 2006, p.285). A continuación, exponemos un resumen del análisis realizado por el arquitecto Carlos Milla Villena en su obra Génesis de la cultura andina:

Tabla 2. Análisis de los iconos del Altar del Coricancha

Iconos	Simbolismo
Cruz cuadrada	Está ubicada en el vértice superior del dibujo y representa con sus cinco elementos a los cinco cuadrados que la conforman. Surge de un sofisticado proceso geométrico para cuadrar la circunferencia y hallar la relación entre ella y su diámetro, relación nomenclatura como PI por occidente y como KATARI por nosotros los andinos.
Cruz del sur	Su figura comparte el Eje central del Dibujo como si fuese el cimiento del Ovalo alargado.
La pareja humana	Ocupan un sitio importante en el Eje Central porque indudablemente la pareja humana armonizada es la célula de la sociedad que va a transformarse en la verdadera TRINIDAD ANDINA, constituido por el Padre, el Hijo y la Madre.
Los espejos astronómicos	Este instrumento permitía proyectar las estrellas de las constelaciones rectoras, así como usarlos para observaciones solares Eclipses, o para observaciones nocturnas con la Luna y otros planetas.
El trópico de capricornio	EL dibujo de un rayo que tiene al costado la palabra chuquilla, la misma que en el diccionario de Holguín tiene el sentido de cavar un hoyo para enterrar la semilla. Establecida como trópico de capricornio por el autor; pues la avala el Rio Pilcomayo que la atraviesa en el Chaco y por la ubicación de las faldas del cerro Potosí. Además representaría la trayectoria de la caída de un meteorito.
Trópico de cáncer	Para probar esa hipótesis vamos a analizar la figura que está directamente relacionada y pareciera ser un animal borroso que muestra siete aparentes ojos y un nombre que permite leer Chuquichinchay. La cola de este animal atraviesa la línea vertical que se supone ser la marca del Trópico de Cáncer.
El óvalo alargado	Es la principal iconografía dentro del Dibujo, y además es su razón de ser y el Atractor de la misma, porque representa no solamente la armonía del Cosmos mediante los tres pachas sino por sobre todo el Equilibrio ya Energía.
Chacras artificiales	Al centro de la base inferior del Dibujo del Coricancha vemos un cuadrillado representa los campos artificiales de cultivo construidos por la genialidad de nuestros científicos milenarios.
El gran cratón	En la parte inferior izquierda es un gran círculo que contiene el perfil de tres cerros y nos recuerda al antiguo escudo de la república de Bolivia. Según especula el mismo autor en épocas inmemorables cayó en esa zona un asteroide muy grande que se introdujo a kilómetro bajo tierra. Su presión fue tan fuerte que derritió enormes masas de metales preciosos que en estado de ebullición trataron de surgir a la superficie. Fue así como se formaron los cerros Potosí, Porko y Andacaba, el arcoíris que representa podría ser un intento de representación de la enorme explosión que debían producirse con el impacto y los materiales despedidos debieron flotar en la atmósfera durante muchos años.

Fuente: (Milla Euribe, 2008)

Las imágenes andinas pueden ser descifradas de múltiples formas, a lo largo de los andes las sociedades tienen su particular forma de representar su ideología, por esta razón

existirán muchas interpretaciones de un mismo ícono y varios íconos que simbolicen lo mismo en diferentes culturas.

2.1.2. Diseño independiente o de autor

El diseño independiente es un término que fecunda en Argentina a partir de los años ochenta y tomo mayor fuerza en el 2001, a raíz de una crisis económica que atravesó el país. Muchos diseñadores al verse desempleados empezaron a realizar diseños sin un esquema u organización previa con un plan de negocios o diseño, sin realizar los debidos procesos que se toman en cuenta antes de abrir un negocio o emprendimiento. Saulquín (2006), expone lo siguiente:

Con la llegada de la democracia en Argentina en 1983, empezó una época en extremo creativa para todos los ámbitos de la cultura. La música, artes plásticas, diseño gráfico, industrial, textil e indumentaria, representando la necesidad que tenían los jóvenes de ejercer su libertad. De esta manera aparece el término diseño asociado a la producción de telas y prendas de vestir influyendo también en la creación de la carrera de Diseño de Indumentaria y Diseño Textil en la Universidad de Buenos Aires. Pero a inicios del siglo XXI fue cuando en realidad la idea tomó forma, Argentina un país seguidor de tendencias de moda por tradición, consolida el diseño de autor, debido a la fuerte crisis socioeconómica. A partir de serios acontecimiento nacionales e internacionales que ocurrieron a finales del 2001, comenzó a fortalecerse el diseño independiente. La diferencia radica en que el diseño con criterios masivos obedece en su totalidad a tendencias mundiales de moda y el diseño de autor es casi autónomo con respecto a estas tendencias, ya que se nutre de sus propias vivencias y por eso comparte criterios con el arte. (p.15)

En sus inicios, el deseo de darse a notar de la juventud a través del arte, la cultura, y más tarde la fuerte crisis que vivió Argentina fue la cuna de este campo del diseño. Hoy en día va tomando fuerza en diferentes países latinoamericanos, como Colombia, Perú, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay. En definición el diseño de autor es; “cuando el diseño resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda” (Saulquín, 2006, p.16). Está cargado de imaginación y estilo que expresa el autor, es original, novedoso y cumple con las

expectativas del usuario. El diseñador busca fuentes de inspiración de adentro, de su localidad, investigando y proponiendo proyectos a su estilo personal.

Desde el punto de vista de Marré (2014); Mon (2012); Audisio (2011), escritores sobre el tema; para que un diseñador sea llamado de autor debe crear indumentaria de calidad a partir de su propio estilo, los diseños deben tener gran carga artesanal, manual, sin dejar de lado la tecnología. Además, no debe depender de tendencias aunque si las usa de forma muy sutil para mantenerse actualizado. Los diseños de autor tienen alto contenido conceptual por tal razón el diseñador busca, usa, crea técnicas o recursos para poder comunicar lo que idealiza. Cabe recalcar que la producción de este modo de diseño se caracteriza por ser en series cortas.

Uno de los tantos rasgos peculiares del diseño de autor que lo diferencia severamente del diseño de producción masivo y rápido, es la cantidad de prendas que realiza por diseño. Si bien el diseño *fast fashion* promueve la producción en masa, rápida y de mala calidad, el diseño de autor realiza series cortas optando por moda *slow fashion*. Esta forma de producción no se debe solamente por el trabajo manual que se desempeña, sino porque los diseñadores priorizan la calidad, el valor, a la cantidad de sus productos (Saccaggio, 2016).

2.1.2.1. Diseño identitario

Actualmente vivimos en un mundo globalizado donde todo parece hacerse semejante, sin embargo, cada país cuenta con una serie de valores, tradiciones, conocimiento, saberes y técnicas de arraigo local que han permanecido debido a la transmisión de generación en generación. Estos valores constituyen su patrimonio cultural, que le da identidad y lo hace diferente a otros, tal es el caso de Perú y México. Fernando Shultz menciona que “la única manera de ser global es siendo local”, ya que para poder participar en la globalización, sin caer en la imitación de otros países, es indispensable mirar lo que nos hace diferentes y auténticos, hacia la cultura local es así como el patrimonio cultural se convierte en un factor de desarrollo (Martinez, 2018).

2.1.2.2. Diseño de indumentaria *athleisure*

2.1.2.2.1. Etimología de *athleisure*

Surge el interés por indagar del termino *athleisure* que hace relativamente poco todo el mundo ha comenzado a utilizar sin control alguno, debido a que es una de las raíces de la línea del presente estudio. Según Agostini (2020), la palabra *athleisure* está compuesta por dos vocablos “*Ath-* atlético y *leisure* – ocio, y añade que es un término acuñado recientemente. En realidad, sus significados son completamente opuestos, pero a través de esta unión configurada por la industria de la moda, ha surgido una nueva manera de entender la estética deportiva. Según Oviedo (2020) desde el 2016 la palabra *athleisure* fue oficialmente incluida en el diccionario y se define como ropa casual diseñada para ejercicio y uso general, es una definición muy amplia y acertada.

Jungsook (2016) menciona que el termino *Athleisure* sirve para diferenciar y describir un estilo que armoniza la ropa deportiva y la moda casual basada en la deportividad. En palabras de otros escritores como Park y Lee (2017), es un estilo de uso diario casual con funcionalidad atlética y sentido de la moda agregado. *Athleisure* es una combinación de prendas perfecta, entre la comodidad, la moda y la funcionalidad que se adapta al estilo de vida del siglo XXI, donde la gente se inclina por vestir igual tanto para ir al trabajo como para el ocio. Sin lugar a duda *athleisure* es una revolución de los códigos de vestuario del futuro y se atreve a ir más allá del *street style*, destinada a conquistar la industria de la moda desde las marcas deportivas hasta las firmas de alta costura.

2.1.2.2.1.1. *Athleisure*: Tendencia o Estilo

Existen ciertos conceptos en el campo de la moda que se presentan naturalizados dentro de la disciplina del diseño de indumentaria pero que indudablemente encierra algunas interrogantes dignas de ser revisadas. Desde la óptica de las marcas y desde el campo de la didáctica del diseño, el concepto de tendencia y estilo se argumentan bajo ciertos preconceptos o prejuicios. Para Fiornini (2015)

Las tendencias son concebidas como fenómenos específicos del campo y que representan e irrumpen como nuevos productos en términos de diseño y consumo. Los productos en el marco

de las tendencias son presentados desde el periodismo de la moda, las consultoras y aún desde la didáctica, como ideas que plantean rupturas con el pasado, nuevas imágenes y estéticas a ser consumidas. En parte las tendencias son decodificadas por especialistas o consultores de tendencias quienes dan cuenta de formas, colores, texturas que serán elegidas por la industria y el mercado en forma masiva. También surgen de manera espontánea en la calle, a partir de estilos propuestos por los mismos usuarios, conformando modelos estéticos capaces de influenciar a diseñadores, marcas, críticas especializadas que luego los difunde. (p.80)

Caldas (2004) propone definir el término de tendencia como “una manifestación, en la esfera del comportamiento, del consumo o del ‘espíritu del tiempo’, de una sensibilidad anunciada por señales” (p.217). Este autor brasilero remarca la palabra señales, las cuales son identificadas en el ámbito empresarial para reducir el riesgo en el contexto del mercado. Por último, al referirse al término tendencia F. Morase (1993) impuso en los años 90’ una reflexión considerada vigente:

En la fenomenología de la vida cotidiana se han evidenciado cada vez con más frecuencia, patrones de comportamiento, entramados de valores y conjuntos de estilos de vida, que han adquirido paulatinamente una dignidad teórica y un nombre de pila: tendencia (*trends*) y megatendencias (*megatrends*).

La tendencia es como un escenario de consumo premonitorio, porque primero se insinúa y luego cobra impulso. Esta no es independiente, ya que entraña todas las motivaciones, interacciones o contradicciones compartidas colectivamente por las personas y refleja los hábitos futuros del consumidor, condicionando de esta forma su elección. La tendencia al igual que la moda tiene temporalidad impuesta como imperativo, de lapsos de al menos 10 años. Dentro de este mismo marco Doria (2012) considera que, sin lugar a duda, las tendencias por temporada primavera-verano, otoño-invierno han dado lugar a la superposición de estilos. A ello se puede sumar la idea de que una tendencia se nutre de los estilos, y es adoptada por las personas con el fin de diferenciarse de unos e incluirse o ser parte de otros.

Siguiendo con la línea de análisis los estilos por su parte no tienen lapsos de tiempo, proponen eternidad y se extiende en un tiempo que permite la insistencia de esas características en un modo de hacer y ver; logrando definir la imagen de un arquetipo a

seguir. El estilo estimula, dirige, instiga, ordena, designa y deja una marca; este pasa a ser una forma de individualización dentro de la tiranía de la moda; una forma de mostrarse distinto ante los demás y, por ende, identificarse dentro de la masa como un ser único y especial. Luego el paso del tiempo masifica esa exclusividad (Doria, 2012).

El estilo contiene en sí mismo elementos enunciativos que transitan significados, iconicidades, materiales, construcciones y lenguajes; es decir cada estilo incluye características especiales que determinan la fascinación o el rechazo de una época y el repudio o el alejamiento de los modos de percepción de otras épocas. De este modo los estilos en cada una de las épocas marcan sus estrategias diferenciales (ideal estético, pensamiento, sociedad, historia), construyendo una idea o significación vestimentaria que se incluiría finalmente dentro del llamado sistema de la moda. Los estilos en el vestir van adquiriendo una significación simbólica que facilitan el dialogo respecto a estilos de vida, clase económica, edad, formas, orientación sexual (Fiorini, 2015).

A la luz de Dorian (2012); “en líneas generales todos los estilos están integrados a la moda, es así, y si hablamos de moda hablamos de una representación de la tendencia” (p. 102). Cabe señalar que el estilo es considerado un recurso de autoconocimiento, una forma de identificación particular, que genera en las personas una sensación de pertenencia a un mundo paralelo dentro del espectro de la moda, en la cual las tendencias o desviaciones culturales modifican el pensamiento de la persona, quien es el único protagonista. De este modo las personas se hacen portadoras de un estilo (Morase, 2009).

Estos conceptos se encuentran relacionados entre sí, las tendencias como los estilos dan la impresión de ser algo místico, mágico y oculto (según los expertos), no sabemos de dónde viene, existen personas que las poseen y otras que no, da la impresión que ocurre sin más, que no se sustenta desde un concepto racional. Sin embargo, continuando con el desarrollo del tema, el termino *athleisure* no se sabe a ciencia cierta si surgió como tendencia o estilo. Pero para Oviedo (2020); la generación z impulsa esta nueva forma de entender y vestir las prendas deportivas que mueve millones en el mundo de la industria textil. Se considera un fenómeno de masas exento de una esencia fresca que posee toda nueva tendencia en sus inicios.

Mientras que Palomino (2015); apoya esta reflexión mencionando que *athleisure* es la tendencia que se convirtió en estilo, lo que nació como una tendencia de utilizar ropa deportiva en el día a día, es hoy un estilo de moda. Para muchos es el estilo del futuro o por lo menos de esta década, es la fusión entre el confort y la moda, apoyado en los textiles técnicos y la libertad de expresión. Es el primer estilo de moda que tiene una foto que lo pueda definir, es el máximo exponente de la libertad.

2.1.2.2.1.2. El auge del athleisure

En los últimos años donde se tomara conciencia sobre lo saludable, “se ha vuelto un fenómeno generalizado que todo el mundo quiere disfrutar del deporte a la ligera, y aumenta el interés por la autogestión y la salud, formándose una estrecha relación entre la gente moderna y el ejercicio” (Park y Lee, 2017). El *athleisure* ha tomado fuerza en los últimos años, aunque su origen no es reciente según Agostini (2020), quien asevera que:

Podemos rastrear los inicios del *athleisure* como lo conocemos a finales de la década de los 90, cuando el yoga se convirtió en un deporte *mainstream* en Estados Unidos y los pantalones de yoga en el uniforme oficial. Muchos lo adjudican al fundador de Lululemon, que creó unos de los pantalones más populares de su categoría, y unos de los más usados ahora por mujeres haciendo diligencias en el mundo occidental también. (p. s/n)

Desde esa época el *athleisure* ha ido evolucionando, Lululemon es una de las empresas que se dedica exclusivamente a la fabricación de prendas para yoga de alta calidad, fundada en 1998, quienes han popularizado tanto las mallas tan usadas hoy en día. Por último esta tendencia se expandió completamente en 2014, desde el punto de vista de Marinelli (2019):

Esta tendencia llegó a su auge cuando marcas masivas se mostraron muy influenciadas por las mismas. La primera colaboración fue la que realizó Alexander Wang al desarrollar una línea deportiva para la marca masiva H&M lanzada en noviembre del 2014. The New York Times, entrevistó a Alexander Wang cuando el diseñador lanzó la colección y comentó acerca de su colección inspirada en una estética deportiva. Dijo que las personas son activas, trabajan y transpiran, por ello requieren de aquel tipo de indumentaria. (pág. s/n)

Este diseñador representativo de la tendencia *athleisure* exhibió una colección influenciada por la sastrería y el sportwear personas que gozaban de gran fama como Rihanna vistieron su colección convirtiéndola en tendencia a nivel mundial, el look que mostró Wang presenta las siguientes características según Lee (2017):

Las características del look *athleisure* en las colecciones de Alexander Wang fueron descritas por los siguientes temas: La sensualidad; exhibe las líneas del cuerpo humano y resalta la sensualidad y la belleza saludable. El dinamismo, elementos con un ajuste cómodo o holgado o materiales que son flexibles para mejorar la actividad; resistencia aparece, decoraciones agresivas y ásperas. El color característico de Alexander Wang, el negro, aparece a menudo y muestra resistencia a través de la ropa y la moda negras, y por último el inesperado de la apariencia atlética que se encuentra en las colecciones de Alexander Wang crea su propia singularidad con expresiones lúdicas hechas por varios materiales mezclados y combinados o visualmente divertidos. (p.862)

Según cifras oficiales esta moda, crecerá aproximadamente un 10% anual al menos hasta el 2026, aunque las cifras para este año apuntan para un crecimiento aún mayor. Desde Chanel hasta Fen, pasando por Dior y Gucci, todas las grandes marcas ya han acatado esta moda, esto sin nombrar a todas las marcas de *ready to wear* y *fast fashion* (Oviedo, 2020).

2.1.2.2.1.3. Prendas de vestir *athleisure* para mujeres

Las prendas que componen este look son *leggings*, como lo dijo Mark Park, CEO de Nike cuando comento que “los *leggings* son el nuevo denim”. Al ser una combinación perfecta entre llevar prendas de yoga para trabajo, salir a la calle, gimnasio o a las pistas de baile, las prendas de este estilo de vestir son variadas. Entre los combinados, saco, sudadera en terciopelo, pantalones licrados, chaquetas deportivas, rompevientos, tops, camisetas, polos, *joggers*, *hoodies* tipo *croptop* con capucha ajustable y detalles metálicos (Mérida, 2020).

Se combinan muy bien con unos básicos casuales como chaquetas formales, buzos, abrigos con *sport bra*, que es una de las prendas con mayor acogida en el sector femenino,

porque tiene la particularidad de lucir bien con todo tipo de prenda. Abrigos de lana y blazer, sudaderas *oversize*, pantalones de rayas, pantalón chándal con pretina ancha para acentuar la cintura, chaqueta bomber, son otras prendas de vestir de este estilo. Se usa prendas manga larga con una superposición ligera de prendas. En cuanto a zapatos se emplean zapatillas de entrenamiento o deportivas como base, *flatforms* inspirados en los 90 o en clave artesanal la reinterpretación más confortable de las chancas en plataforma. Los *slippers* o zapatillas para estar en casa, zapato cerrado o bailarinas, los zuecos, zapato de taco esculpido lacado bajo, alto o sandalias de tiras (Laffayette, 2020).

2.1.2.2.1.3.1. Colores y siluetas

Los colores que se imponen en esta forma de vestir, son los neutros como el negro, el beige, el blanco, el gris, azul marino, marrón y cualquier otra tonalidad oscura. Como las prendas del *athleisure* son atemporales los neutros y tonos oscuros combinan perfecto con prendas que tienen detalles de encajes, lentejuelas y purpurina. Otro uso en cuanto a la paleta de color es manejar la monocromía. En cuanto a las siluetas, el confort es su eje central por ende se maneja siluetas cómodas y versátiles. Se emplean siluetas ánfora, segunda piel o adherente, *oversize* (Laffayette, 2020).

2.1.2.2.2. Tipos de textiles y Técnicas de acabados

Para el desarrollo de las prendas dentro de este estilo, los textiles usados son generalmente tejido de punto y plano. Pueden combinarse mallas o tejidos livianos para crear este estilo moderno y fresco, como los tejidos planos inteligentes, anti-sudor, anticloro, 100% poliéster microtec, que son perfectos para sublimar. Otra opción es el flixe, ribbe, piel de durazno, textil prensado como el polar, terciopelo o borrego, tela bioto, topper. Por el confort y la versatilidad, un estilo de vida en constante movimiento los tejidos ideales deben ser suaves como el jersey, viscosa alicrada, licra con elastano y algodón.

Existen una diversidad de técnicas y acabados que se pueden aplicar a los textiles. “El diseñador desarrollará un textil a fin de cumplir una función predeterminada y esto hará que aborde el desarrollo de su producto tomando en cuenta los elementos del diseño que

servirán para su propósito” (Aguero, 2017, p.22). A continuación, se presenta algunos acabados textiles:

2.1.2.2.1. Corte laser

El láser según Cuesta (2011) se define como una tecnología que tiene como principio la generación de una fuente de luz, es aplicable como al corte y la suelda de materiales. Es parecido a una linterna, ya que en ambos casos la electricidad entra y sale en forma de luz; pero la luz láser es de un solo color y emite ondas electromagnéticas (como se menciona en Tello Sarmiento, 2016 p.30). El láser es una tecnología que ofrece muchas posibilidades en cuanto a corte y grabado para la aplicación en los textiles sin embargo no es muy conocida ni aplicada a nivel local, lo que causa que exista una falta de experimentación en las propuestas que puedan ser planteadas a partir de la aplicación de esta tecnología (Tello Sarmiento, 2016).

2.1.2.2.2. Batik

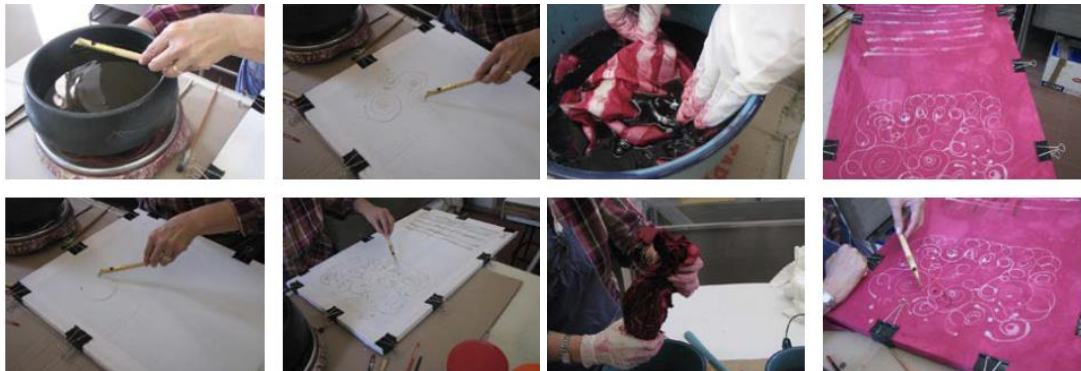


Figura 10. Técnica del Batik.
Fuente: (Aguero Servin, 2017)

Es considerado como un arte tradicional; se cree que la técnica es de origen indonesio. La palabra tiene cerca de 2000 años de antigüedad, tik significa gota. El principio de la técnica consiste en bloquear con una mezcla de cera de abeja y parafina las áreas de tela o del diseño que es necesario reservar en el proceso del diseño. Tradicionalmente se aplicaba en fibras naturales, como algodón, lino, seda, lana. Pero mientras el teñido sea en frío, se podrá utilizar cualquier otro tipo de colorante afín, tanto en fibras naturales como otras que resistan la cera impregnada y que puedan doblarse y manipularse (Aguero, 2017)

2.1.2.2.2.3. Tie Dye Teñido



Figura 11. Técnica de Tie Dye teñido.
Fuente: (Aguero Servin, 2017)

El *tie dye* significa atar y teñir. Adoptada por los jóvenes en la década de los 60 y 70 inspirado por las corrientes de la antimoda. Los amarres provocan las reservas en el textil, los cuales bloquean e impiden que el tinte penetre en la tela. Jugar con diferentes dobleces y amarres generan juegos de color y diseño para crear patrones diversos (Aguero Servin, 2017, p.58).

2.1.2.2.2.4. Tie Dye desteñido



Figura 12. Técnica Tie Dye Desteñido.
Fuente: (Aguero Servin, 2017)

Es similar al proceso anterior lo que cambia es que en vez de introducir el textil al tinte se introduce a cloro para obtener diseños similares a los del teñido (Aguero Servin, 2017).

2.1.2.2.2.5. Estampados

El estampado ha ido evolucionando igual que la sociedad, cada vez surgen nuevas técnicas de estampación con el uso de tecnologías revolucionarias. El estampado se podría definir como “la acción de transferir o plasmar parte de estampe sobre una superficie textil, la cual puede ser una urdimbre, una tela o una prenda ya confeccionada. Sea cual sea el proceso la función es decorar el textil” (Aguero Servin, 2017). Para otro autor como es Trias, (2010) sugiere que la estampación o impresión consiste en transferir el arte (imagen) desde una plantilla o molde hacia una base escogida que puede ser: tela, cerámica, cristal, cuero y papel (como se menciona en Maldonado Ruilova, 2016, p.19). Entre los estampados más recientes tenemos:

2.1.2.2.2.5.1. Sublimado

Esta es una técnica de estampación donde se transfiere la imagen impresa en papel a la tela que necesariamente debe ser 100% poliéster para una total cobertura del color, por medio de una plancha de estampación a calor y presión. “El proceso de sublimación como tal es el cambio que sufre la tinta con el calor, esta pasa de estar sólida a líquida y es ahí cuando el tinte se adhiere al tejido” (Pacheco Galindo, 2015, p.16). Se puede sublimar cualquier imagen digitalizada, se debe imprimir en espejo para luego pasar a la base deseada.



Figura 13. Proceso de sublimación.
Fuente: (Aguero Servin, 2017)

2.1.2.2.2.5.2. Vinilos Térmicos para Transferencia Textil

El vinil es una película que habitualmente viene de 50 cm de ancho por un largo total del rollo de 25m. Es una técnica donde se realiza el diseño digital para luego pasar al plotter

de corte; generalmente se corta en modo espejo; una vez realizado el corte se pasa a la estampación por medio de una plancha a calor y presión adecuados. “Se puede cortar mediante plotter o láser, creando un contorno a la figura que se desea impregnar en el textil. Una vez cortado el vinil se coloca sobre la base textil y se plancha, finalmente se retira la mica transparente” (Maldonado Ruilova, 2016, p.23).



Figura 14. Estampado con vinil textil.
Fuente: (koloronline, 2021)

De acuerdo con la empresa GarmentFilms ofrece los siguientes tipos de vinil.

- Pu Flex Premium: es un material libre del PVC respetuoso del medio ambiente para el uso en una variedad de prendas.
- Pu Flex Neon: con un color brillante variedad de neones.
- Glieter: Hecha de escamas de brillo reales como escarcha, además hay una película Glitter texturizada en colores sorprendentes.
- Folk: Material gamuzado de 0.5mm proporciona un acabado de terciopelo ideal para ropa deportiva.
- Reflectivo: Una película de plata altamente reflexiva utilizada para la ropa de trabajo, o la creación de fantásticos diseños.
- Soft Metallic: Es una suave película metálica, tiene buena elasticidad.
- Holográfico: Una fabulosa película holográfica que produce un efecto 3D brillante cuando se ve desde diferentes ángulos.
- Subli-Block Pu: Vinil textil imprimible para tinta sublimable.
- De impresión: es un vinil textil imprimible en tinta eco solvente.

Estos vinilos son adecuados para algodón, poliéster, mezclas de poliéster / algodón y poliéster / acrílico o textiles similares. No son recomendables en telas tratadas o teñidas. Se recomienda hacer una prueba antes del estampado para la producción. Para el cuidado de las prendas y duración del estampado no es recomendable secar a máquina.

2.1.2.2.5.3. Serigrafía



Figura 15. Estampado con serigrafía.
Fuente: (Sanjurjo Castro, 2001)

Este es otro método de estampación que consiste en transferir una imagen desde una plantilla a una base mediante un tinte. “La estampación de imágenes, dibujos o otros elementos ornamentales son diseñados previamente, recortados en una chapa metálica o de otro material rígido. Bajo esta chapa, se colocada una superficie receptora (papel, metal, madera, etc.) para pasar el tinte o pintura” (Sanjurjo Castro, 2001, p.25). Rojas Lazo, Mavila Hinojoza, y Rojas Pérez (2011) expresan el siguiente concepto de serigrafía:

Es una técnica de impresión empleada en la reproducción de gráficos sobre telas generalmente de punto, y consiste en transferir una tinta a través de una malla tensada en un bastidor, el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen, mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta (cada color a usar, debe contar con su propio bastidor), después de dicho proceso se debe termo fijar. Este proceso se puede realizar sobre textiles naturales o sintéticos, permite obtener colores vivos con resistencia y permanencia al

aire libre, existe variedad de tintas que permite obtener acabados con colores saturados, transparentes, fluorescentes, brillantes, mates o semibrillantes. (p.35)

A través de esta práctica se puede obtener una gran variedad de diseños, combinando colores, obteniendo distintos resultados.

2.1.2.2.2.6. Bordado

El bordado es otro elemento de ornamentación textil a través de hilos de diversos colores; “se emplea solo como ornamentación sobre una tela lisa; y como quiera que procede con más libertad y con más independencia que la estampación o el tejido, puede producir más fácilmente efectos verdaderamente artísticos” (Lefébure, 2006, pág. 10). Este arte permite la posibilidad de combinar técnicas, bordar sobre calado o cualquier estampado u otros procesos. “El bordado consiste en sobreponer hilos de uno o varios colores sobre una prenda con la ayuda de una aguja como instrumento de trabajo” (Bonilla Roldan, 2012, pág. 1). Originalmente el bordado comenzó con la labor a mano, con el tiempo surgió el bordado industrial “adornando una tela, enriqueciéndola gracias a una aguja e hilo” (Gerlings, 2014, p.4).



Figura 16. Bordado industrial y manual.
Fuente: (Gerlings, 2014)

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales

2.2.1. Shamuna



Figura 17. Logo Shamuna.
Fuente: (Shamuna, 2021)

Esta empresa nace en el 2015 en la ciudad de Quito – Ecuador con la visión de crear indumentaria original para personas con un estilo de vida auténtico. Sus propuestas encuentran inspiración en lo urbano y en la naturaleza de donde obtiene diseños únicos y creativos para satisfacer los gustos más variados de la ciudad. Su filosofía está basada en cinco pilares necesarios: la ropa, la música, el arte, los deportes y la naturaleza. En cuanto a la moda, pretenden ofrecer productos a una juventud llena de energía y de amor, que ve a la vida de una manera relajada, creativa y divertida y que vive un estilo de vida donde se promueve la cultura, la libertad y la responsabilidad (SHAMUNA, s.f.).



Figura 18. Shamuna productos.
Fuente: (Shamuna, 2021)

El equipo Shamuna trabaja con mano de obra local y extranjera promoviendo siempre el trato justo al trabajador y demostrando la buena calidad y servicio que la región es capaz de brindar (SHAMUNA, s.f.).

2.2.2. Babalú



Figura 19. Logo Babalú.
Fuente: (Babalu, 2021)

En la década de los 90, nace en el centro de Medellín el Grupo Babalú, esta empresa en sus inicios se dedicó a la venta y la comercialización de camisetas. Con el paso del tiempo, Enrique Gómez, fundador y gerente general de la empresa- visionó la oportunidad de diseñar, confeccionar y comercializar una línea de ropa deportiva diferente a las que existían en el mercado; soñó con crear una marca que resaltara la belleza y sensualidad de la mujer deportiva, teniendo como premisa la calidad, diseños innovadores y comodidad de las prendas. Su deseo por satisfacer constantemente las necesidades de sus clientes, lo llevaron a incluir en su portafolio la línea de vestidos de baño, ropa interior y ciclismo (Babalú, 2021).

Esta empresa promueve productos de calidad y a precios justos. En 2015, tomando en cuenta las exigencias y necesidades del mercado, nace Inizio para otro segmento, una marca de ropa deportiva para hombres apasionados por un estilo de vida saludable, que disfrutaran su tiempo libre con sus amigos y su familia practicando deporte. La calidad, creatividad e innovación son las principales características de sus diseños y el amor por su compañía lo reflejan en sus productos. Es una empresa con actitud proactiva y de

constante cambio, son reconocidos por el alto valor agregado en sus productos (Babalú, 2021).



Figura 20. Producto Babalú.
Fuente: (Babalú, 2021)

2.2.3. Port de bras



Figura 21. Logo Port de Bras.
Fuente: (Port de Bras, 2021)

Es una firma de la venezolana Clarissa Egaña, que presenta propuestas que dan un giro a la moda deportiva con novedosos diseños inteligentes basados en el *athleisure trend*. Esta línea de ropa deportiva de lujo ofrece piezas ideales para deportistas gracias a la tecnología EMANA. La cual esta implementada en sus materiales, genera diseños cómodos y flexibles, sin fricción y capaces de mejorar la circulación de la piel. Estos textiles empleados, tienen la característica de proteger contra los rayos solares UV. Ocultan la celulitis y son *dry fit*. Port de bras ofrece diseños femeninos alejados de la silueta deportiva al uso, sus leggings suponen una invitación al ejercicio (Port de Bras, 2021).

Sin embargo, pueden ser utilizados de forma versátil con otras prendas más clásicas como parte de un *outfit* casual fuera del gimnasio. Sus colecciones son inspiradas en las bailarinas de ballet y su indumentaria, sostenibles con patrones gráficos y un gusto a otro nivel.



Figura 22. Producto Port de Bras.
Fuente: (Port de Bras, 2021)

2.2.4. Visionario

2.2.4.1. Esefits: Moda, arte y sostenibilidad



Figura 23. Logo Esefits.
Fuente: (Fascinante, 2021)

La firma es Fascinante, de origen española, maneja línea de ropa deportiva de lujo bajo el nombre ESEFITS. Se mueve en la línea de *luxury activewear*. En sus diseños une la moda, el arte, y sostenibilidad. Recientemente lanzo una colección conformada por siete diseños a partir de un conjunto de tops y *legging*. Todos sus productos han sido confeccionados con PYRATTEX N°10, un tejido fabricado en España con poliéster de alta calidad. Este hilo este hecho de materiales reciclados a partir de botellas de plástico posconsumo y plástico capturado del mar. Una interesante novedad que ayuda a preservar los recursos naturales y a mantener los océanos limpios. Desde luego lo que destaca de la

marca es la capacidad para aunar el diseño y la sostenibilidad en una única pieza (Fascinante, 2021).

Además, dentro de su plataforma de ventas, mantiene una sección denominada 2NDLIFE, donde presentan una galería de productos fuera de temporada, prendas de pasarela, productos con mínimos defectos o incluso prendas únicas que están descatalogadas por pertenecer a otras colecciones. Y todo esto a menor precio, pero los productos no se pueden devolver. Trabaja en colaboración con muchos diseñadores generando una fasciante comunidad siguiendo la filosofía de la moda lenta, la identidad y la asumida desde el arte y la sostenibilidad (Fascinante, 2021).



Figura 24. Producto de Fascinate.
Fuente: (Fascinante, 2021)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

Análisis PEST (local, trabar con ministerio de finanzas o trabajo)

Un análisis de los factores externos que pueden influir en una empresa es vital para realizar un pronóstico y poder identificar posibles oportunidades y posibles amenazas. “Las estrategias no deben surgir de la nada, deben responder al entorno del negocio, de ahí la importancia de realizar un análisis de la situación actual del entorno general de la sociedad. Pronosticar, explorar y vigilar e entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos clave del pasado, presente y futuro de la sociedad” (Marínez Pedros y Milla Gutiérrez, 2012, p.34).

3.1.1. Análisis PEST

3.1.1.1. Entorno político

“Los procesos políticos y la legislación influyen en la regulación del entorno a las que los sectores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una empresa o compañía “(Marínez Pedros y Milla Gutiérrez, 2012). El progreso de una empresa se da según como adapte las políticas gubernativas para que le permitan extender sus ingresos. En el Ecuador en los últimos años las políticas se han mantenido estables al igual que las relaciones internacionales.

La reforma arancelaria del 2009 consiguió reducir notablemente las importaciones de textiles y confecciones hasta una cuarta parte, aunque; en relación a valor monetario solo se redujo a la mitad ya que se continuó importando ropa especialmente de marca deseada por el sector medio alto. Evidentemente esta reducción de importaciones fue reemplazada por producto nacional. Con todas estas políticas se debería realizar campañas que promuevan la estimación de productos locales como “vístase lo nuestro”. El cliente debería estar al tanto de que el producto nacional es de buena calidad y que por cada producto de marca extranjera que adquiere se deja de producir tres productos del mismo género, perjudicando notablemente a este sector (Molida Dota y Célleri Aguirre, 2018).

Las medidas arancelarias es un arma de doble filo, por un lado, ha disminuido el ingreso de productos textiles y por el otro ha aumentado el costo de producción. Además que existe un déficit de personal capacitado reduciendo la capacidad en la fabricación de productos de una óptima calidad que permitan competir con productos importados (Roca Salazar, 2014).

3.1.1.2. Entorno económico

Cada compañía deberá seleccionar aquellas guías económicas cuya evolución ha tenido o tendrá un dominio significativo en su entorno, y, por lo tanto, en su futuro. Existen multitud de factores económicos influyentes en el entorno de una sociedad, pero no todos tienen un impacto relevante sobre la actividad del sector (Marínez Pedros y Milla Gutiérrez, 2012).

La ocupación económica del área textil en el Ecuador según el Censo Económico del año 2010 informa que hay 10.986 empresas que se dedican a la confección de ropa a nivel nacional siendo el 96,64% por microempresas, continuando por un 4,2% de pequeñas asociaciones, consecutivamente con el 0,52% de medianas empresas y finalmente está las grandes sociedades con una participación de 0,60%. Juntas las Micro- pequeñas y medianas empresa (MIPYMES), suman el 99,40% de establecimientos dedicados a este trabajo obteniendo el 56,64% de ventas y generando el 72,91% de empleo (Martinez S. y., 2015). Además “este sector contribuye con más de 1.040 millones de dólares al PIB representando el 7.5 % de toda la industria del país” (Asociación de Industria Textileros del Ecuador, 2016).

La industria textil en el Ecuador hace un gran aporte económico, ya que es fuente creadora de empleo para una parte de la población sobretodo femenina, además; de ser atractivo para micro emprendimientos. Sin embargo, la perjudicial competitividad que enfrenta este sector como el ingreso de mercadería China o la falsa clasificación arancelaria como lo asevera Acosta (2014), “el sector se enfrenta a una competencia desleal por prácticas como el ingreso de mercadería china con certificados de origen chileno o peruano, o la importación de productos textiles casi terminados que son traídos en rollos y declarados como tela” (como se cita en Ordoñez, 2014). Al evadir impuestos

estos individuos ofertan sus productos a valores menores del costo real, con los que no puede competir el productor local.

Otra problemática que está afectando de forma grave a la economía de todo el país es la pandemia, según las cifras que registra la AITE; “en el cierre de 2020 la industria textil en Ecuador registró una contracción de un 45 %, según cifras preliminares de la Asociación de Industrias Textiles de Ecuador (AITE). El país registra las peores cifras históricas de su industria” (como se cita en Gonzalez Litman, 2021). Muchas empresas tuvieron que despedir empleados y otras vieron una salida en la elaboración de trajes de bioseguridad.

“De manera general, la producción textil del país cayó en un 11,3 % en 2020 y espera ver un repunte de al menos un 4,7 % en 2021” (Gonzalez Litman, 2021). Con la pandemia el mundo cambió; la forma de adquisición de productos, los productores tienen que buscar nuevas tácticas de cómo llegar al cliente.

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

La población es el medio más fácil de comprender y de medir. Se puede comprender la causa de muchos cambios en la sociedad. La demografía rodea ámbitos como la edad de la población, crecientes o decrecientes, nivel económico, cambios en la estructura étnica, distribución geográfica de la población y nivel de ingresos (Marínez Pedros y Milla Gutiérrez, 2012).

Cada vez más personas se inclinan a trabajar en la industria textilera por lo que se acrecienta la distribución de empleo. El 72,53 por ciento de los individuos que laboran son mujeres, muchas de ellas madres e inclusive jefes de hogar. Así mismo ofrece trabajo a jóvenes entre los 18 y 30 años, siendo el 30 por ciento concernientes a este rango de edad. Sin embargo igualmente favorece la mejora competitiva y la proyección personal, razón por la cual el 65 por ciento de los trabajadores son personas entre 31 y 65 años de edad que llevan varios años contribuyendo con las empresas (Asociación de Industria Textileros del Ecuador, 2016).

3.1.1.4. Entorno tecnológico

Los elementos tecnológicos son primordiales para el desarrollo de la economía de un país. Cegarra Sánchez define la tecnología “como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. La historia de la tecnología es más antigua que la ciencia y tanto como la humanidad” (como se cita en, Martínez y Córdova, 2015, p.39).

Una de las herramientas para innovar los diseños de una empresa textil es la maquinaria o nuevas tecnologías, mediante las cuales se puede manufacturar productos de mejor calidad permitiendo ser competitivos. Con respecto a la inversión las empresas textiles no manejan una correcta planificación financiera, por esta razón no cuentan con planes de inversión y presupuestos anuales enfocados en la innovación y tecnología, como factor determinante de competitividad (Martínez y Córdova, 2015).

Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicio y mejoran la forma en la que se produce y se entrega al usuario final. Las innovaciones pueden crear sectores y alterar los límites en los sectores existentes (Marínez Pedros & Milla Gutiérrez, 2012). Las micro y pequeñas empresas tienen la necesidad de adquirir nuevas tecnologías para su producción, sin embargo, los limitados ingresos no les permite. Por otro lado en esta época de la pandemia las empresas que han se mantienen a flote se han visto en la necesidad obligatoria de “aprender a realizar ventas online mediante redes sociales, ya que el mercado y los consumidores cambiaron hábitos, lugares y formas de compra” (El Mercurio, 2020).

3.1.1.5. Entorno ambiental

Gran parte de los sectores productivos, no ponen en práctica la responsabilidad social, lo cual repercute en una preocupación en el aspecto ambiental y social, la poca aplicación de políticas industriales, la falta preocupación del sector, han sido unos de los declives del mencionado sector económico (Onofre Vera, 2018).

Habitamos un mundo donde el consumismo es cada vez más frecuente, la destrucción y contaminación del planeta se ha vuelto algo normal. En pleno siglo XXI la expulsión de

residuos crece a pasos agigantados, por cada empresa surja y no opere de manera adecuada sus desechos, estamos acabando al planeta gradualmente. La empresa INCINEROX en el Ecuador, realiza una gestión de recursos peligrosos (considerándose residuo peligroso a todo aquél material líquido, sólido, pastoso o gaseoso que normalmente se deriva de un proceso de producción y por sus características representa un riesgo para la salud de las personas y/o para el ambiente) para su tratamiento, recibe todos los productos innecesarios o los cuales su tiempo de vida útil ha culminado (INCINEROX, 2018).

En un enorme horno con una capacidad de 500 kg de carga de desechos por hora y que puede sobrellevar temperaturas de 800 y 1.200 grados centígrados, Incinerox es la encargada de destruir telas, tinturadas, cartones y otros materiales. Después de diferentes procesos los restos salen en forma de vapor de agua al ambiente. Esta planta ahora forma parte importante del proceso de tratamiento y disposición de los desechos de la industria textil. De acuerdo con Marcel Ayala jefe de la planta, además de hornos para manejar desechos cuentan con un sistema de revalorización de estos desperdicios y celdas de disposición para queden sepultadas. Xavier Díaz, director de AITE, expresó que del textil surgen productos químicos caducados, desechos sólidos, pigmentos, colorantes, tintas, envases contaminados aceites minerales y hasta luminarias fluorescentes que tienen que ser tratadas de manera adecuada (El Universo, 2018).

El Ecuador y específicamente la ciudad de Cuenca no están exonerada de esta moda de consumismo de ropa. La población pide y compra más, razón por la cual la manufactura de prendas de vestir ha crecido y lo continuará haciendo. Según los datos expuestos por el INEC en la ciudad de Cuenca hay 655 establecimientos dedicados a la confección de ropa. Se sabe que dentro de estas empresas antes de la confección realizan el corte, produciendo remanentes, retazos y desperdicios de telas (Cordero Cobos, 2013).

3.1.1.6. Entorno legal

El entorno legal se refiere a los factores legales que un ente debe cumplir para crear una empresa. En el Ecuador es posible emprender mediante dos medios legales; como personas naturales donde el individuo se acoge a sus derechos y obligaciones legales o

como personas jurídicas donde la compañía asume los derechos y las obligaciones con la empresa y con el estado.

En el marco legal de las; micro, pequeña y media empresa Mipymes en el Ecuador se puede citar las siguientes principales políticas públicas y legales que fomentan el desarrollo de estas entidades:

El sustento legal de las PYMES en Ecuador, tiene su origen en lo mencionado en el artículo 276 de la Constitución del Ecuador probada en el año 2008, en el numeral 2 se plantea como objetivos del régimen de desarrollo del País: “Colaborar con un régimen económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable” (Asamblea Constituyente, 2008, como se cita en Rodríguez Mendoza y Aviles Sotomayor, 2020, p.196).

En el numeral 3 se acopia: “Impulsar la intervención y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público” (Asamblea Constituyente, 2008, como se cita en Rodríguez, 2020, p.196).

En el artículo 281 del mismo documento legal relacionado con la soberanía alimentaria, en el numeral 1 se expresa: Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria; y en el numeral 5 se plantea: Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción” (Asamblea Constituyente, 2008 , como se cita en Rodríguez, 2020, p.197).

En el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el año 2010, en el Libro III, se regula lo relacionado con el desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) y de la democratización de la producción. En el artículo 54, literal e del código se plantea: “Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas

de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES” (Asamblea Nacional, 2010, como se cita en Rodríguez, 2020, p.197).

En fin, el sistema legal creado en Ecuador, muestra que protegen el desarrollo de las; micro, pequeñas y mediana empresas de manera que puedan desarrollarse de forma segura y eficiente.

3.1.2. Tendencias de consumo

Se vienen una diversidad de tendencias de consumo post-pandemia, los comportamientos de las sociedades en los hábitos de adquisición de productos y servicios se ha transformado después de una cuarentena y un largo confinamiento. Según la revista digital Vogue España las tendencias de consumo post-pandemia, “tendrá dos extremos, habrán multitudes que comprará de manera más sostenible y otro grupo que se lanzará a la caza del descuento” (Moreno, 2021).

De acuerdo con el periódico digital ecuatoriano se aproximan dos tendencias primordialmente en la nueva normalidad y serán las siguientes:

La sostenibilidad; es difícil que un consumidor piense en productos sostenibles cuando lo que importa en la crisis de la pandemia son los precios. En la emergencia sanitaria el 74% de los ecuatorianos se ha inclinado por otras marcas, debido a la disponibilidad, precio y valor agregado, esta tendencia va ascendiendo con la desaceleración económica; la población se inclinará por adquirir menos productos, pero más duraderos. Y el consumo Patriótico; hasta mayo de 2020, cinco de cada 10 ecuatorianos consideraba que sus hábitos de consumo iban a cambiar totalmente después de la emergencia sanitaria. El 70% de ellos expuso que gastaría más dinero en la compra de productos y servicios locales (Coba, 2020).

Por otro lado, según la consultoría de comunicación y asuntos públicos digital de España LLYC expone las siguientes tendencias de consumo que han provocado el impacto covid-19 en una entrevista a expertos:

Emociones al poder: Todos han vivido un cúmulo emociones en la nueva realidad, lo que ha llevado a los individuos a estar más alertas, consientes y conectados consigo mismos y con los que les rodea. Gana protagonismo el *Internet of Behaviours* o internet del comportamiento, el *Internet of Things* el *inyernet* de las cosas, donde las personas llevan almacenando toda su información, afinidad, preferencias, emociones, etc. Las marcas y los consumidores estarán más conectados, convirtiéndose en la herramienta más importante para las empresas (LLYC, 2021).

Simple y menos: La pandemia ha dejado el legado, lo más importante de la vida, en realidad, son las cosas básicas. Como la salud o poder compartir tiempo importante con nuestros seres queridos. Los consumidores se han sentido amenazados y prefieren centrarse en lo importante, lo más sencillo. Las marcas deben adaptarse para satisfacer al cliente transformado, que persigue una oferta menor en variedad, pero más profunda en su significado, menos productos, pero mayor calidad. Del mismo modo se observa una tendencia lógica hacia el minimalismo y la simplificación en lo que respecta a la experiencia del consumidor y a las interfaces de los sitios digitales (LLYC, 2021).

Salud mental: Hablar sobre enfermedades mentales dejó de ser un tabú y está tan presente. Según la OMS, 450 millones de personas sufren de un trastorno mental o de la conducta y alrededor de 1 millón de personas se suicidan cada año, y con la crisis de la pandemia esto se torna más alarmante. En redes sociales crecen los comentarios sobre ansiedad y suicidio; así lo expresa Kevin Systrom, CEO y cofundador de Instagram: “Cada día vemos cómo la gente comparte experiencias sobre su salud mental en Instagram y conecta con comunidades de apoyo. Las marcas buscar llegar al consumidor lanzando campañas con sus productos. Un ejemplo de ellas es la exitosa zapatilla de Nike Air Max 270 React ‘In My Feelings’, diseñada por la psicoterapeuta neoyorquina Liz Beecroft, con la intención de concienciar a la sociedad sobre la salud mental (LLYC, 2021).

Hogar sano y seguro: Los edificios pueden provocar daño, y no sólo a los individuos, sino también al medio ambiente. Con base en ello se han cimentado nuevos estándares de construcción. Las construcciones deberán ser respetuosas con el medio ambiente, los dueños y operadores deberán ser medioambientalmente responsables y a usar los recursos de manera efectiva. Tomando en cuenta que la pandemia ha incrementado el tiempo de estadía en el domicilio, el movimiento de la arquitectura sostenible y ecológica será poner de verdad en el centro el diseño del bienestar de las personas. Un hogar es más que una construcción o un refugio. Es en donde cuidamos de las personas y las cosas que son lo más importante para nosotros. Convertir una estructura física en un lugar seguro, además de cómodo, es hoy el reto (LLYC, 2021).

Desincronización social: Las sociedades viven un proceso de transformación en consecuencia al covid-19. Replanteando una nueva forma de vida en el trabajo, el ocio y la familia. Los profesionales se adaptan al teletrabajo, las jornadas laborales ha cambiado flexibilizándose, con el propósito del bienestar de los trabajadores, la conciliación, la motivación. En este transcurso se sigue perfilando la figura del consumidor, más exigente que busca la máxima calidad de los productos y el compromiso social de las marcas. El comercio electrónico se ha vuelto la piedra angular del consumo gracias a las garantías de seguridad que ofrece. El poder del “aquí y el ahora” es el principal desafío para las grandes compañías que buscan la garantía de un delivery de calidad a cualquier hora, en cualquier sitio y lo más rápido posible (LLYC, 2021).

La asequibilidad manda: En la incertidumbre de no saber cuándo las personas volverán a la normalidad, los consumidores se vuelven cada vez más ahorradores, buscar lo más conveniente para su economía. Ese espacio promueve una necesidad que es y seguirá siendo tendencia después de la pandemia ahorrar, la asequibilidad vuelve a ser esencial para fidelizar al cliente y mantener un vínculo más que necesario, en un momento en el que valorar la relación es clave. Empresas de todo el mundo, principalmente del sector minorista, ya lo han entendido y trabajan para asentar su negocio sobre el pilar de la

asequibilidad, para que más personas tengan acceso a algún producto de la marca (LLYC, 2021).

Y por último la era de la creatividad: Existen diferentes formas de ser creativo, la pandemia ha acelerado enormemente la digitalización, las máquinas y el humano nunca han estado tan cerca. Trabajar en el cambio es lo que define la creatividad; tal como defiende Ed Catmull, fundador y director ejecutivo de Pixar. La creatividad reside en las cosas más sencillas: En una plática, en una proyección, en una toma de decisión o solución; e incluso en el liderazgo, en la forma en que un líder gestiona y se relaciona con su equipo. No solo las empresas han tenido que reinventarse; las familias se han replanteado sus días festivos como la navidad y pascua. De esta manera, el universo creativo será aquel que resistirá al auge de los robots y de la automatización, siendo cada vez más importante estimular la creatividad en las diferentes profesiones, carreras y edades (LLYC, 2021).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

La segmentación de mercado es una táctica que se utiliza para concentrar a los usuarios basado en comportamientos, características y perfiles homogéneos, para brindar productos o servicios que cumplan esas peculiaridades (Foullon Inzunza, 2020). El público objetivo post-pandemia es un consumidor consiente de sí mismo de lo que está atravesando su comunidad y su país; consiente de la salud no solo propia sino también colectiva, un cliente que piensa en lo básico; que menos, es más, con responsabilidad social y con el medio ambiente, que busca lo accesible y apoya a empresas locales.

Tabla 3. Variable Demográfica

VARIABLE DEMOGRÁFICA			
Edad:	De 20 a 35 años	Género:	Mujeres
Estado Civil	Todos	Nacionalidad:	Cualquiera
Generación	Generación Y también conocidos como los milenials.		

Tabla 4. Variable Geográfica

VARIABLE GEOGRÁFICA			
Continente:	América	Clasificación:	Sudamericano
País:	Ecuador	Región:	Sierra
Provincia:	Azuay	Cantón:	Cuenca
Zona:	Urbana	Clima:	Frío a templado

Tabla 5. Variable Socio Económica

VARIABLE SOCIO ECONÓMICA	
Nivel de educación:	Secundaria y tercer nivel
Ingresos:	Entre 500 a 1500
Ocupación:	Usuario versátil, oficina, teletrabajo o actividad física.
Escala social:	Clase media.

Tabla 6. Variable Psicográfica

VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Personalidad:	Sensible con la salud, la sociedad y el medio ambiente, atento, responsable, versátil, hiperconectado.
Estilo de vida:	Neo-tradicional, saludable, consiente, equilibrado.
Actividades:	Trabaja, hace deporte, lee, se mantiene informado, se educa permanentemente.
Intereses:	Bienestar común; salud, economía, tecnología, sostenibilidad.

Tabla 7. Variable Conductual

VARIABLE CONDUCTUAL	
Beneficios:	Productos de calidad, productos atemporales, durabilidad y garantía.
Taza de uso:	Comodidad, originalidad, versatilidad y multifuncional.
Status lealtad:	Facilidad de compra, economía y amabilidad.

Fuente: (Soto Orejuela, Almanza, y Tamayo Salamanca, 2018)

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

La pandemia ha golpeado a todas las industrias de forma global. Los consumidores han cambiado, cientos de locales comerciales han tenido que cerrar definitivamente y las empresas que sobreviven han registradas pérdidas. Antes de esta crisis “el mercado mundial de la moda sumó US\$ 1,3 billones en 2015” (Credit Suisse, como se cita en Comunidad Textil, s.f.). Según el informe anual sobre el estado de la moda que realizan The Business of Fashion y la consultora McKinsey y Company, “las empresas de moda han registrado una disminución de aproximadamente el 90% en las ganancias económicas en 2020 –tras el aumento del 4% de 2019” (Girela, 2020).

Mientras en Latinoamérica los diseñadores del Centro y Sur del continente tratan de hacerse fuertes como comunidad entre un público local que valora su moderna visión comprometida con el respeto a las raíces y el medio ambiente. En América Latina se exponen propuestas únicas de excelente manufactura. Como diseñadores locales, las cadenas de fabricación son pequeñas, lo que hace que se conserve la exclusividad y que igualmente; va de la mano de la sostenibilidad (Rodríguez, 2021).

En el Ecuador el sector textil es el más golpeado por el covid-19. Las ventas en el 2019 ascendieron a \$ 2.189 millones y en el 2020 descendieron a \$ 1.241 millones, una reducción del 43,5 %, según la consultora Market Watch. Un investigación de mercado indicó que la población elegirá marcas más económicas después de la pandemia, señala Gonzalo Rueda, gerente general de la consultora Market Watch (El Universo, 2021). La recuperación de la industria de la moda depende en gran parte de la contención del virus, mientras más tarde se someta al virus más tarde se reactivarán las empresas; de esta manera deben irse adaptando al nuevo mercado.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

En el Ecuador la página digital del INEC revela datos al instante, así; el 23 de junio de 2021 a las veintidós horas con cuarenta y tres minutos en el Ecuador hay 17.621.216

habitantes (INEC, 2021). En tanto de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010 en Azuay hay una población total de 712.127 donde; el 47,3 % que constituye a 337.044 son hombres y el 52,7 % son mujeres con 375.083 esto significa que en Azuay hay más mujeres que hombres y la edad promedio está entre los 27 y 29 años (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). En cuanto a tasas de empleo a nivel nacional en 2019, la tasa de desempleo se situó en 6% para las mujeres y en 4% para los hombres, formando una brecha del 2%. El desempleo femenino tuvo un aumento de 1,2% en 2019 con relación a 2018. Mientras que para los hombres el aumento fue de 0,6%. Comprobando de esta manera que en Ecuador las mujeres tienen escasa posibilidad de tener un trabajo decente (Montaño Armijos, 2020).

Mientras que la población de la ciudad de Cuenca según el Censo del 2010 es de 505.585, siendo 239.497 hombres y 266.088 mujeres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2001, en la ciudad de Cuenca el total de la población es de 417.632 que representa el 67.3% de la población total del Azuay; perteneciendo 195.683 habitantes a la parte masculina y 221.949 habitantes a la sección femenina. La zona rural tiene 64.584 habitantes hombres y 75.674 habitantes mujeres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2001). Dejando en evidencia que predomina la población femenina. Aunque la tasa de empleo femenino siempre es menor que la del masculino, “la desigualdad laboral entre hombres y mujeres muestra la discriminación laboral de género, dando preferencia y más oportunidades a uno de los sexos, y no midiendo la aportación de valor en el desempeño laboral de una persona indistintamente del sexo” (Montaño Armijos, 2020, p.16). Así mismo la tasa de empleo en la ciudad de Cuenca muestra similares características que a nivel nacional.

Por otro lado, Cuenca se caracteriza por ser una ciudad industrial, sobretodo en el sector textil, en el cual el mercado ha demostrado ser muy competitivo, quienes prefieren y tienen prioridad por los precios alternativos de productos o servicios. Sin embargo, existe una deficiente oferta de diseños o modelos de indumentaria que se fabrica dentro de éste tramo (Luna Altamirano, Sarmiento Espinosa, y Ordoñez Parra, 2020). Así también frente a la fuerte crisis que está viviendo el país los emprendedores y empresas de todos los tamaños,

tienen la necesidad de buscar alternativas para llegar a un mercado atemorizado con la pandemia.

En la ciudad de Cuenca existe variedad de tiendas deportivas, al realizar un observatorio de tendencias en cuatro marcas específicas; Athletic y Kao Sport en el Mall del Río, Cando Sport en las calles César Dávila Andrade y Gonzalo Cordero Dávila y Ochoa Sport en Avenida Las Américas y Benjamín Cordero, se localiza que tres de ellas son productoras locales, y tres de ellas ofertan marcas conocidas a nivel mundial, de esta manera mezclan sus productos con los importados. De la misma forma tres de estas marcas se enfocan únicamente en ropa y accesorios solo para deportistas tanto para el sector femenino y masculino.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Muchos ecuatorianos tienen la creencia de que, las grandes marcas de moda importadas son mejores que los productos locales, así; el fabricante nacional no solo tiene que competir con las marcas sino también con la mentalidad de personas. Por esta razón se incurre a la estrategia de los océanos azules.



Figura 25. Matriz de análisis estratégico.
Fuente: Elaboración propia (Cuenca, 2021)

Existen dos tipos de océanos muy diferenciados; “los océanos rojos son todos los sectores de actividad existentes en la actualidad, éste es el espacio de mercado conocido. Los océanos azules son todos los sectores de actividad que no existen actualmente; éste es el espacio de mercado desconocido” (Kim & Mauborgne, 2015). La estrategia de los océanos azules no se trata de sobresalir a costa de los competidores, sino de emerger con nuevas ideas, realizando análisis de los consumidores, para intentar ofrecer un producto totalmente nuevo.

Analizando la competencia de la ciudad se localiza que todas las marcas se están acomodando a las nuevas necesidades del mercado, en vista que las ventas han rebajado con la pandemia, las marcas observadas vienen realizando promociones y descuentos sobre todo en los productos de su propia producción. Los precios en ropa importada son bastante elevados, duplican prácticamente los productos nacionales. Athletic es la marca que cuenta mayor variedad de diseños y productos para el mercado femenino y la calidad es óptima, así mismo, esta marca cuenta con variedad de precios por ejemplo camisetas desde 14 hasta 19\$, así mismo los conjuntos deportivos están entre 40 y 45\$. Kao Sport y Ochoa Sport supera estos precios, a pesar que la calidad es excelente, los diseños son reducidos y hay poca variedad de productos para dama.

Tanto Athletic, Kao Spor y Ochoa Sport ofertan productos importados, como Nike, Adidas y Under armour. El precio de una hoodie importado está entre 40 y 50 \$, leguins está entre 50 y 60\$. Cando Sport oferta únicamente productos de su fabricación, realiza producciones focalizadas, para ciertos deportes, los precios resultan módicos para un mercado medio. Sus productos para dama son bastante reducidos y la calidad en cuanto a costura es regular. Ninguna de estas marcas cuenta con productos que expresen identidad local hasta el momento.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Este proyecto se enfoca en la realización de prendas de vestir *Athleisure* con intervención de la iconografía de las máscaras de los Trompeteros de Saraguro. Con respecto a maquinaria y materiales se cuenta con los siguientes recursos; taller de

confección con la maquinaria necesaria, enfocado en ropa casual y deportiva, donde mi persona se encarga del diseño, patronaje y confección (esta última cuando es necesario), el material se adquirirá con proveedores locales.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

La técnica del análisis de la cadena de valor propuesta por Michel Porter, analiza “la producción de valor dentro y fuera de la compañía, hasta llegar al consumidor final y viceversa” (Sandrea & Boscán, 2004) . Consiste en “el conjunto conectado de actividades inventoras de valor (diseñar, fabricar, vender y distribuir) que se extienden durante todos los procesos, desde la obtención de materias primas hasta que el producto terminado se entrega finalmente en las manos del consumidor” (Shank y Govindarajan como se citaen Sandres y Boscán, 2004)

Cada proceso se encuentra enlazado, y cada que avanza o evoluciona se genera un valor. Estas actividades se encuentran divididas en dos grupos, primero las primarias que es un proceso secuencial desde que se obtiene la materia prima, la manufactura, salida del producto, el máquetin y la posventa y segundo las de soporte, que son todos los medios que sirven de apoyo para que se pueda desarrollar todos los procesos de las actividades primarias. La cadena de valor busca agregar valor al producto para que éste sea mayor que el costo.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

Aunque la moda se caracteriza por dejarse llevar por tendencias que mucha gente adopta, así mismo esas personas quieren verse diferentes de otras. En un mundo competitivo es esencial que el diseñador sea creativo e investigativo. Es decir, no basta pensar en las tendencias de moda, sino que hace falta estudiar el mercado. La información de lo que está sucediendo y lo que vendrá, es primordial para lanzar una colección. En la actualidad, el creador de moda tiene acceso a información online que sirven de soporte para crear diseño de colecciones (AUDACES, 2016). La importancia de la investigación es primordial para saber a qué mercado se enfrenta una empresa, gustos, preferencias, estilo de vida, etc.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Las materias primas se obtendrán en la localidad de la ciudad de Cuenca. Las telas se adquieren en Almacenes Lira, pues es uno de los proveedores textiles más grandes y con más variedad de la ciudad, otro almacén es Austrotex que es un proveedor ágil y de confianza. Los insumos como hilos, cierres, reatas, cordones, ojalillos, etc., se obtienen en la Comercializadora Briseño, Almacenes Lira e Inmatex. Los materiales para estampación como vinilos se consiguen en la Importadora IMEVI.

3.2.2.3. Eslabón de producción

La etapa de la producción comprende: El patronaje, corte, confección, control de calidad y acabados. El patronaje se realiza de forma manual sobre papel y cartón. Para luego pasar al tendido y corte igualmente de forma manual. Antes de la confección se hará una pausa para la aplicación de acabados; estampar, bordar o aplicar la técnica de corte láser en las piezas cortadas. Luego de esto se procede a unir piezas, hacer bolsillo, etc., pasando luego al control de calidad y planchado. Todos estos procesos se realizan dentro de la microempresa; al ser un emprendimiento pequeño y además familiar la mayoría de las actividades las realiza el autor de este proyecto, a excepción algunas partes de la confección por que se cuenta con una costurera y estampado ya que hay un encargado del área.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

En ésta área se oferta el producto al usuario, primero se realiza una sesión de fotografías con la ayuda de un fotógrafo y una modelo que usan los productos; para luego subir las fotos a una plataforma digital en este caso Facebook e Instagram, y pagar la publicidad pertinente. Las ventas se realizan 50% en el local comercial y 50% vía online, realizando envíos a todas partes de la ciudad y del país. Al ser un emprendimiento nuevo su popularidad en la población aún es baja. Todos los productos se dan a conocer mediante las plataformas de redes sociales, la mayoría de los clientes que se acercan al local es porque conocieron la publicidad y otros pocos por recomendación de otros clientes.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

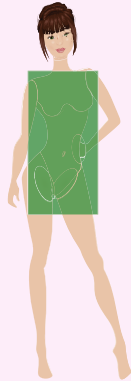
4.1. Estudio de público objetivo

Para la realización de éste proyecto se necesita el aporte del usuario y los expertos en el tema de Trompeteros de Saraguro. Al usuario se le realizo encuestas para determinar sus gustos y favoritismos, el usuario son mujeres cuencanas pertenecientes a la generación Y de entre 20 a 35 años de edad. En cuanto a los expertos en el tema se les realizo una entrevista, tanto al fabricante, pintor y usuario de la máscara del trompetero.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista

N° 1	Universidad Técnica de Ambato	
	Facultad de Diseño y Arquitectura	
	Carrera de Diseño de Modas	
Objetivo:	Examinar los gustos y particularidades del cliente en la utilización de prendas <i>Athleisure</i> (atuendos casuales para hacer ejercicio y salir a la calle), para la elaboración de una propuesta de indumentaria aplicando iconografía de los trompeteros de Saraguro.	
Datos de Clasificación:	Encuesta dirigida a mujeres de 20 a 35 años de edad.	
Recomendación:	Marque con una X la opción que seleccionada.	
Profesión:	Ocupación:	
CUESTIONARIO		
1. ¿Con que perfil de consumidor se identifica? (señale con una X la opción que escoja)		
Se considera conservadora, mantiene su estilo a través del tiempo, pocas veces acoge propuestas innovadoras y de moda, viste siempre acorde a la ocasión.		<input type="checkbox"/>
Acoge elementos de moda en su estilo personal, busca un equilibrio entre tradición e innovación, viste acorde a la ocasión con elementos novedosos.		<input type="checkbox"/>
La innovación es parte de su vida diaria, mezcla diseños y proporciones para determinar su propio estilo, las nuevas tecnologías, texturas y colores están siempre presentes como sellos de moda.		<input type="checkbox"/>
2. ¿Cuál de los siguientes estilos utiliza con mayor frecuencia?		
<input type="checkbox"/> Informal <input type="checkbox"/> Deportivo <input type="checkbox"/> Casual <input type="checkbox"/> Formal		

3. ¿Qué silueta prefiere a la hora de vestir?



Amplia

Entallada



4. ¿Qué característica considera al momento de adquirir una prenda? (puede escoger varias opciones)

Comodidad

Calidad

Ligereza

Estética

Transpirabilidad

Elasticidad

Economía

Detalles originales

Caída

5. ¿Qué tan familiarizada está con el estilo *Athleisure* (combinación entre deportivo y casual)?

Nada Poco Bastante bien

6. ¿Cuáles de las siguientes prendas adquiere con mayor frecuencia? (puede escoger varias opciones)

					
<input type="checkbox"/> Hoodies	<input type="checkbox"/> Chompas	<input type="checkbox"/> Rompevientos	<input type="checkbox"/> Camisetas	<input type="checkbox"/> Buzos	<input type="checkbox"/> Tops
					
<input type="checkbox"/> Bividis	<input type="checkbox"/> Chalecos	<input type="checkbox"/> Sport bra	<input type="checkbox"/> Jogger	<input type="checkbox"/> Leggin	<input type="checkbox"/> Short

7. ¿Considera usted que es necesario diseñar prendas de vestir que denoten una identidad local?

Si No

8. ¿Está al tanto de la riqueza iconográfica que poseen los pueblos aborígenes de nuestro país?

Si No

9. ¿Conoce los trompeteros de Saraguro y la iconografía que posee sus máscaras y accesorios?

Poco (sin Identifico sus cualidades

10. ¿Con qué frecuencia adquiere usted ropa?

Mensualmente Cada tres meses Dos veces al año Una vez al año

11. ¿Compraría usted ropa con identidad local?

Si No

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda con varias intervenciones (estampado, bordado, tejido) que denoten identidad local? (seleccione los precios de sus prendas preferidas)


Hoodies	<input type="checkbox"/>	20-25	<input type="checkbox"/>	25-30	Bividís	<input type="checkbox"/>	10-15	<input type="checkbox"/>	15-20
Chompas	<input type="checkbox"/>	20-25	<input type="checkbox"/>	30-35	Chalecos	<input type="checkbox"/>	18-22	<input type="checkbox"/>	22-26
Rompevientos	<input type="checkbox"/>	20-25	<input type="checkbox"/>	30-35	Spor bra	<input type="checkbox"/>	8-10	<input type="checkbox"/>	10-12
Camisetas	<input type="checkbox"/>	10-15	<input type="checkbox"/>	15-20	Joggers	<input type="checkbox"/>	10-15	<input type="checkbox"/>	15-20
Buzos	<input type="checkbox"/>	15-20	<input type="checkbox"/>	20-25	Leggins	<input type="checkbox"/>	10-15	<input type="checkbox"/>	15-20
Tops	<input type="checkbox"/>	8-12	<input type="checkbox"/>	12-16	Shorts	<input type="checkbox"/>	8-12	<input type="checkbox"/>	12-16


13. ¿Estaría dispuesto a comprar en línea?

Si No

14. ¿Qué red social utiliza más?

Instagram Facebook
 Twitter Casi no uso redes

N° 1	Universidad Técnica de Ambato		
	Facultad de Diseño y Arquitectura		
	Carrera de Diseño de Modas		
Ficha de entrevista:	Dirigida a los Trompeteros de Saraguro.		
Entrevistado:			
Entrevistador:			
Lugar y fecha:			
Objetivo:–	Indagar sobre el origen de los trompeteros, lo que ellos representan y el significado de la iconografía de sus máscaras		
Pregunta			
1. ¿En qué consiste la Semana Santa? (en pocas palabras)			
2. ¿Qué personajes intervienen en la fiesta?			
3. ¿Que representa el trompetero para la religión cristiana y para el pueblo indígena?			
4. ¿En qué fechas participa el trompetero y cuál es su función?			
5. ¿Quién es el encargado de preparar al Trompetero? (Durante los repasos y para vestir)			
6. ¿Ha notado la evolución de la vestimenta del Trompetero a través de los años, de qué manera?			
INTERPRETACIÓN:			
OBSERVACIONES:			

N° 1	Universidad Técnica de Ambato		
	Facultad de Diseño y Arquitectura		
	Carrera de Diseño de Modas		
Ficha de entrevista:	Artesanos escultores, fabricantes de la máscara.		
Entrevistado:			
Entrevistador:			
Lugar y fecha:			
Objetivo:	Indagar sobre el proceso en la fabricación de las máscaras.		
Pregunta			
1. ¿Hace cuánto tiempo viene realizando la fabricación de las máscaras?			
2. ¿Cuál es el proceso para su elaboración?			
3. ¿Cuáles son los materiales que usa?			

4. ¿Cuánto tiempo tarda en realizar una máscara?
5. ¿Ha habido un cambio de las máscaras que elaboraba inicialmente a las actuales?
6. ¿Cuál es el valor de ésta arte?
INTERPRETACIÓN:
OBSERVACIONES:

N° 1	Universidad Técnica de Ambato	
	Facultad de Diseño y Arquitectura	
	Carrera de Diseño de Modas	
Ficha de entrevista:	Dirigida a los pintores de las máscaras	
Entrevistado:		
Entrevistador:		
Lugar y fecha:		
Objetivo:	Indagar sobre del diseño de la máscara y la explicación de los símbolos que plasman	
Pregunta		
1. ¿Cuál es el proceso para realizar el diseño que va a plasmar en la máscara?		
2. ¿Qué iconos plasma en las máscaras?		
3. ¿Qué materiales usa para plasmar las figuras?		
4. ¿Cuánto tiempo tarda en realizar este oficio?		
5. ¿Cuál es la diferencia de símbolos que se aplica para la máscara de trompetero y trompetera?		
6. ¿En cuánto está valorado este trabajo?		
INTERPRETACIÓN:		
OBSERVACIONES:		

4.2. Selección de la muestra

La población o universo es el total de sujetos objetos de la investigación, “es la totalidad de elementos a investigar, respecto a ciertas características. Muchas veces, por diversas situaciones no se logra estudiar toda la población, así se recurre a la muestra que consiste en seleccionar una parte de los elementos del todo (Herrera E., Medina F., y Naranjo L., 2014)”. “La muestra es un subgrupo de la población o universo. Se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir la unidad de muestreo y de análisis y requiere

delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros” (Hernández, 2014).

En caso que la población sea muy reducida se la puede estudiar en su totalidad “Para que la muestra sea confiable deberá ser representativa, además de ser práctica, la más económica y eficiente en su aplicación. Mientras más grande es la muestra menor será en margen de error y por lo tanto hay mayor confiabilidad (Herrera E., Medina F., y Naranjo L., 2014, p.98).

Para este proyecto el universo son todas las máscaras de los trompeteros y sus usuario; la población en muy reducida debido a que cada año hay únicamente dos trompeteros, y algunos individuos han sido trompeteros por varios años consecutivos; además que éste personaje ha sido representado por personas adultas que en la actualidad ya han fallecido; así, se engloba el universo de los trompeteros de la cabecera cantonal de Saraguro que contengan iconografía; además se indagará sobre que profesionales han aportado para la realización de estas mascararas cada año; de esta manera se tendrá un acercamiento con artistas plásticos y diseñadores que año a año pintan estas máscaras, y con un artesano único de Saraguro que realiza las máscaras en lana de oveja quien es el encargado de materializar y dar forma la máscara. A continuación, exponemos la tabla de muestra a examinar.

Tabla 8. Población y Muestras

Población	Muestra	Técnica	Instrumento
Trompeteros	5	Análisis de información	Entrevista
Pintores de las máscaras	4	Análisis de información	Entrevistas
Artistas escultórico	1	Análisis de información	Entrevista
Fotografías	13	Análisis de contenido	Ficha de análisis
Usuarios	60	Investigación Etnográfica	Encuesta
Total	84		

4.3. Técnicas de estudio (Estrategias metodológicas)

Para éste proyecto se analizan 18 artefactos, mediante la recolección de fotografías y fichas de análisis. En las fichas de análisis se realiza una combinación de tres métodos, uno de ellos propuesto por un investigador oriundo de Sudamérica con una visión desde

adentro; como es el método propuesto por Zadir Milla y otros dos métodos con una visión distinta como son el de Ewrin Panofsky y Dorothy Koster Washburn, a continuación, se detalla el proceso de éstos métodos.

4.3.1. El método de Ewrin Panofsky

Es importante realizar este análisis para una interpretación más ontológica de las máscaras; qué comunica en toda su representación desde tres diferentes espacios. Según su experiencia o cosmovisión. “Panofsky plantea tres fases: primero la descripción preiconográfica, el significado primario; luego el significado iconográfico, la composición y las relaciones entre motivos, temas y conceptos; y, por último, el iconológico, se realiza el análisis del significado cultural intrínseco o contenido (Arnold y Y., 2016, p. 7). Para la primera fase no se requiere conocimientos previos es una descripción más personal, para la segunda fase se requieren conocimientos teóricos de temas específicos y para la última fase se necesita investigación la cosmovisión de la época para interpretar la simbología de una obra de arte.

4.3.2. El Método de Milla

El segundo método es el de Zadir Milla; éste autor plantea una geometría de la armonía, “donde se puede delimitar la iconología en tres estructuras básicas: El cuadrado, la diagonal y la espiral, siendo todas las demás a pesar de su aparente autonomía una derivación de éstas” (Milla Euribe, 2008, p.19). Este diseñador proyecta una representación para poder organizar y estudiar la iconografía andina proponiendo estructuras que sirven como guías para la interpretación de la simbología de los ancestros de América Latina del que se presenta a continuación.

4.3.2.1. Proporción estática

La equipartición de un cuadrado, un rectángulo o un círculo en formas repetidas define la modulación estática del espacio, dando lugar a la cuadrícula o red de construcción.

Trazado armónico binario

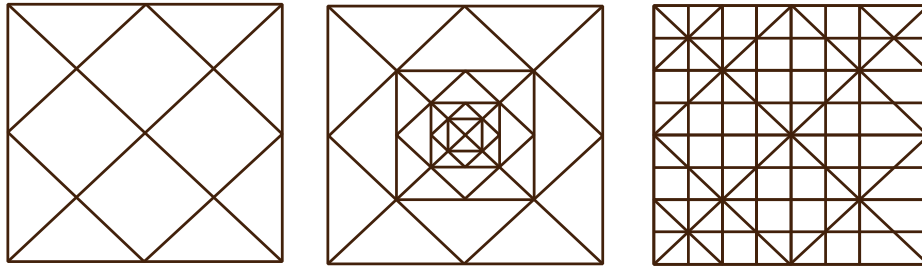


Figura 26. Trazado armónico binario.
Fuente: (Milla Euribe, 2008)

Trazado armónico terciario

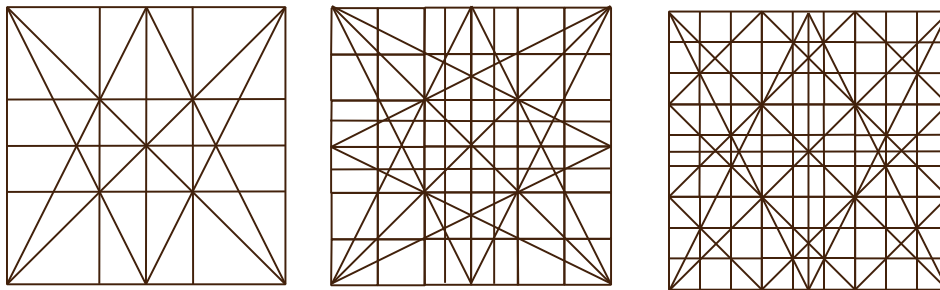


Figura 27. Trazado armónico Terciario.
Fuente: (Milla Euribe, 2008)

4.3.2.2. Trazado armónico

Es un espacio que se define como el trazo de las partes proporcionales entre sí, pero de medidas diferentes relacionadas por una misma razón armónica. Este ritmo genera formas homogéneas de proporción semejante que conforman los módulos y gnómones cuyos cánones dinámicos devienen de las progresiones internas o externas de las diagonales sucesivas de un cuadrado original.

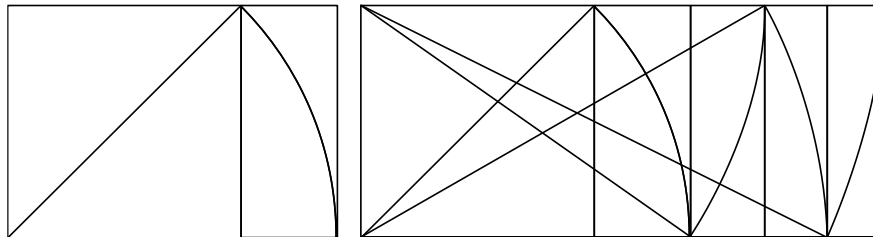


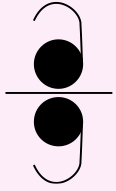
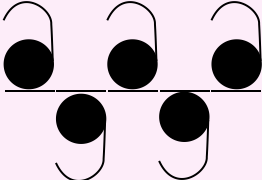


Figura 28. Trazado armónico.
Fuente: (Milla Euribe, 2008)

4.3.3. El Método de Dorothy Koster Washburn

Por último, para la presentación de la propuesta final, se utiliza un análisis de la simetría propuesto por Koster; este método se basa en la identificación de la unidad mínima y su organización simétrica al interior del campo del diseño, con campo de diseño se refiere a una subdivisión en el área total de la superficie del objeto donde se aplica el diseño iconográfico. La unidad mínima es el componente más simple del diseño de patrón repetido el cual lo identificaré mediante el método anterior, a continuación, se señalan los principios de simetría a manejar:

Tabla 9. Principios de la simetría de Dorothy Koster

Principios de simetría		
Traslación		Implica movimiento simple de una parte fundamental a lo largo de la línea.
Rotación		Requiere que la parte fundamental sea movida alrededor de un punto eje.
Reflexión especular		Tipo espejo, requiere que la figura sea reflejada a través de la línea eje.
Reflexión desplazada		Combina las nociones de reflexión tipo espejo a través de la línea eje y la traslación

Además, existen tres principales categorías de diseño para el patrón diseño plano:

Finito: figuras únicas generadas alrededor de un único punto, eje o línea media.

Unidimensional: generados a lo largo de un único eje de línea media

Bidimensional: generados a lo largo de ambos ejes, horizontal (x) y vertical (y).

Fuente: (González Carvajal, 2013)

4.3.4. Cualitativas

Mediante el enfoque cualitativo se realizan entrevistas; en primera instancia se requiere conocer la historia y la importancia de los trompeteros; en seguida investigar a través de los usuarios de las máscaras, evolución, desde cuándo se incorporaron los motivos en las máscaras. Estos incidentes llevan a plantear muchas incógnitas que se intenta dar respuestas con ésta indagación a modo de “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Hernández Sampieri, Fernández Collao, y Baptista Lucio, 2014, p.4). Esta investigación tiene el carácter cualitativo puesto que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, Fernández Collao, y Baptista Lucio, 2014, p.7).

El enfoque cualitativo es una problemática dirigida al hombre y su entorno, se recolecta datos sin una medición exacta, tal es el caso de observar el objeto de estudio, realizar entrevistas al usuario de las máscaras, “la investigación cualitativa pretende acercarse al mundo de ahí fuera (no en entornos de investigación especializada como los laboratorios) y entender, describir y algunas veces explicar fenómenos sociales ‘desde el interior’ (Uwe, 2004). A la luz de (Visocky O'Grady y Visocky O'Grady, 2018) plantean que:

(...) la cualitativa maneja material subjetivo como palabras e imágenes y trata de comprender las cualidades en un ámbito específico de indagación. En la investigación cualitativa se utilizan herramientas como entrevistas individuales o grupales, análisis de material escrito y observación de los participantes para entender o explicar el comportamiento social. (p.36)

Este método permite la libertad de hacer interpretaciones por ello es subjetivo ya que cada individuo tiene un punto de vista diferente de interpretar las cosas según su experiencia; “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Visocky O'Grady y Visocky O'Grady, 2018).

4.3.5. Cuantitativas

Este enfoque permite recolectar valores cuantificables permitiendo establecer patrones de comportamiento del mercado objetivo, para justificar la viabilidad de éste proyecto, las preferencias, los productos con mayor acogida, la disposición a invertir en prendas de vestir y los medios de compra; sirviendo como soporte para un producto aceptable en el mercado y detectando las plataformas digitales más recurrentes para la publicidad.

La investigación cuantitativa al contrario de la cualitativa es la que busca analizar datos que se puedan contar. “ofrece datos medibles y su objetivo principal es cuantificar los resultados obtenidos” (Merino Sanz & Pintado Blanco, 2015). El método cuantitativo confía en la medición numérica el conteo y la frecuencia; es deductivo y lógico, es reduccionista y pretende generalizar los resultados mediante muestras representativas (Vega Malagón, y otros, 2014).

El modelo cuantitativo presenta un conjunto de procesos; es secuencial y probatorio. Cada etapa antecede a la siguiente, no se puede saltar o esquivar los pasos. El precepto es inflexible, aunque se puede redefinir las etapas. Parte de una idea que va delimitándose y, una vez definida, se obtienen objetivos e interrogaciones de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas; se mide las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones utilizando métodos estadísticos y se extrae una sucesión de conclusiones en relación de la o las hipótesis (Hernández Sampieri, Fernández Collao, y Baptista Lucio, 2014).

4.4. Elaboración e interpretación de los datos

4.4.1. Interpretación de las encuestas

Encuesta dirigida a mujeres entre 20 y 35 años de edad, profesionales, que se preocupan por su bienestar y realizan actividad física, en la ciudad de Cuenca.

Tabla 10. Profesión y Ocupación

Profesión	Cantidad	Ocupación	Cantidad
Administrador de empresas	5	Cajera	2
		Servicio al Cliente	2

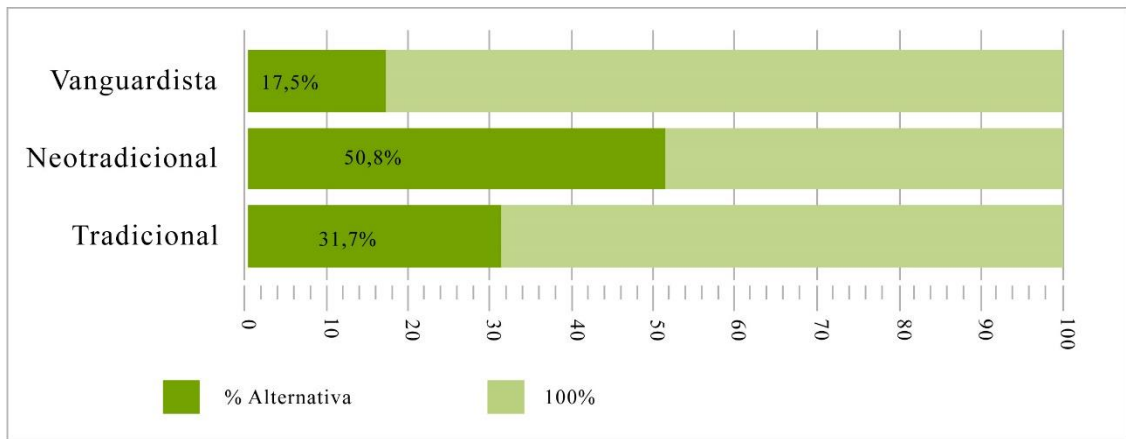
		Recepcionista	1
Agronomía	1	Ventas Bioquímicos	1
Arquitectura	1	Arquitecta independiente	1
Belleza	2	Maquillista	2
		Atención telefónica radio	1
Comunicación	2	Vendedora telefonía	1
		Asesor de declaraciones SRI	3
Contabilidad y Auditoría	5	Analista financiero	1
		Auxiliar contable	1
Derecho	1	Abogada	1
		Diseñador Gráfico	2
Diseño	3	Diseñadora Textil e Indumentaria	1
Estilista	1	Estilista	1
Educación inicial	2	Docente de Preinicial	2
Educación Básica	1	Docente de básica	1
		Cajera de cooperativa	1
Ingeniería Comercial	3	Asesor de créditos	1
		Asesor de Comercial	1
		Administrador Operativo	2
Economía	3	Auxiliar de Contabilidad	1
		Enfermera de Hemodiálisis	2
Enfermería	5	Enfermera de Tomografías	1
		Enfermera Centro de Salud	2
Ingeniería en sistemas	1	Soporte en sistemas	1
Márquetin	1	Publicidad	1
		Médico General	4
		Odontóloga	3
Medicina	13	Nutrición y Salud	1
		Pediatra	2
		Planificación Familiar	1
		Obstetra	2
Mercadotecnia	1	Analista de Mercado	1
Nutricionista	3	Empleada Privado	3
		Centro de Salud	2
Psicóloga Clínica	3	Consultorio privado	1
Trabajadora Social	1	Empleada Pública	1
	3	Administradora de agencia de Viajes	1
Turismo		Guía centro turístico	2
TOTAL DE ENCUESTADOS: 61			

Cuestionario:

1. ¿Con que perfil de consumidor se identifica? (señale con una X la opción que escoja)

Tabla 11. Perfil de consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	31	31,7%
Neotradicional	20	50,8%
Vanguardista	10	17,5%



Perfil de consumidor

Análisis: Como se puede observar en la base de datos, de 61 personas encuestadas que representan el 100%; el 51% se identifica con el perfil de consumidor tradicional. Mientras que 32% se asocian con el perfil Neotradicional, y tan solo el 17% se relaciona con un perfil vanguardista.

Interpretación: Se hace necesario resaltar que el perfil de consumidor con el que se identifica el *target* femenino encuestado, en su mayoría es el tradicional. Quienes prefieren mantener su estilo a través del tiempo, acogen propuestas de moda e innovación de forma muy sutil. De esta manera se establece que el presente proyecto que finaliza con el desarrollo de un producto está dirigido a este tipo de perfil.

2. ¿Qué tipo de ropa prefiere a la hora de vestirse, para realizar múltiples actividades del día a día?

Tabla 12. Universo del vestuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Formal	2	3%
Casual	45	74%
Deportivo	14	23%

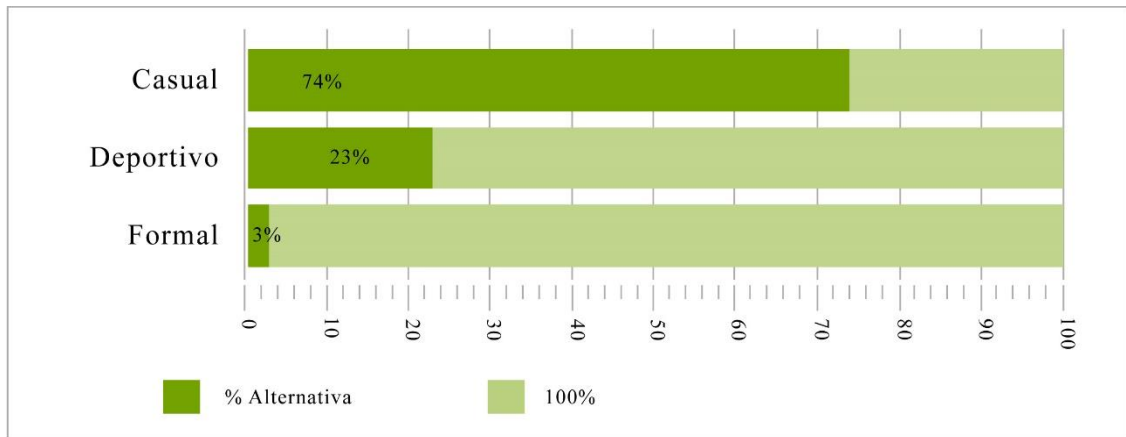


Figura 30. Universo del vestuario

Análisis: Los resultados reflejan que el 74% de las atestadas prefieren el estilo casual, el 23% opta por un estilo deportivo y tan solo el 3% a la hora de vestir selecciona un estilo formal.

Interpretación: Con relación a los datos presentados, se denota que el público objetivo prefiere vestir de forma casual para realizar sus múltiples actividades día a día. De esta manera se establece el universo del vestuario *casualwear* y la ocasión de uso múltiples actividades del día a día, para la aplicación sobre el producto del presente proyecto.

3. ¿Qué silueta prefiere a la hora de vestir?

Tabla 13. Silueta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Amplia	27	44%
Entallada	34	56%

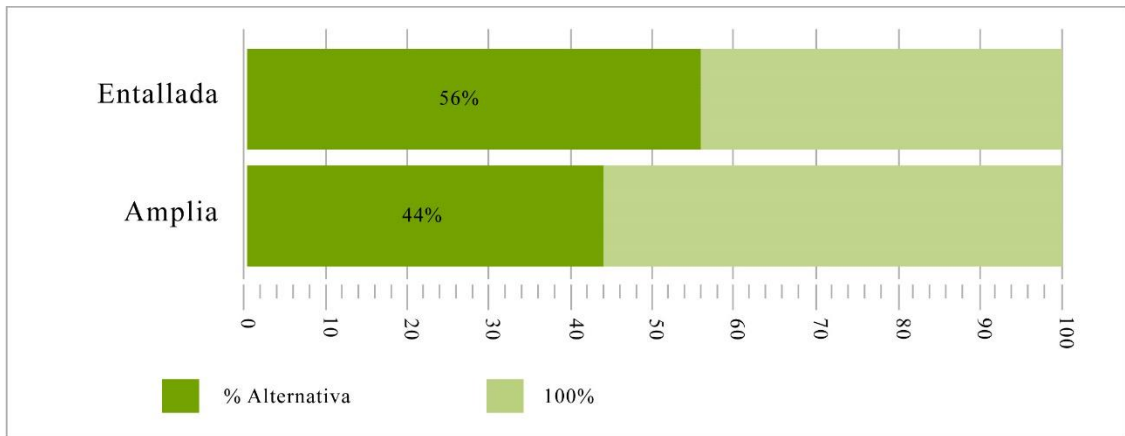


Figura 31. Silueta

Análisis: Los datos obtenidos evidencian que el 56% de las encuestadas a la hora de vestir se inclinan por ropa entallada, al mismo tiempo el 44% señala que prefieren ropa amplia.

Interpretación: Resulta claro que por un leve marco de diferencia las participantes del muestreo prefieren destacar su cuerpo con ropa entallada. A razón de esto, para resaltar la apariencia del *target* femenino al cual está dirigido el proyecto en curso se determina el uso de una silueta entallada que delineé la figura.

4. ¿Qué característica considera al momento de adquirir una prenda? (puede escoger varias opciones)

Tabla 14. Características de una prenda

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	52	85,2%
Estética	15	24,6%
Economía	24	39,39%
Calidad	23	8,20%
Transpirabilidad	2	3,3%
Detalles originales	12	19,7%
Ligereza	7	11,5%
Elasticidad	6	9,8%
Caída	5	8,20

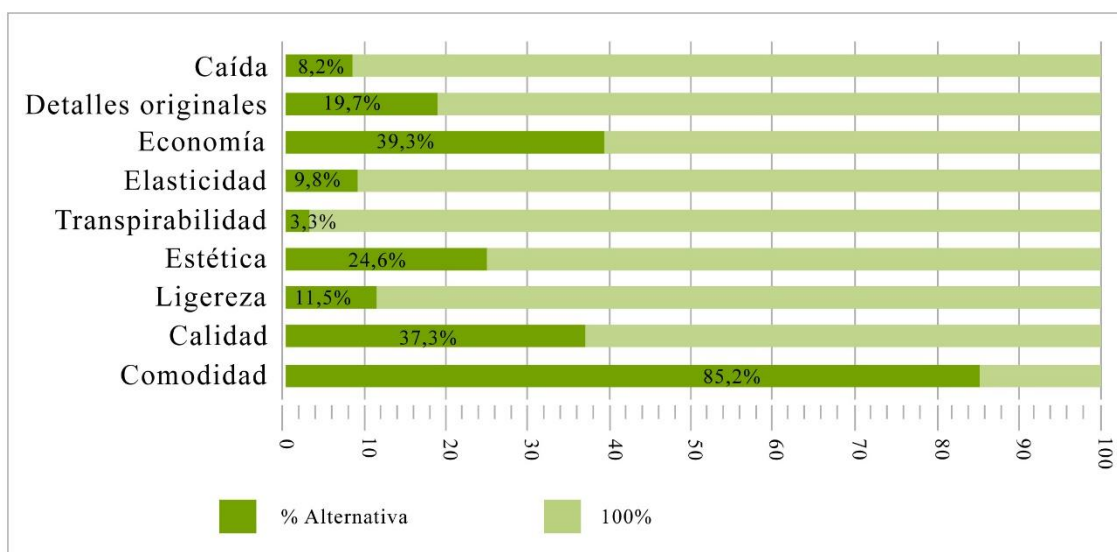


Figura 32. Características de una prenda

Análisis: Los datos de la pregunta de opción múltiple revelan que del 100% de las profesionales encuestadas el 85,2% prefiere que las prendas sean cómodas. El 39,39% optan por prendas económicas, un 24,6% valora la estética y 19,7% de los interrogados prefieren los detalles originales. Así mismo el 11,5% aprecia la ligereza de la prenda, el 9,8% admite que es primordial la elasticidad y 8,2% se fija en la calidad al mismo tiempo que la caída del indumento. Y, por último, del total de encuestadas tan solo el 3,30% se preocupa de la transpirabilidad de la prenda.

Interpretación: Respecto a lo analizado, es evidente que la comodidad es la primera opción en ser acogida dispensada a su demanda. De las 61 participantes 24 afirman que lo económico y lo estético es lo segundo que valoran al comprar. Por su parte 12 personas aprecian los detalles originales; 7 encuestadas miran la ligereza de la prenda como relevante. De manera casi similar son apreciados los factores elasticidad, calidad y caída; dejando por última elección la transpirabilidad de la prenda.

5. ¿Qué tan familiarizada está con el estilo *Athleisure* (combinación entre deportivo y casual)?

Tabla 15. Conocimiento del estilo *athleisure*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	10	16%
Poco	31	51%
Totalmente	20	33%

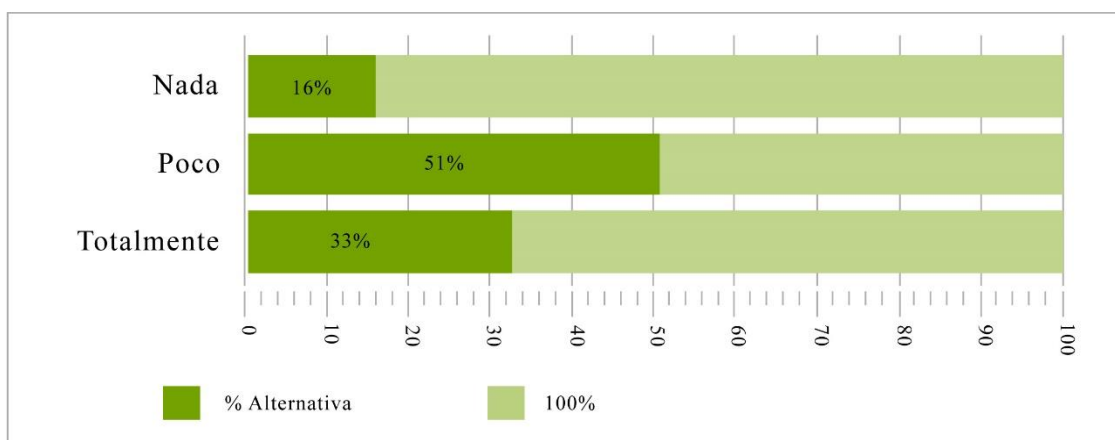


Figura 33. Conocimiento del estilo *athleisure*

Análisis: El 51% que representa la mayor parte del público objetivo está poco familiarizado con el estilo *athleisure*. Sin embargo, el 33% alude que está totalmente al corriente de este *look* (aspecto o apariencia general de vestir de una persona). En cuanto al 16% de los atestados desconocen de esta combinación entre piezas deportivas y casuales.

Interpretación: De manera nítida e innegable se puede observar que esta nueva forma de entender y vestir las prendas deportivas es poco conocida. Por último, es conveniente anotar que un mínimo porcentaje de las encuestadas desconoce que el *athleisure* es elevar el nivel de los *outfits* deportivos para crear un *look* cómodo, *sporty* y sofisticado al mismo tiempo.

6. ¿Cuáles de las siguientes prendas adquiere con mayor frecuencia? (puede escoger varias opciones)

Tabla 16. Prendas adquiridas con mayor frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hoodie	24	39,3%
Casacas	6	9,8%
Rompevientos	8	13,1%
Camisetas	17	27,9%
Buzos	11	18%
Tops	21	34,4%
Bividís	6	9,8%
Chalecos	4	6,6%
Sport Bra	6	9,8%
Joggers	23	37,7%
Legguins	15	24,6%
Shorts	1	1,6%

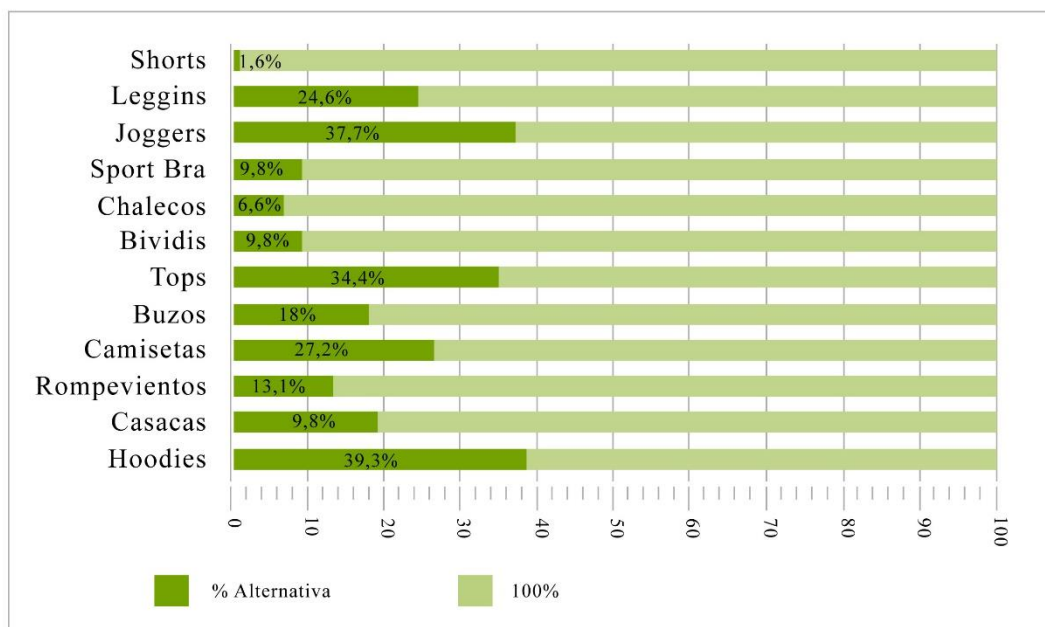


Figura 34. Prendas adquiridas con mayor frecuencia

Análisis: Se puede observar que del 100% de las encuestadas el 39,3% prioriza el uso de *hoodies*, el 37,7% *joggers*, el 34,4% tops. El 27,2% prefiere adquirir camisetas, el 24,6% elige *leggings*, y el 18% opta por comprar buzos. El 13,1% elige obtener rompevientos, mientras que el 9,8% manifiesta que acostumbra conseguir *sportbra*, *bividis*, casacas; y solo el 1,6% del total de encuestas adquiere con mayor frecuencia *shorts*.

Interpretación: No resulta en absoluto arbitrario que el público objetivo prefiera adquirir con mayor frecuencia *hoodies*, *joggers*, tops, camisetas y *leggings*; pues son prendas sinónimas de comodidad y versatilidad ya que se pueden combinar con estilos deportivos y casuales. Un bajo porcentaje prefiere adquirir rompevientos, *sportbra*, *bividis*, casacas y un mínimo tanto por ciento compra *shorts* con frecuencia.

7. ¿Considera usted que es necesario diseñar prendas de vestir que denoten una identidad local?

Tabla 17. Importancia de diseñar prendas con identidad local

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	65,6%
No	6	9,8%
Tal vez	15	24,6%

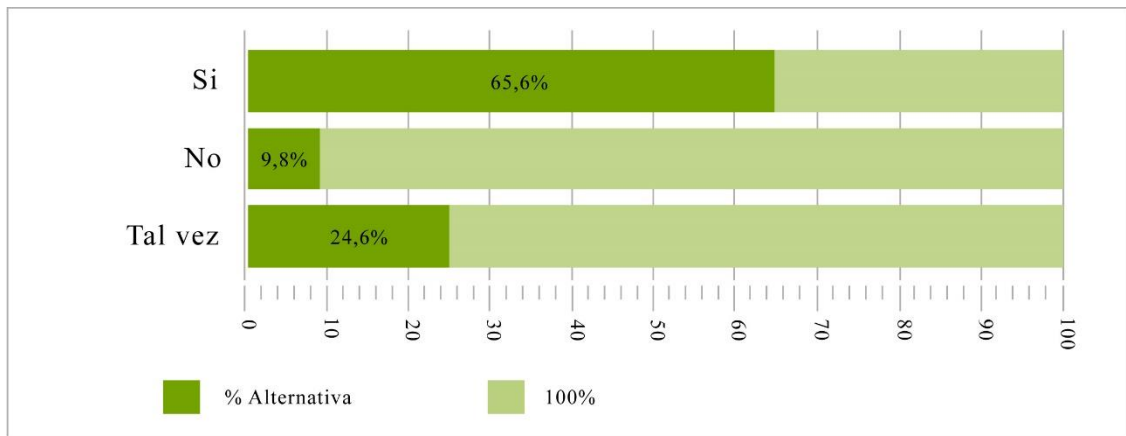


Figura 35. Importancia de diseñar prendas con identidad local

Análisis: El 65,6% de los encuestados consideran necesario el diseño de prendas de vestir que fortalezcan en el medio la identidad local, nutriéndose de hechos históricos, sociales, culturales locales. Mientras que el 24,6% afirma que tal vez sea fundamental

generar propuestas ligadas al diseño de indumentaria, con un carácter identitario. Y solo el 9,8% consideran que no es importante emplear la indumentaria como transmisor de la identidad local.

Interpretación: En líneas generales de 61 personas atestadas, la mayor parte afirma que es preciso visibilizar la identidad local en productos vestimentarios. La menor parte del público objetivo piensa que lo expuesto anteriormente no es provechosos.

8. ¿Está al tanto de la diversidad iconográfica que poseen los pueblos aborígenes de nuestro país?

Tabla 18. Conocimiento de la diversidad iconográfica

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	25	41%
Poco	15	24,6%
Totalmente	21	34,4%

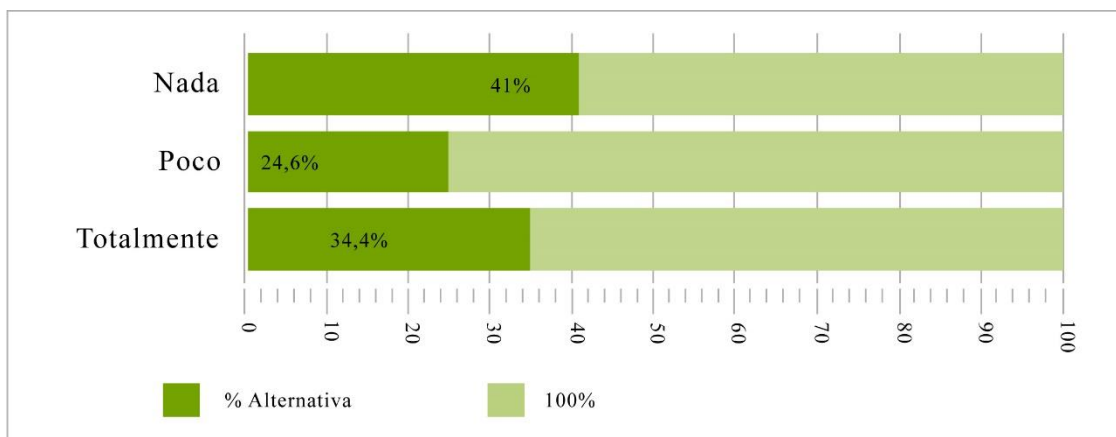


Figura 36. Conocimiento de la diversidad iconográfica

Análisis: Como se puede visualizar del 100% de profesionales encuestadas el 41% no conoce los elementos visuales que yacen dentro de la historia cultural de los pueblos aborígenes de nuestro país. También, de acuerdo a la base de datos un 34,4% conoce totalmente el asunto; mientras que un 24,6% expresan que tiene una idea más o menos profunda sobre el tema.

Interpretación: Los datos anteriores revelan que gran parte de los encuestados desconocen la diversidad iconográfica de los pueblos aborígenes de Ecuador. Y solo una

minoría tiene pleno conocimiento. Por ende, se puede determinar que este proyecto es relevante para develar e informar la herencia visual de los pueblos aborígenes en productos de indumentaria.

9. ¿Conoce los trompeteros de Saraguro y la iconografía que posee sus máscaras y accesorios?

Tabla 19. Saber iconográfico de las máscaras de los trompeteros de Saraguro

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	23	37,7%
Poco	34	55,7%
Totalmente	4	6,6%

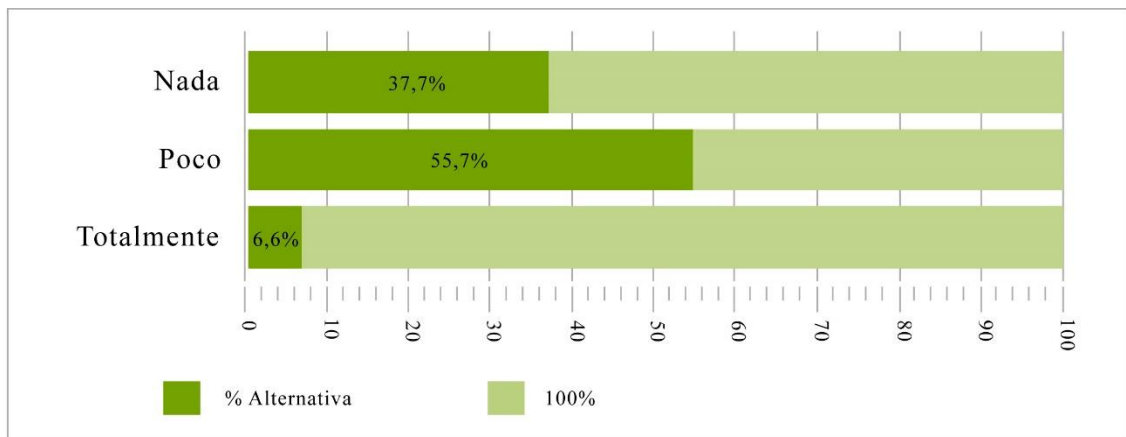


Figura 37. Saber iconográfico de las máscaras de los trompeteros de Saraguro

Análisis: El 55,7% de las mujeres encuestadas aseguran que conocen poco sobre los elementos visuales plasmados en las máscaras y accesorios de los trompeteros de Saraguro. Igualmente, el 38% menciona no saber nada sobre el tema; y el 6% sabe totalmente de la existencia de dicha iconografía.

Interpretación: Lo expuesto anteriormente devela que en su mayoría las participantes de la encuesta conocen poco o nada acerca de la iconografía plasmada sobre las máscaras y accesorios de los trompeteros de Saraguro; quienes han sido los personajes tradicionales de las fiestas locales por años. Cabe recalcar que una mínima parte conoce el tema plenamente.

10. ¿Con qué frecuencia adquiere usted ropa?

Tabla 20. Frecuencia de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada dos meses	10	16%
Cada tres meses	29	47%
Dos veces al año	15	25%
Una vez por año	7	12%

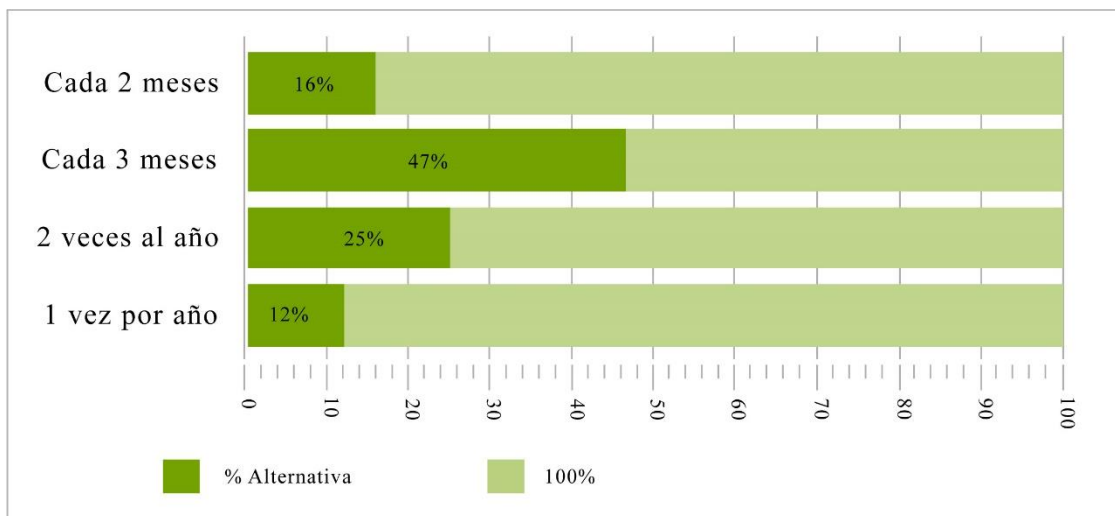


Figura 38. Frecuencia de compra

Análisis: De las 61 personas encuestadas el 47% compra ropa cada tres meses, 25% adquiere dos veces al año. El 16% consigue indumentaria cada dos meses y el 12% admite obtener ropa una vez al año.

Interpretación: La cantidad promedio de días transcurridos entre una compra y otra según la mayoría de votos es cada tres meses. 15 persona mantiene una distancia temporal entre compras de dos veces al año, 10 mujeres registran una frecuencia de comprar cada dos meses y tan solo 7 personas adquieren ropa una vez al año. Finalmente, con base en la frecuencia de compras registradas de un consumidor, se puede establecer mejoras que permitan el incremento de su compromiso.

11. ¿Compraría usted ropa con identidad local?

Tabla 21. Compra de ropa con identidad local

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	86,9%
No	0	0%
Tal vez	8	13,1%

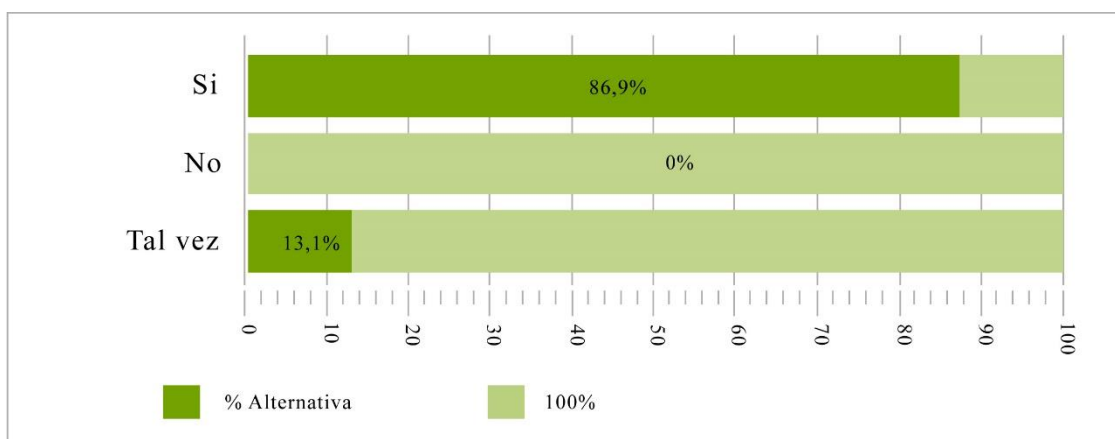


Figura 39. Compra de ropa con identidad local

Análisis: El 87,9% de las encuestadas mencionan que, si comprarían ropa con identidad local, la decisión del 13,1% muestra que tal vez y para la opción no, los datos precisan un 0%.

Interpretación: Resulta claro que, por un elevado margen, los participantes del muestreo adquirirían ropa con identidad local. Y el resto de encuestados mantiene expectativas que consumirán el producto.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda intervenida con estampado, bordado y tejido, que denote identidad local? (seleccione los precios de sus prendas preferidas).

Tabla 22. Precio por prenda

Prenda	Nº Precio	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hoodies	P1	20\$-25\$	14	58%
	P2	25\$-30\$	10	42%
Casacas	P1	25\$-30\$	3	50%
	P2	30\$-35\$	3	50%
Rompevientos	P1	25\$-30\$	6	75%
	P2	30\$-35\$	2	25%

Camisetas	P1	10\$-15\$	12	71%
	P2	15\$-20\$	5	29%
Buzos	P1	15\$-20\$	9	82%
	P2	20\$-25\$	2	18%
Tops	P1	8\$-12\$	10	48%
	P2	12\$-16\$	11	52%
Bividís	P1	10\$-15\$	4	67%
	P2	15\$-20\$	2	33%
Chalecos	P1	18\$-22\$	3	75%
	P2	22\$-26\$	1	25%
Sport bra	P1	8\$-12\$	4	67%
	P2	12\$-16\$	2	33%
Joggers	P1	10\$-15\$	19	83%
	P2	15\$-20\$	4	17%
Leggings	P1	10\$-15\$	11	73%
	P2	15\$-20\$	4	27%
Shorts	P1	10\$-12,50\$	1	100%
	P2	12,5\$-15\$	0	0%

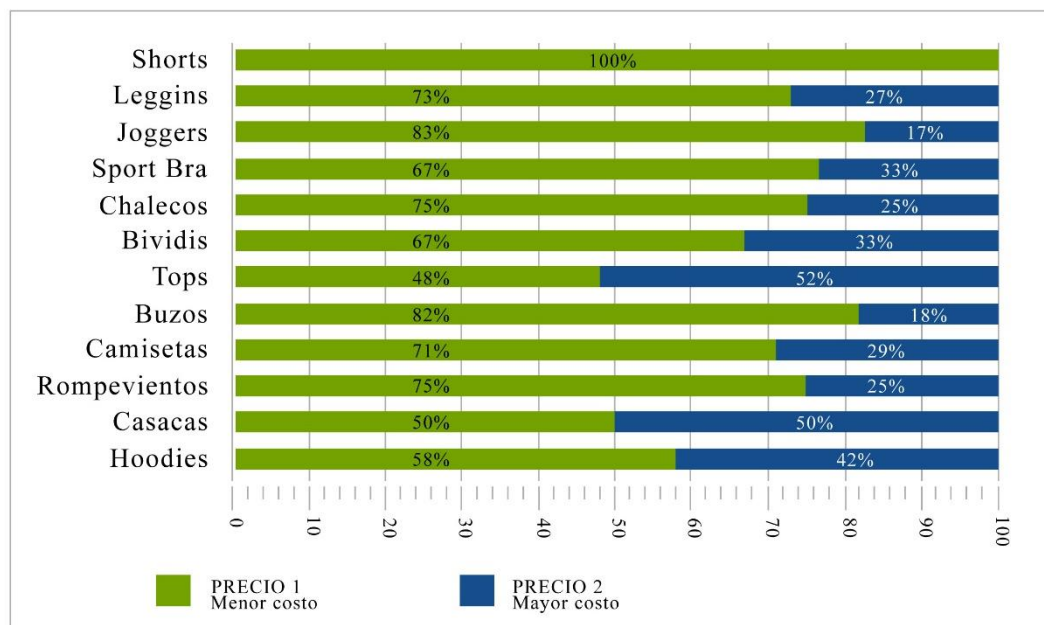


Figura 40. Precio por prenda

Análisis: Las encuestadas que prefieren los *hoodies* se inclinan en un 58% al precio 1 y el 42% al precio 2; aquellas que compran casacas, el 50% de forma equitativa están prestos a pagar el precio 1 y 2. El cierto número de encuestadas que optan por rompevientos y chalecos eligen en un 75% el precio uno, mientras que el 25% considera apropiado el precio dos. En cuanto a las camisetas, el 71% prefiere el valor 1 y 29%

considera conveniente el costo 2; respecto los buzos el 82% considera que el valor 1 es adecuado y el 18% el valor 2.

Las que seleccionaron tops y bividis prefieren el precio 1 el 48% y el 67% respectivamente; sobre el *sport bra*, un 67% se inclina al valor 1 y el 33% al valor 2. Aquellas que prefieren comprar *joggers*, el 83% eligen el coste 1 y el 17% el coste 2; acerca del precio de los *leggings* el 73% se inclina al valor 1 y el 27% al valor 2. Por último, el 100% de los que optan por *shorts* estiman el precio 1 como adecuado.

Interpretación: Es claramente notable, que el mayor porcentaje de las mujeres profesionales encuestadas están dispuestos a pagar la alternativa precio 1, que es el de menor costo. Mientras tanto la alternativa precio 2 que representa el mayor costo fue menos seleccionada. Es preciso señalar que de esta manera se establece el precio promedio al que se debe llegar.

13. ¿Estaría dispuesto a comprar en línea?

Tabla 23. Inclinación de compra en línea

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	64%
No	9	15%
Tal vez	13	21%

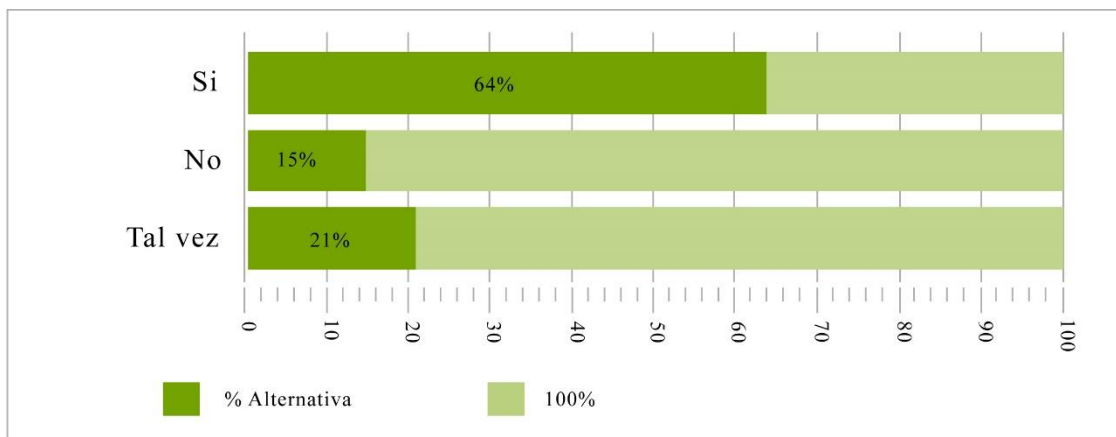


Figura 41. Inclinación de compra en línea

Análisis: El 63% del público objetivo asevera que, si haría compras en línea, el 21% del *engagement* mencionan que tal vez compraría en tiendas *online*. Y el 15% no prefiere

practicar el *e-commerce* o comercio electrónico.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos, se puede identificar que el mayor porcentaje de las mujeres ejecutivas encuestadas están dispuestas a comprar en línea. Por otro lado, un porcentaje considerable menciona que quizás compraría en línea y una mínima parte de encuestadas consideran no comprar en línea.

14. ¿Qué red social utiliza más?

Tabla 24. Frecuencia de red social más usada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	26	43%
Instagram	28	45%
Twitter	1	2%
No frecuento redes sociales	6	10%

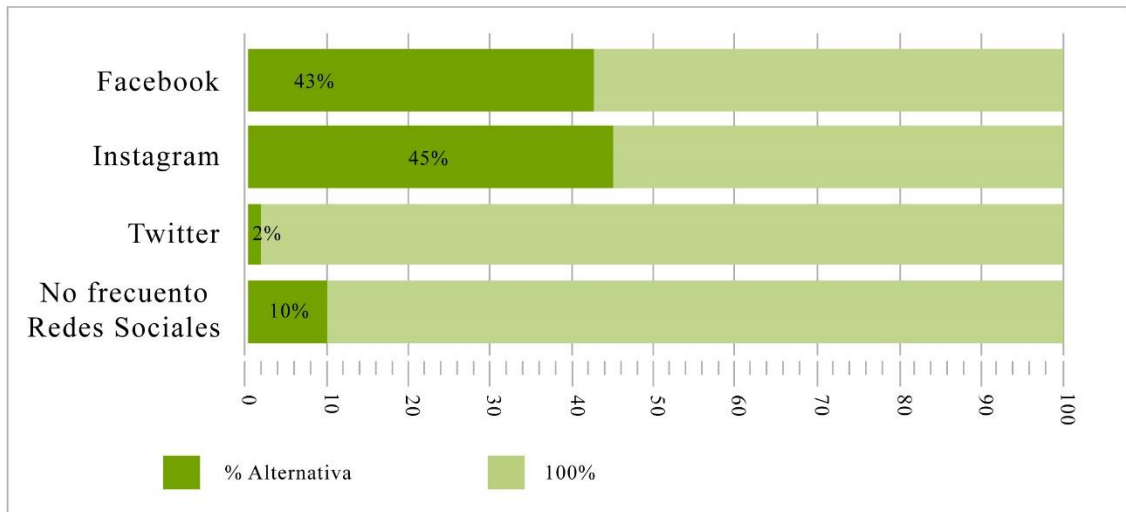


Figura 42. Frecuencia de red social más usada

Análisis: Aproximadamente el 45% del *target* femenino usa instagram, el 43% frecuenta Facebook y el 2% emplea twitter. Cabe considerar, por otra parte, que el 10% admiten no frecuentar el uso de redes sociales.

Interpretación: Si bien es cierto el instagram es el medio de comunicación más usado entre las encuestadas, seguido de Facebook. El análisis precedente señala en efecto, las redes sociales más frecuentadas como un medio para publicidad.

4.4.2. Resultados de entrevistas realizadas a los Trompeteros de Saraguro

4.4.2.1. Entrevistados: LM, FQ, MQ, SO, PG, 2019

1. ¿Qué conocimiento tiene usted de la historia y origen del trompetero?

El origen del trompetero aún está por descubrirse, pero la historia según la mayoría de los entrevistados expresan que; hacia mediados del siglo pasado el trompetero se buscaba y se elaboraba su propio atuendo, éste personaje se fabricaba un atuendo tipo militar, con unas botas hechas artesanalmente por el mismo personaje, que le cubrían hasta las rodillas, una boina formada a partir de un *mutucu* viejo, una casaca, un pantalón largo desgastados, una larga bufanda, un cinturón grueso y una máscara igualmente obtenida de un *mutucu* viejo. La trompetera vestía con trajes propios de los saraguros pero envejecidos; reboso, pollera y anaco decolorado, viejos y rotos; sombrero viejo *paglla*; la máscara obtenida del *mutucu* y cargaba en la espalda un linche con una *poto*. Cabe recalcar que tanto el trompetero como trompetera eran de sexo masculino como hasta la actualidad. La máscara de ambos personajes era más sencilla, era del color propio del sombrero de lana, cumplía con la única función de cubrir el rostro.



Figura 43. El trompetero

Fuente: (Saraguro Historia Escrita Con Imagenes, 2013)

El repaso de los trompeteros en esa época era muy concurrido; asistían regidores, gobernadores, alcaldes, alumbradores, guiadores; los alumbradores llevaban cantaros de chicha y comida, y, el personaje en cuestión usaba un pañuelo para cubrir el rostro durante el repaso. Para el jueves de vigilia el trompetero y familia asistían donde el alumbrador con su *mati-ucho* con huevo (debido a que el jueves de vigilia no se come carne), en esa época el *mati-ucho* se hacía de zanahoria blanca, camote o trigo, ya que para ese tiempo no había arroz. Se desconoce si ya en esa época había miel para éste día. En fotografías antiguas de fecha desconocida se puede visualizar que esta información coincide en cuanto al atuendo del trompetero. Además, hay que subrayar que el trompetero de épocas pasadas se puede distinguir en fotografías; de otros personajes como el *chirillo*, por el característico bobo.

A finales del siglo pasado aproximadamente el trompetero dejó de vestir atuendo mestizo para vestir su traje tradicional. Para esa época los guiadores preparaban todo el atuendo del trompetero incluida la máscara, por esta razón después de terminada su participación, toda esta vestimenta era devuelta a los guiadores. Así mismo los guiadores eran quienes hacían trenzas sujetadas con hojas de ramos o hilos sencillos. El encargado de preparar al trompetero desde esa época ya era *tayta* síndico, acompañado de; alumbradores, guiadores y guioneros.

2. ¿Cómo es en atuendo del trompetero en el presente?

La mayoría de los trompeteros coinciden que actualmente el atuendo del trompetero se ha tornado a recuperar la vestimenta tradicional, tanto trompetera como trompetero llevan atuendos de gala de lana de borrego, propios de los saraguros, la trompera lleva, su anaco, pollera y rebose de lana, camisa bordada, collares, aretes, sombrero de lana, zapatillas y carga un linche con un poto. El trompetero viste la *kushma*, poncho, cinturón, zamarro, pantalón corto, sombrero, zapatos y la rienda. Ambos trompeteros cargan su bombo decorado con elementos andinos y la máscara igualmente pintada con simbología andina; las trenzas son hechas con hilos coloridos o cintas delgas de raso.

3. ¿Quién se encarga de preparar al trompetero?

Cada año participan únicamente dos trompeteros, quien hace la representación de hombre y quien hace la representación de mujer. La preparación o repaso del trompetero, es el día sábado de gloria, está a cargo del síndico de la parroquia, acompañado de alumbradores, guidores y guioneros; los alumbradores y sus allegados llevan la comida y la chicha al lugar de los repasos para compartir luego de culminado el repaso. La mayoría de ocasiones el mismo personaje se prepara su atuendo con el apoyo de sus familiares. Hay momentos que los guidores preparan el atuendo del trompetero, pero esta ropa a veces resulta no ser de la talla del personaje, así que, para evitar estos eventos, el trompetero prepara su atuendo; dispone fabricar la máscara y a veces el bombo y el sombrero también, posteriormente envía pintarlos y a hacer cualquier ajuste. El domingo de gloria los guidores realizan el tradicional baño, ayudan a vestirse al personaje y hacer las múltiples trenzas finas con citas e hilos de colores.

4. ¿En qué fechas aparece el trompetero y cuál es la función?

En la celebración de la pasión y muerte de Jesús, Semana Santa. En el espacio indígena se toma como un tiempo de reflexión. Además, hay rituales y dramatizaciones que representan momentos y etapas de la vida de Jesús con sus semejantes. Esto lleva a realizar procesiones entonando cantos alusivos a los hechos ocurridos. El trompetero es un personaje más de esta festividad.

En el presente, la persona que va a ser trompetero o trompetera normalmente es solicitado/a con un año de anticipación. La *servina* es un modo se asegurar que esta persona no se va retractarse de realizar este papel; la fecha depende del alumbrador o dueño de la fiesta, pero se realiza con meses de anticipación a la fiesta. Ya en la semana santa el trompetero aparece en la fiesta, el jueves de vigilia para la miel, siempre y cuando haya sido invitado. Posteriormente aparece el día sábado para los repasos, donde se reúnen alumbradores, mayor y menor; guidores y guioneros; los trompeteros repasan hasta que la presentación salga acorde las costumbres. Al final del repaso intercambian alimentos entre el alumbrador mayor y menor y se sientan en una sola mesa todos a servirse.

El día domingo muy temprano el trompetero/a es trasladado a la casa del alumbrador/a para el baño, anteriormente este proceso lo realizaban en la casa del guionero que es una costumbre ya extinta; ahí viste y le hacen las trenzas. Posteriormente parten a la iglesia para la misa, la función de éste personaje es ir al frente bailando abriendo paso, el trompetero lleva una rienda con la que va indicando que haya orden y la muchedumbre que asiste a la fiesta no se amontone, el personaje en cuestión no puede hablar en ningún momento, todo lo realiza en base sonidos del bombo y mímicas.

Frente a la iglesia a ambos extremos se preparan ermitas para Cristo y la Virgen, en este contexto aparecen los batidores uno a cada lado, los batidores son personas que cargan banderas y flamean frente a las ermitas y se encuentran de espaldas entre ellos, ellos conocen el momento que deben alzar la bandera siguiendo la orden del trompetero/a que da a través del sonido del bombo. Se realizan tres flameadas de la bandera y tres marchas en cada sitio de forma alterna y todo es guiado por los sonidos del bombo del trompetero, cuando los trompeteros se encuentran en el centro de las ermitas realizan un rito cruzando los pies y haciendo una venia. Termina la procesión y la gente entra a la iglesia, en ese momento el trompetero puede descansar. Luego de la misa el trompetero regresa al domicilio del alumbrador/a donde bailan y se sirven los alimentos que invita el dueño de casa, ahí termina la participación de éste personaje.

5. ¿Qué representa el trompetero de para el pueblo?

Hay diversas formas de interpretar a este personaje entre las cuales concuerdan los entrevistado: dentro del mundo andino no está muy claro su papel, sin embargo, se puede deducir que en sus comienzos simbolizaba como un rechazo a los actos colonizadores, por lo que se vestía de mestizo, representaba lo absurdo de su trato respectivo a los indígenas, su maltrato y discriminación.

Se deduce que en épocas pasadas el trompetero disfrazado trataba de imitar al mestizo. Siempre hubo mucha injusticia, discriminación y maltrato hacia el pueblo indígena, el mestizo creía tener el poder de tomar a las doncellas indígenas, así que; era un medio para desfogarse y exponer la actitud del mestizo a modo de mofa a través de mímica (los trompeteros nunca hablan), mientras que la trompetera representaba a la doncella o la niña.

Hay otras opiniones que indican que representa a los judíos que crucificaron a Jesús, o el mal representado en el demonio que es vencido por la resurrección de Cristo. Ya en la actualidad el trompetero es un personaje respetado, valorado y reconocido, y, se presenta con diferentes matices de acuerdo a su percepción de la realidad.

6. ¿Qué íconos opta por que se plasmen en su máscara?

“La primera máscara que se pintó con iconografía andina fue en 2011” (Macas, 2019). Los saraguros tienen una cosmovisión de igualdad, de compartir, de reciprocidad de esta manera se crea una armonía en todo espacio, al momento de solicitar que la máscara sea decorada se crea una sintonía entre el dueño de la máscara y el que la pinta, para llegar a un conceso del diseño de la máscara, el bombo y el sombrero; cada año sale con una nueva máscara, igualmente la simbología depende de cómo está armonizado con vida, siempre opta por presentar la dualidad como el día y la noche. Para la trompetera refieren símbolos culturales, como el sol, la luna, la *chakana*, otros símbolos que representen la femineidad o que están en el atuendo de la mujer como el topo y todo lo que adorna a la mujer. Siempre el trompetero/a da la idea de lo que desea que represente en la máscara, pero el diseñador es quien hace la propuesta de diseño.

4.4.2.2. Resultados de entrevista realizada a artesano, escultor de la máscara *Tayta Francisco Sarango*.

1. ¿Hace cuánto tiempo viene realizando la fabricación de las máscaras?

Inicialmente este escultor fabricaba sombreros de paño desde hace aproximadamente 1985. A partir de 1996 este artesano comienza a realizar investigaciones y experimenta con diferentes técnicas para hacer el sombrero de lana, las técnicas que no funcionaron ayudaron a pulir su conocimiento, en un inicio fabricaba sombreros defectuosos, para el año 2008 es cuando consigue perfeccionar la técnica de elaboración del sombrero de lana. Un año más tarde en 2009 inicia realizando las máscaras para *sarawis* y trompeteros. En esa época la máscara la obtenía de la copa de un sombrero, es decir primero prefabricaba un sombrero para luego cortar la copa y hacer la máscara (Sarango F. , 2019).

2. ¿Cuál es el proceso para su elaboración?

Se empieza con la selección de la lana y lavado con agua hirviendo y detergente para sacar todas las impurezas del material; luego es escarmenada y picada, posteriormente se pasa al floreado que consiste en esparcir la lana en un arco de madera y una beta o cuerda delgada únicamente de piel de venado de ésta manera la lana se va entrecruzando. Después del floreado se separa y se reserva la lana en fragmentos de tela, según el uso, ya sea para caretas o sombreros, luego pasa al prensado de la lana en una plancha a calor, el siguiente paso es el vaporizado y batanado a través de una olla a presión; para luego mezclar con cola y el almidón para que se compacte en el tendido sobre el molde (Sarango, 2019).



Figura 44. Reserva de lana de oveja después del floreado

Fuente: (Sarango, 2019)

Para evitar hacer el sombrero completo y cortar la copa, y, además, agilizar el proceso y ahorrar en material este escultor se fabricó unos moldes de madera para dar forma a la máscara directamente en ésta horma.



Figura 45. Moldes de las máscaras, izquierda niño, derecha adulto.

Fuente: (Sarango, 2019)

3. ¿Cuáles son los materiales que usa para todo el proceso de la fabricación de la máscara?

La lana de oveja es el principal material, para la limpieza usa agua hirviendo y detergente, en el picado y escarmenado hace uso de tijeras de tela, para el floreado necesita un arco de madera y una beta o cuerda delgada de venado, en el prensado usa dos tablones pequeños para no quemarse las manos sobre una plancha a calor y vapor, y para al batanado usa el vapor de agua de una olla a presión. En el proceso final ya para dar forma a la careta usa de almidón de arroz; en ocasiones usa goma laca, y cola para que la máscara quede rígida y no se deforme al manipularla (Sarango, 2019).

4. ¿Cuánto tiempo tarda en realizar una máscara?

Este trabajo demora dependiendo el tiempo que invierta al día; en el proceso del escarmenado, picado, floreado y prensado exclusivamente de la cantidad usada para una máscara, tarda alrededor de dos horas, lo más difícil es el prensado y batanado. También toma tiempo y paciencia dar forma a la máscara sobre el molde, lograr que se compacte bien y se seque. Se calcula que se invierte un tiempo total de dos días de trabajo, tomando en cuenta desde la selección de la lana. El artesano recalca que realizar esta labor es muy pesada y requiere de paciencia, por ello es el único que se dedica a esto. (Sarango, 2019).

5. ¿Ha habido un cambio de las máscaras que elaboraba inicialmente a las actuales?

El único que cambio que ha habido es que inicialmente para obtener la máscara se hacía el sombrero para luego cortar la copa, en la actualidad, posee una horma para realizar directamente la máscara lo que le permite hacer máscaras más parecidas al rostro humano. Además, la máscara se puede modificar con el calor, así; se expone la máscara ya fabricada al vapor y una vez caliente se ubica en el rostro protegido previamente con papel, para darle forma del usuario (Sarango, 2019). Aunque los trompeteros realizan esta técnica para que la máscara sea más acorde a su rostro, hay un riesgo de quemarse las manos con el vapor o el rostro con la máscara caliente.

6. ¿Cuál es el valor de ésta arte?

A pesar de que existen personas que intentan hacer este producto y promocionarlo a precios bajos, usando otros materiales y métodos, no han dado resultados, los usuarios han vistos la falencias y mala calidad. Las caretas y sombreros de este artesano traen una historia de investigación y experimentación que aún no han podido ni igualar ni supera otros artesanos. Existen dos precios de la careta, la que se obtiene de la copa de sombrero tiene un valor más elevado debido a que prefabricaba un sombrero completo; ésta cuesta 35\$, mientras que la careta hecha directamente en el molde tiene un valor menor de 20\$ (Sarango, 2019).

4.4.2.3. Resultados de entrevistas realizadas a pintores de las máscaras

1. ¿Cuál es el proceso para realizar el diseño que va a plasmar en la máscara?

Son tres trompeteros más nuevos que han optado por pintar sus máscaras, entre ellos uno ha sido trompetero una sola vez; además que únicamente los trompeteros de la cabecera cantonal de Saraguro las pintan. Entre las cuatro personas que han pintado las máscaras cuentan experiencias similares. En todos los procesos. Entre los pintores de las caretas se encuentran un Artista Plástico, dos Diseñadores Gráficos y un artista empírico.

Todo el proceso empieza cuando el personaje solicita que le pinten la careta, es entonces cuando se genera una conexión entre el personaje y el artista. Se puede manifestar de esta forma que el proceso se lleva a cabo al compartir ideas entre lo que desea el personaje y el conocimiento del artista. A partir de ello los pintores profesionales

empieza con la investigación y viene la creatividad de cada uno, realizan bocetos, en ocasiones y piensan cómo expresar lo que desea expresar el trompetero. Existe un pintor empírico que pintó la primera y la única máscara en 2011, quien menciona que “tiene vagos recuerdos de la época, narra que expresó símbolos relacionados a una tipografía geometría ancestral, iconografía de los Wari que es una cultura anterior a la Inca” (Quizhpe, 2019).

2. ¿Qué iconos plasma en las máscaras?

Se indagan sobre símbolos que representen lo que desea transmitir el trompetero. En ocasiones el personaje pide que se le pinte el bombo, sombrero y máscara; en éste caso el artista debe armonizar todos los elementos, con lo que va aplicar entre las tres piezas; pero la idea se basa en símbolos andinos básicamente como: chacana, elementos de la naturaleza, el tiempo, la wiphala, figuras geométricas ya que las culturas andinas representan sus elementos principalmente en formas geométricas. Además, se trata de extraer iconos de Saraguro que están presentes en diversos objetos, pero no se han dado la relevancia que merece.

3. ¿Qué materiales usa para plasmar las figuras?

Los materiales preferidos por todos los pintores de las máscaras son las pinturas acrílicas de agua. Es un material fácil de usar ya que se disuelve con el agua mientras está en estado líquido, permite hacer mezclas y obtener otros colores; una vez pintada se obtiene buen brillo y es resistente al agua. Otra pintura que se usa son los tintes de tela con las cuales hay mejores resultados que el acrílico ya que los colores son más vibrantes, pero es más costosa. Además, que no se puede aplicar cualquier pintura sobre la base de lana ya que en el caso del óleo le quema a la lana. Junto con las pinturas se usan pinceles de diverso grosor. El primero en pintar este objeto cuenta que “para pintar esta máscara usó únicamente una pequeña rama de árbol que reemplazó al pincel (Quizhpe, 2019). Esta técnica se puede visualizar en la siguiente figura.



Figura 46. Primera máscara de trompetero pintadas con símbolos andinos

Fuente: (Quizhpe, 2019)

4. ¿Cuánto tiempo tarda en realizar este oficio?

Depende cuanto tarde investigando y coincida con lo que desea expresar el personaje, algunos tardan entre uno o dos días y otros tardan semanas en acertar con los símbolos adecuados. Una vez que ya se tiene la idea, en el proceso de pintar se tarda un día o más depende de la dificultad de las figuras a aplicar. En ocasiones el trompetero pide que se realicen cambios en la máscara, por esta razón el trompetero debe estar al pendiente de cómo se va plasmando el diseño en la máscara.

5. ¿Cuál es la diferencia de símbolos que se aplica para la máscara de trompetero y trompetera?

Los entrevistados coinciden que en la máscara de hombre se aplican símbolos que represente fuerza, valor y poder. Aunque más depende de lo que desee expresar el personaje. Mientras que en la máscara de la trompetera se opta por presentar símbolos que represente la femeneidad; la luna, la madre tierra, símbolos presentes en el atuendo de la mujer saragura; como símbolos de tupu, de las fajas y los collares; también se trata de representar los rasgos faciales femeninos, los pómulos, las pestañas y la boca.

6. ¿En cuánto está valorado este trabajo?

Lo entrevistados mencionan que el arte es difícil de valorar, depende del proceso, del tiempo empleado hasta dar con el diseño; a esto se suma el costo y cantidad de los materiales usados; así cada cosa tiene su valor. El trompetero debe estar en constante comunicación con el pintor o viceversa. De esta manera hay muchos factores que influyen en el costo de este producto. Un estimado está entre 30 \$ y 50\$ de diseño y pintura. A este valor sumaría el valor de la fabricación de la máscara que tiene un mínimo de 20\$. En total el costo de una máscara estaría a rededor de 60\$ o 70\$.

4.4.2.4. Análisis visual de las máscaras

A continuación, se realizó un análisis de las máscaras por medio de fichas donde se predispuso un código para cada máscara, la información general, datos técnicos, una imagen fotografía de la máscara sobre un fondo negro el cual ayuda a observar el objeto sin distracción alguna. Además, se realizó la sustracción de color.

4.4.2.4.1. Fichas técnicas con la metodología de Panofsky

Finalmente se realizó los niveles de la interpretación de la máscara y su iconografía en base a la metodología de Panofsky las cuales se presentan a continuación.



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Quizhpe
Diseñador o pintor:	Lourdes Quizhpe
Temporalidad:	2017

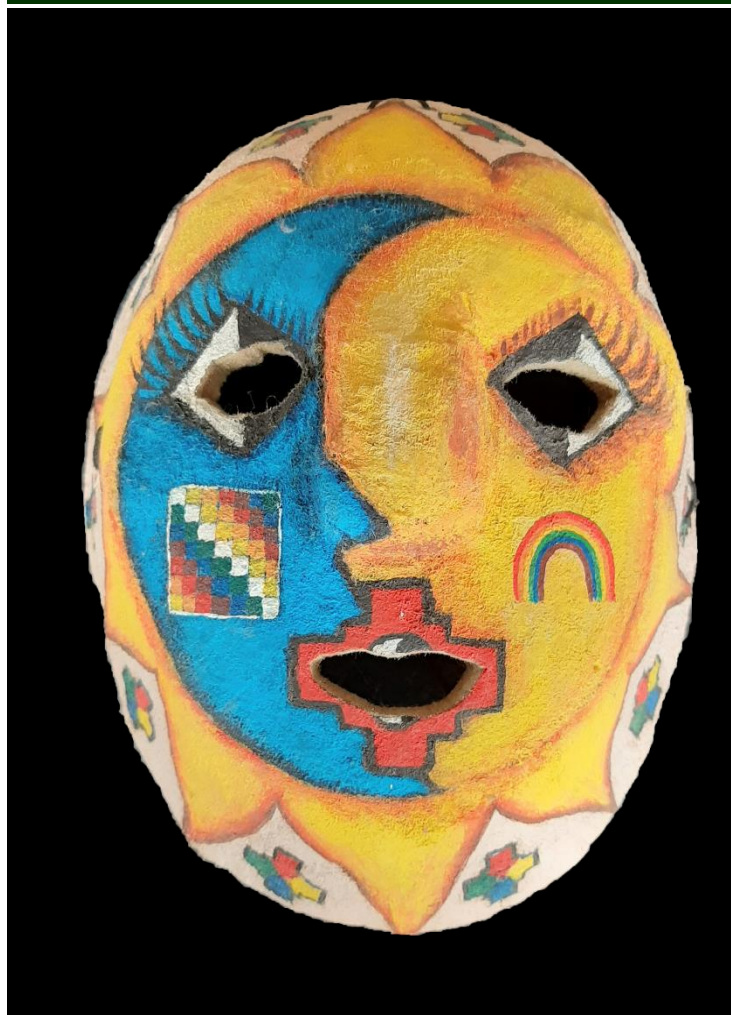
DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Es un objeto elíptico de textura áspera, se visualiza colores fuertes y contrastes, predominan formas y símbolos geométricos; rombos, círculos, triángulos.
Iconográfico:	Es una careta cargada de íconos representativos de las culturas andinas, en una mejilla se encuentra una espiral dentro de un rombo, en la otra mejilla se puede ver la representación del sol con la sobre posición de la <i>chacana</i> denotando la cruz cuadrada dividida en cuatro partes y coloreada de cuatro colores diferentes. En el centro de la frente se visualiza un fragmento de un tupo (accesorios que identifica a la mujer Saraguro), y en el contorno de la máscara, vemos signos geométricos en colores de la <i>wiphala</i> .
Iconológico:	Es un objeto cargado de simbolismo para el que la usa y para el que la aprecia, los colores del contorno representan al <i>kuichi</i> como la fuerza de la naturaleza; el <i>tupu</i> representa la feminidad, igualdad y la belleza de la mujer. En una de sus mejillas se presenta la espiral que es el símbolo de cambio y evolución; denotando el tiempo del hombre, desde que nace del centro del cosmos hasta su pasaje final por este, representa la vida misma. Al lado opuesto se presenta una <i>chacana</i> , que expresa el punto de confluencia donde se encuentran relacionados todos los principios del mundo andino. Dentro de este motivo el <i>Tayta Inti</i> , como una superposición de signos.
Fuente:	(Estermann, 2006) (Stivelman, 2016)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	01



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Quizhpe
Diseñador o pintor:	Lourdes Quizhpe
Temporalidad:	2016

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica, pintura de tela y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Máscara de fondo tono piel contiene colores primarios y secundarios contrastantes, predominan las figuras geométricas. En toda la amplitud de la máscara se presenta un sol con una media luna, en el contorno se visualiza pequeñas cruces coloreadas con colores contrastantes. En la parte de los ojos se puede visualizar rombos con colores acromáticos.
Iconográfico:	Este objeto representa en su totalidad al sol y la luna que para las culturas andinas es al <i>Tayta Inti</i> y la <i>Mama Killa</i> , formando su boca se encuentra una cruz escalonada, en sus ojos se encuentra dos rombos a blanco y negro denominados <i>ñawis</i> , y en las mejillas se encuentra la representación del <i>Kuichi</i> .
Iconológico:	<i>Tayta Inti</i> y <i>Mama Quilla</i> , el primero representando el polo masculino, la luz del mundo y la segunda la deidad andina femenina e indicando los periodos de fertilidad de la mujer en la tierra. Ambos representando la dualidad al mismo tiempo, unidades de medida, inicios de ciclos.
Fuente:	(Estermann, 2006) (Milla, 2002) (Stivelman, 2016)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
Nº Ficha:	02

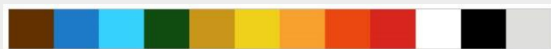


DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Quizhpe
Diseñador o pintor:	Lourdes Quizhpe
Temporalidad:	2018

DATOS TÉCNICOS

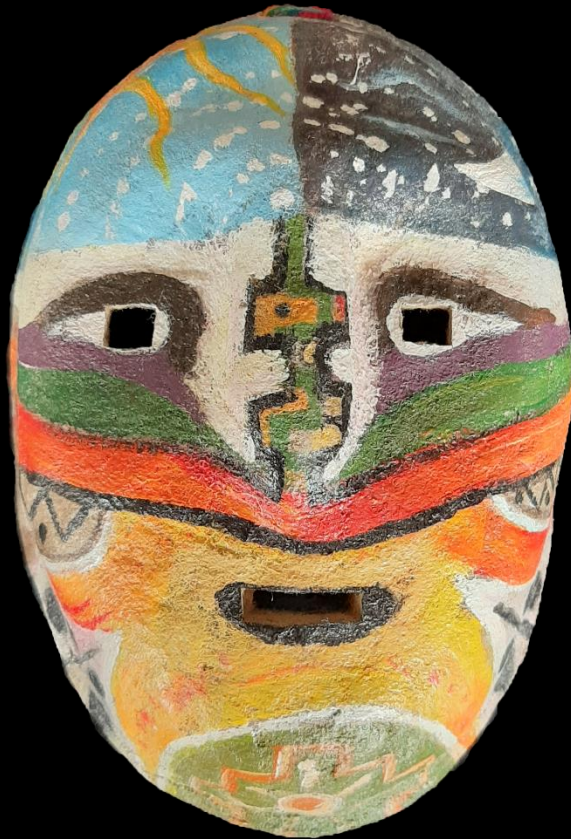
Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$



NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	La máscara tiene el fondo principal tono piel claro, los motivos se encuentran pintados con colores primarios y secundarios; también se hace uso del color marrón un color cálido poco luminoso. Presenta figuras orgánicas como la luna, sol, estrellas en los bordes de los labios y algunas figuras geométricas como el rombo en los ojos, triángulos.
Iconográfico:	La máscara dispone de figuras representativas del día, con el sol <i>Inti</i> en la parte superior de la máscara y de la noche con la luna <i>Killa</i> acompañada de una estrella en la mejilla derecha. Las figuras geométricas andinas como los rombos representan las montañas y presentan colores tierra, primarios, secundarios presentes en la naturaleza, tanto en el reino animal como en el vegetal.
Iconológico:	Para la sabiduría andina, la <i>mamakilla</i> constituye una fuente de conocimiento y sabiduría que permite la existencia de todos los seres en armonía directa con el ser humano. La luna en la creencia ancestral andina es considerada como un ente valioso de sabiduría y armonía entre el hombre y la naturaleza. La relación directa entre el sol y la tierra aparece para dar cambio a un ciclo de vida, es así que la vida tiene un ciclo y esta es representada por el sol.
Fuente:	(Estermann, 2006) (CODENPE, 2011)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	03



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Victoriano Gualán
Alumbrador:	Tayta Sebastián Macas
Temporalidad:	2019

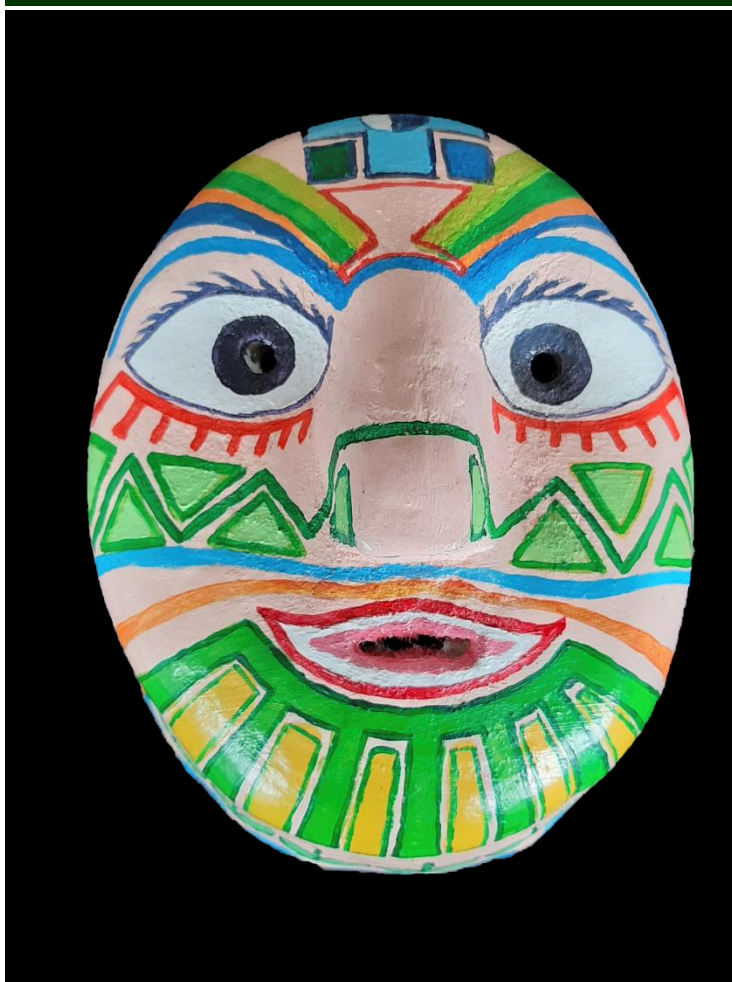
DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	La máscara contiene líneas curvas, zigzag gruesas; formas orgánicas de la naturaleza las cuales se fusionan alrededor de la máscara. Se puede observar nítidamente la frente dividida por un cielo claro con presencia de rayos solares y uno oscuro. Existe la presencia de colores con aspecto de calidez y tibieza como el amarillo, naranja, violeta, verde, celeste; los tonos neutros blanco, negro.
Iconográfico:	Manifiesta una mezcla de figuras y colores de la naturaleza, representan el sol, la luna, las montañas y la vegetación en si la creación misma.
Iconológico:	Esta máscara muestra la representación de la vida y la naturaleza, la unión de Diosa y Dios que dio paso al nacimiento de la <i>Pacha-Mama</i> o la madre tierra, a la existencia. Los dioses han dado el origen a la vida.
Fuente:	(Estermann, 2006) (CODENPE, 2011) (Stivelman, 2016)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	04



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Luis Lozano
Temporalidad:	2019

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$



NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Alrededor de la máscara aparecen varias líneas rectas, curvas, oblicuas de calidad gruesa y fina; figuras geométricas como triángulos, rectángulos, óvalos, círculos. La cara tiene dos ojos con sus pestañas y una boca bordeada con líneas de varios colores. Presenta colores primarios, secundarios, neutros de aspecto saturado/brillante, con máximo contraste.
Iconográfico:	Las líneas están presentes en la naturaleza, los colores del mismo son en su mayoría verdes brillantes, la careta mantiene ojos vivaces expresando los intercambios comerciales con la Amazonía.
Iconológico:	La diversidad se puede manifestar en colores y formas. Pues la diversidad es el tejido universal femenino y masculino, los seres se unen por la faja universal, la divinidad está emparentada con la humanidad. La diversidad une no solo lo humano, también une la naturaleza entera con sus formas y colores.
Fuente:	(Estermann, 2006) (Martínez, 2019) (Stivelman, 2016)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	05
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Victoriano Gualán
Temporalidad:	2017

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	La máscara contiene como base el color marrón claro (piel), decorado con colores primarios, secundarios, con saturación intermedia y brillo intermedio. Presenta formas orgánicas, motivos figurativos naturalistas como los zoomorfos de clase aves en las mejillas; motivos abstractos geométricos que decoran los ojos, la boca, mentón y la frente con un sol en la parte superior.
Iconográfico:	Se puede reconocer en la máscara, el sol en la parte superior que simboliza el día, los animales por su color y su aspecto representan el intercambio comercial entre la costa y la sierra, y la <i>chakana</i> en la parte inferior es el equilibrio.
Iconológico:	El sol que representa un ciclo de vida, por otra parte, la figura de las aves connotan la representación del cielo, vínculo entre el mundo de los vivos con el mundo de arriba. Se dice que los seres de la naturaleza son huellas, el centro y la guía, el punto de atracción. Hacia allá se dirigen todas las miradas. Los animales son apenas una subsecuencia, la naturaleza y los animales en su esplendor son parte de un punto fijo de atracción visual.
Fuente:	(Estermann, 2006) (Martínez, 2019)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	06
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----

DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Baudilio Quizhpe
Temporalidad:	Desconocida

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

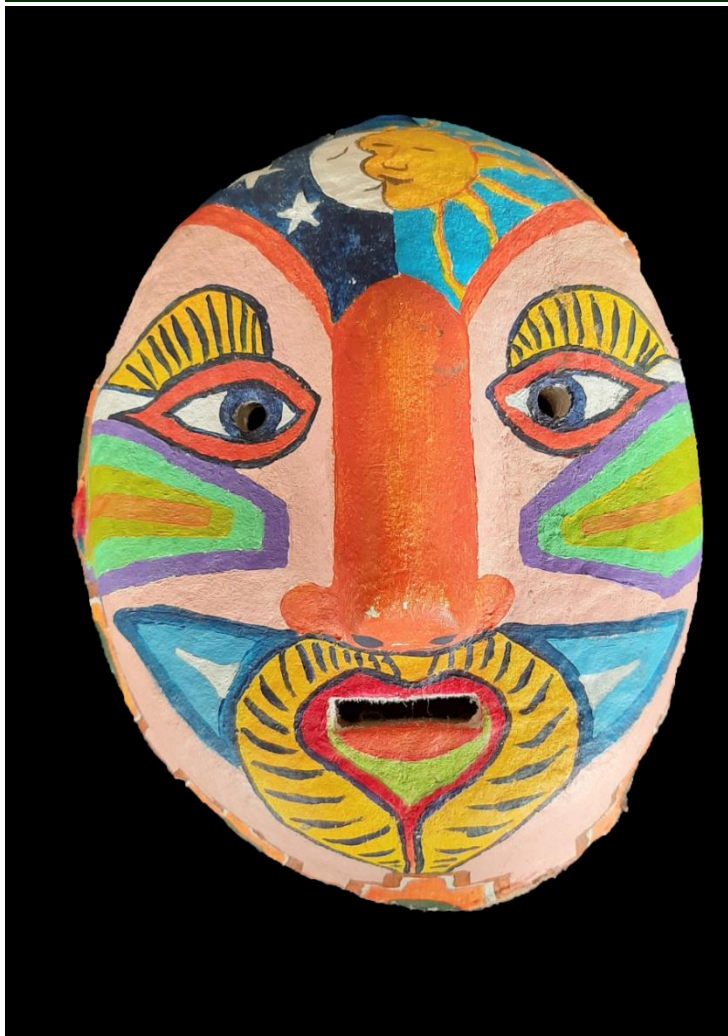


NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	El fondo base es del color crudo del material, las líneas orgánicas de calidad gruesa son protagonistas en el trazado de esta máscara ya que están alrededor de la misma en varios colores, también se puede notar los orificios de los ojos y de la boca de forma muy clara. Mantiene en la frente la figura totémica de un hombre, los ojos y la nariz están decorados con <i>chacanas</i> , en las mejillas se presencia dos soles. Manifiesta colores secundarios, primarios; con saturado intermedio/brillo intermedio y de aspecto sereno y fresco.
Iconográfico:	Se puede reconocer líneas asimétricas alrededor de la máscara de varios colores, además en la parte superior una abstracción de un rostro humano donde los ojos representan los brazos y la nariz el cuerpo. Los dos soles en los costados de color verde y azul representa el mar y la vegetación, el amarillo del sol amarillo es vida y el azul agua.
Iconológico:	La cruz simboliza los cuatro hermanos creadores del Tawantinsuyu, agua, aire, tierra y fuego que fundaron las ciudades de Chinchasuyu, Collasuyu, Contisuyu y Antisuyu. Todos estos conceptos forman parte de la cutripartición que posee la chakana. Además los cuatros lados de la cruz representa el norte, sur, éste y oeste.
Fuente:	(López, 20011) (Martínez, 2019) (Stivelman, 2016)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	07
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Luis Lozano
Alumbrador:	Rodrigo Paqui
Temporalidad:	2015

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Los colores que tiene esta máscara son cálidos contrastados con colores fríos. En la parte superior esta la luna y el sol; los ojos, la nariz larga y la boca pequeña se notan claramente. En el mentón se encuentra el trazo de una <i>chacana</i> . Las líneas son de calidad gruesa, fina y sirven para separar claramente los elementos visuales.
Iconográfico:	En esta obra plástica mítica-religiosa se puede observar en la parte superior el sol y la luna que son elementos duales complementarios uno del otro, se observa también figuras orgánicas que emulan a un animal.
Iconológico:	Esta imagen visual representa el poder de la naturaleza en los animales, expresado a través de figuras orgánicas. El color amarillo combinado con líneas negras connotan el poder, sabiduría y fortaleza de nadar con la felina rapidez en las aguas del tiempo y de rugir con esa ferocidad única que deja inmóviles a los seres; de tomar <i>yagé</i> y poder ver el jaguar en el agua.
Fuente:	(Estermann, 2006) (Martínez, 2019) (Stivelman, 2016)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	08
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----

DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (Masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Victoriano Gualán
Alumbrador:	Tayta Luis Guamán
Temporalidad:	2018

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$



NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	La máscara esta ornamentada con líneas de diferentes colores, motivos de formas geométricas e imágenes de animales. Se puede observar los ojos alargados, nariz larga y su boca larga con labios finos. En la frente la representación de una corona con una <i>llawtu</i> (montura) en forma del sol.
Iconográfico:	En el caso de este artefacto se puede diferenciar claramente la figura humana se sexo masculino. Contiene figuras naturalistas zoomorfas como la lagartija y figuras abstractas como los motivos geométricos de la nariz, líneas orgánicas e inorgánicas. Presenta colores con aspecto oscuro y fresco.
Iconológico:	Dentro de la cosmovisión es posible apreciar el sustrato ancestral que la figura humana representa el poder de los ancestros y la transformación. Esta máscara connota el rostro de un <i>shamán</i> (hombre médico, el que sabe, hechicero o mago con prestigios mágicos-religiosos reconocidos en toda la sociedad primitiva) y la divinidad habita dentro de él <i>pues</i> este es el mediador natural entre personas y espíritus. Se les atribuye cualidades tan dispares y sorprendentes como la capacidad de controlar los elementos de la naturaleza, hablar con los animales, transformación zoomórfica, así como de la oruga nace la mariposa, del <i>Shamán</i> emerge el sabio dios mono.
Fuente:	(Sánchez, 2010)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	09
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetero (masculino)
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sombrero viejo
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Lourdes Quizhpe
Alumbrador:	Luis Chalan
Temporalidad:	2016

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$



NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Las aves y el sol son el principal protagonista de esta máscara, la gama de colores contratantes mezcla fríos con cálidos, primarios y secundarios de aspecto sereno y fresco.
Iconográfico:	Los colores que se muestran en la máscara son del arcoíris, se hallan esbozados motivos de aves en los ojos las cuales entrelazan su cuerpo en la boca. También se nota la presencia del sol en la parte superior.
Iconológico:	El sol de oro es un símbolo utilizado en varias culturas andinas y latinoamericanas, significa los meses del año representados en el calendario greco romano, el sol es el representante del tiempo. Las aves connotan almas humanas, fuerza y poder, la representación de las aves en los rituales chamánicos se sobre entiende como el vuelo o viaje hacia el mundo de arriba o regiones. Su imaginario distingue tres zonas en que se parcela y ordena el cosmos: mundo inferior o submundo, mundo medio o terreno y uno superior o celeste.
Fuente:	(Andrango, 2018) (Martínez, 2016) (Sondereguer, 2003)

Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe	Fecha:	2021	N° Ficha:	10
-----------------------	--------------------------	---------------	------	------------------	----



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Luis Sarango
Nombre usuario:	Sr. Francisco Macas
Diseñador o pintor:	Awqui Guamán
Alumbrador:	Baltazar Macas
Temporalidad:	2014

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Lana de oveja
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Abstractos geométricos
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$

NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	El género plástico presenta líneas rectas, zigzag gruesas y finas definidas, tiene como color base el blanco que ayuda a observar la distribución iconográfica. A demás están presente triángulos escalonados, rombos pigmentados de tonos tierra.
Iconográfico:	Los diseños visuales que se pueden apreciar, son triángulos escalonados en reflejo arriba-abajo e izquierda-derecha. Para los ojos se emplearon rombos en tonos neutros emulando que los mismos son pequeños, en la boca se encuentra un ovalo, en la parte central de la misma tenemos una <i>chakana</i> . En la parte superior esta una franja blanca que separa la frente de las partes inferiores del rostro.
Iconológico:	Los componentes ideológicos de este arte visual simbolizan la unión entre cielo y tierra representada por la <i>chacana</i> . La <i>chacana</i> es considerada como un puente de unión entre el mundo humano y lo que está arriba o el cosmos, connota además la constelación denominada cruz del sur que contiene el concepto astronómico, ligado a las estaciones del año, el cual es la síntesis de la cosmovisión andina.
Fuente:	(Sarango, 2016) (Martínez, 2016)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	11



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Sr. Patricio Quizhpe
Nombre usuario:	Sr. Samuel Ortega
Diseñador o pintor:	Sr. Patricio Quizhpe
Alumbrador:	Zoila Cartuche
Temporalidad:	2019

DATOS TÉCNICOS

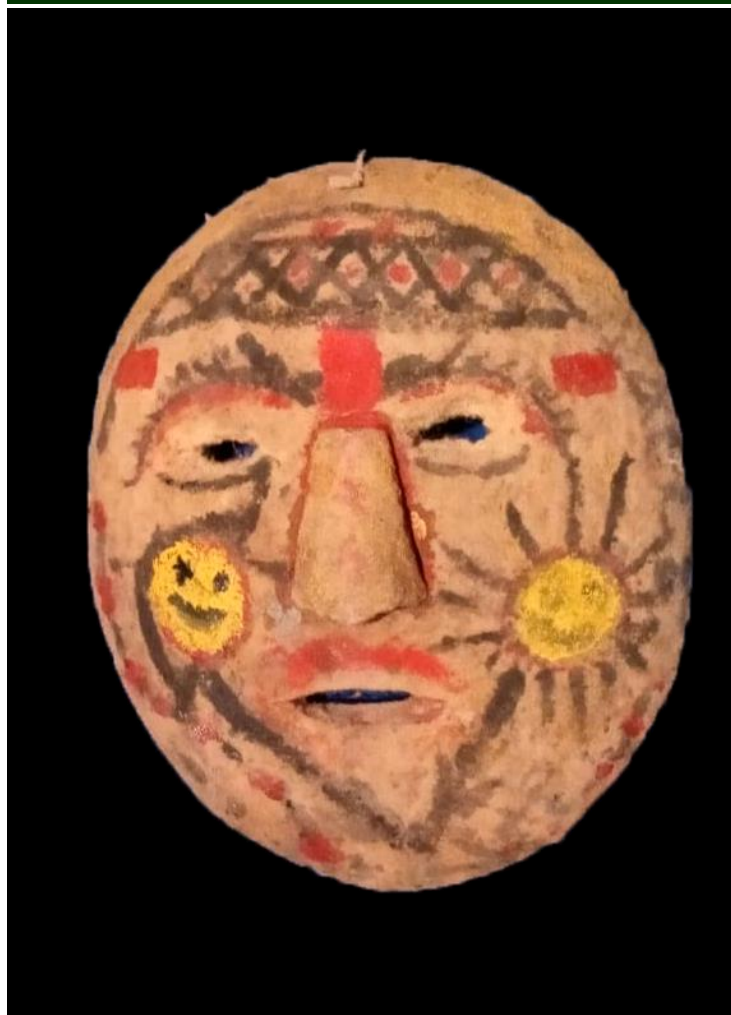
Materiales internos:	Calabaza
Materiales externos:	Pintura acrílica y pinceles.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	60,00 \$



NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).

Pre-iconográfico:	Esta máscara presenta composiciones morfológicas humanas, animales, de astros como la luna, el sol, las estrellas. También se puede visualizar en el contorno de la máscara líneas zigzag, espirales, rectas, onduladas; el color base del artefacto es marrón, los motivos presentan colores primarios, secundarios, terciarios y neutros.
Iconográfico:	Esta obra plástica presenta iconos zoomorfos, antropomorfos, fitomorfos y geométricos. El símbolo más relevante es la figura de una madre en el centro de la pintura y en su vientre la figura blanca de un niño, a sus dos lados yace el sol en espiral y la luna con las estrellas.
Iconológico:	El género plástico presenta un colosal hecho, la vida. La imagen que prepondera es considerada la <i>Pachamama</i> como la Madre Naturaleza que permite el saber, el entendimiento y la reflexión profunda de los pueblos indígenas. La madre naturaleza es muy impórtate ya que ella con cariño y amor cría al ser humano, lo alimenta, lo educa y lo acompaña en toda su vida. Los elementos trazados al lado derecho simbolizan las plantas, los sembríos.
Fuente:	(CODENPE, 2011) (Martínez, 2016)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	12



DATOS GENERALES

Grupo étnico:	Saraguro
Representación:	Trompetera (femenino).
Función del objeto	Cubrir el rostro
Artesano escultor:	Desconocido, copa de sombrero viejo.
Nombre usuario:	Tayta José Miguel Quizhpe
Diseñador o pintor:	Mama Margarita Sarango
Temporalidad:	2019

DATOS TÉCNICOS

Materiales internos:	Calabaza
Materiales externos:	Tinte desconocido.
Forma:	Geométrica
Tipo de motivo:	Figurativo naturalista y abstracto
Estilo de diseño:	Purista
Textura:	Rústico, áspero y rugoso.
Ocasión de uso:	Semana Santa y Navidad
Dimensiones:	Proporcional al usuario, forma del rostro.
Costo:	40,00 \$




NIVELES DE LA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

“Es evidente que un análisis iconográfico correcto presupone una identificación correcta de los motivos” (Panofsky, 1962).


Pre-iconográfico:	Los rasgos de esta máscara son como de una pintura rupestre, se observan trazos de líneas rectas, zigzag, onduladas de calidad gruesa y fina. Presenta un sol y una cara en las mejillas y cuadrados en la frente. Los colores que predominan son el café, rojo y amarillo.
Iconográfico:	La máscara representa el sexo masculino, lo cual se identifica en sus rasgos pronunciados de cejas anchas, nariz larga, boca pequeña y una especie de barba. Los cuadrados de la frente son la principal unidad de medida dentro de la cosmovisión andina.
Iconológico:	Este repertorio de elementos compositivos representa al ser humano y sus etapas de vida, donde los cuadrados connotan las unidades de medida mínima de donde se cree que parte todo. El tiempo es cíclico, por ende las cuatro edades que repite constantemente el ser son: la travesura infantil, el ímpetu de la juventud, la experiencia del adulto y la serenidad del anciano.
Fuente:	(Annis, 1987) (Martínez, 2019)
Investigadora:	Lourdes Bernarda Quizhpe
Fecha:	2021
N° Ficha:	13

4.4.2.5. Análisis iconográfico de las máscaras según la metodología de Milla

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

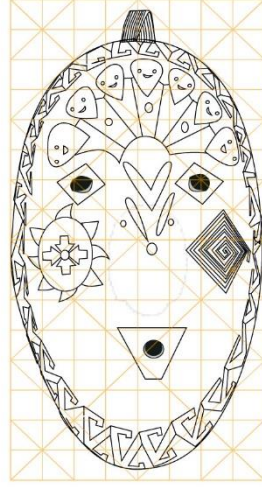


DESCRIPCIÓN:
Máscara de la Trompetera de Saraguro (representación femenina), en la frente se encuentra un símbolo infalible en la mujer indígena, el Tupu.



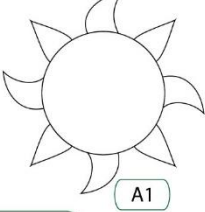
Trazado Armónico

Composición Modular

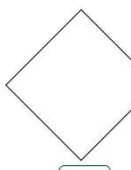


Ley de Bipartición

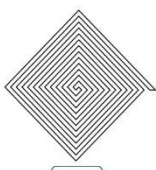
Astros



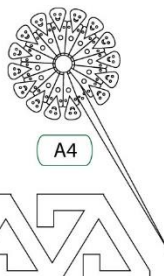
Figuras Geométricas



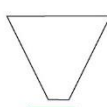
A2




A3




A4



A5



A6



A7

Interpretación: El astro sol A1, uno de los dioses masculinos andinos, ofrenda luz, calor y sus rayos poseen poderes fecundantes (Doig, 1987). El rombo A2, y A3 representa la dinámica del cuadrado sus diagonales y su partición generan en la estructura iconológica del rombo, la síntesis de la cruz escalonada y del rostro estilizado de la serpiente mítica (Milla Euribe, 2004). La espiral mítica A3 es símbolo de ciclicidad, alter_nancia y concentricidad (Milla Euribe, 2004). El tupu A4, es un accesorio que complementa el atuendo de la mujer saragura. La cruz escalonada A6 símbolo geométrico que resulta del proceso matemático para solu_cuionar el problema de la cuadratura de la circunferencia. La serpiente bicéfala A7 es la que une los mundos de arriba y abajo, llamada simetría de la inversión y alternancia en la composición modular (Milla, 2008).

Figura 47. Ficha de análisis iconográfico composición modular MAKR01
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición		Signos independientes	
A2			
A3			
A4			
A5			
Trazado Armónico: Ley de Tripartición		Signos independientes	
A1			
A6			
A7			

Figura 48. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR01
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
2

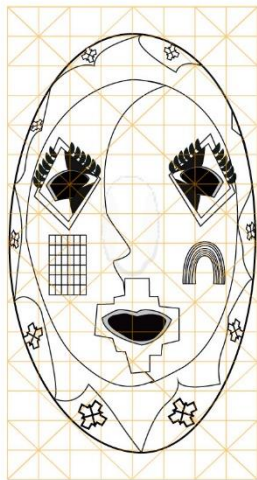


DESCRIPCIÓN:
Máscara de la Trompetera de Saraguro (representación femenina), básicamente re_ presenta la complementariedad, con la imagen del sol y la luna.

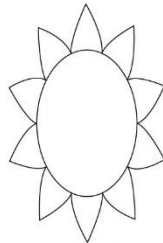


Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



B1



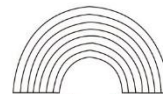
B2

Astros

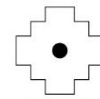
Figuras Geométricas



B3



B5



B7



B4



B6



B8

Interpretación: En la máscara se visualiza el tinku, que en el mundo andino es la complementariedad, el encuentro entre dos elementos que son la luna y el sol figura B1 y B2 (Milla Villena, 2005). La wiphala B6; es un emblema de los pueblos indígenas, refleja la unión de la comunidad y la relación del hombre con la naturaleza y el mundo (Śniadecka-Kotarska, 2010). La cruz escalonada B7 y B8, es una figura geométrica utilizada como símbolo ordenador de los conceptos matemáticos y religiosos del mundo andino (Milla Villena, 1992). El rombo B4 está asociado directamente a la diagonal B3, denota la unión de dos extremos y la división de dos partes como principio de la dualidad (Milla Euribe, 2008). Sachamama B5, padre-madre de la fertilidad, en el mundo de arriba es el arcoiris y aquí es el árbol con sus dos cabezas (Milla E. 2004).

Figura 49. Ficha de análisis iconográfica composición modular MKR02
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

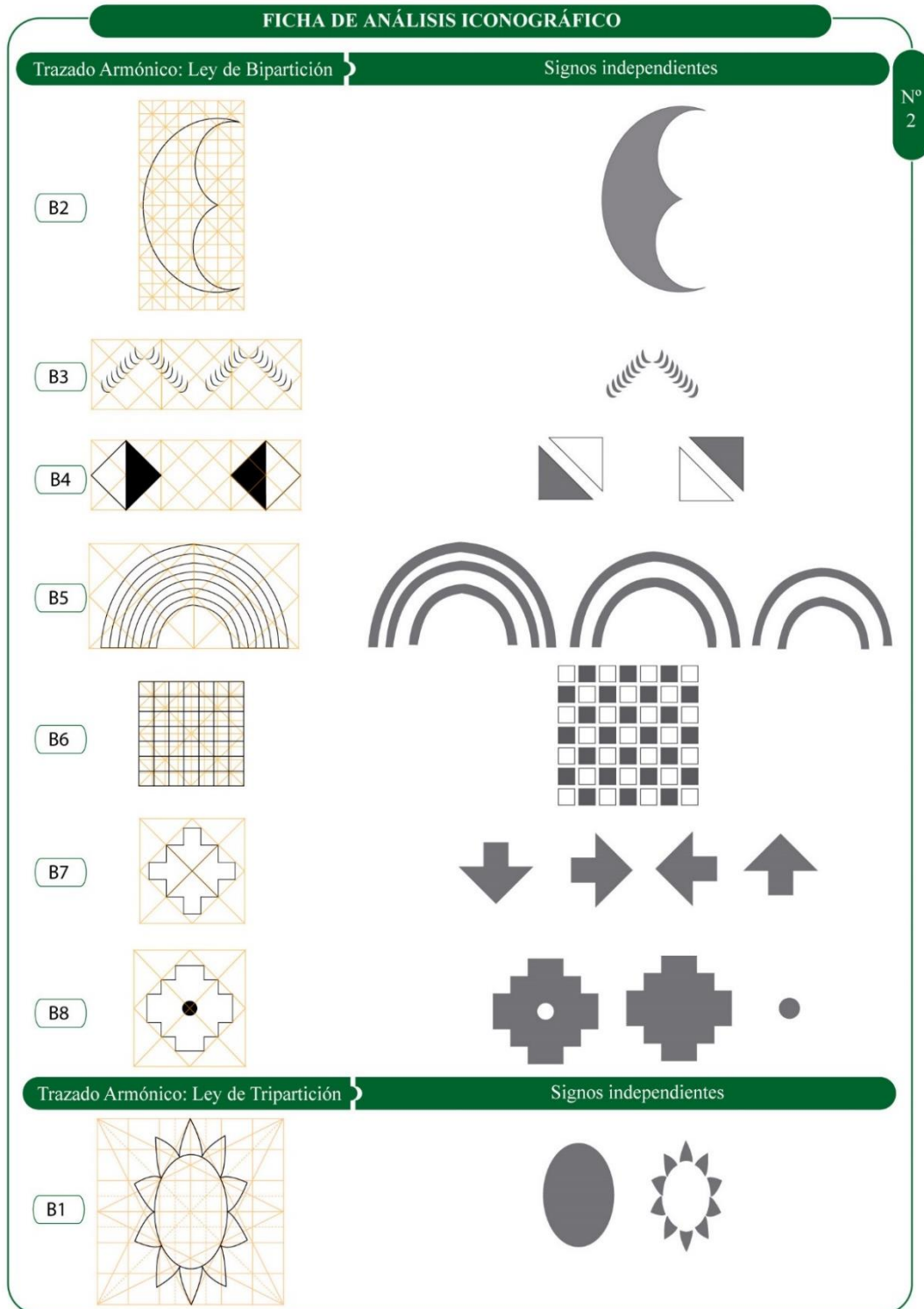


Figura 50. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR02
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
3

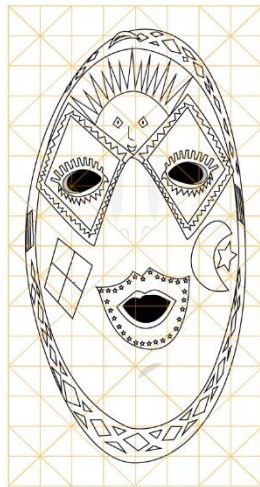


DESCRIPCIÓN:
Máscara de la Trompetera de Saraguro (representación femenina), resalta en el centro de la frente de la máscara el nacimiento del sol que es el oriente o el antisuyo.

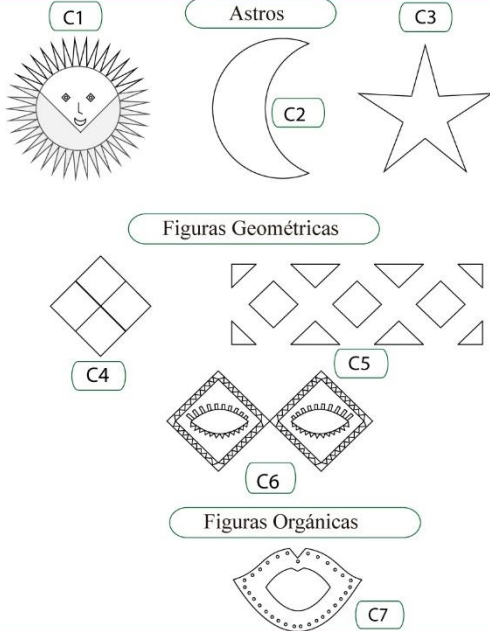


Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



Interpretación: Los astros C1, C2 y C3 representan el mundo superior o Hanan Pacha, las deidades sol y luna son hermanos casados, mientras que las estrellas son las guardianas de la humanidad, animales y plantas (González Carvajal, 2013). El Rombo C4, C5 y C6 representa los mismos valores que el cuadrado o pacha que quiere decir mundo, plano, espacio-tiempo. Además representa la unidad de medida (Milla Euribe, 2008). La tawa C4, la cuatripartición del plano expresa la paridad de la dualidad, se constituye como eje de distribución compositiva, siendo el lugar de cruce de las diagonales del cuadrado. El triángulo C5 presenta bajo formas del triángulo rectángulo como uno de los valores del cuadrado (Milla Euribe, 2008).

Figura 51. Ficha de análisis iconográfica composición modular MKR03
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

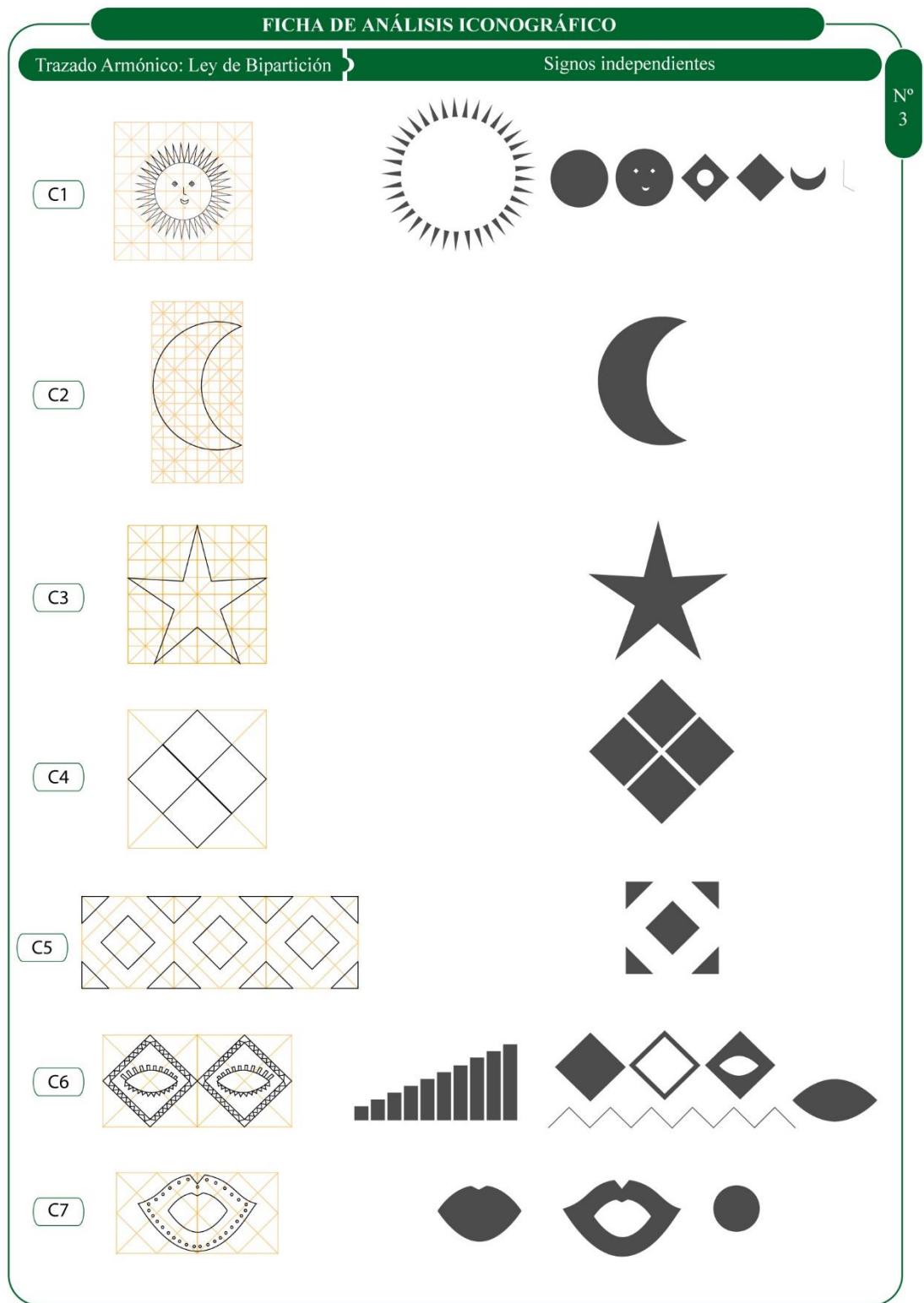


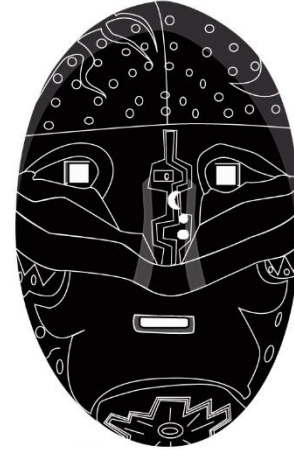
Figura 52. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR03
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
4

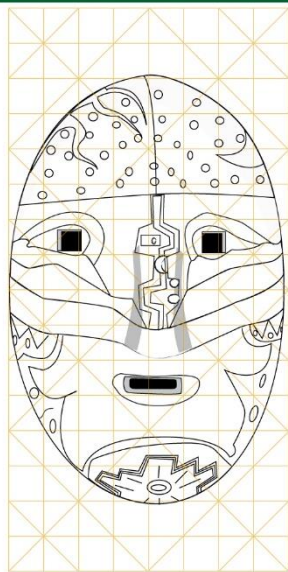


DESCRIPCIÓN:
Máscara del Trompetero de Saraguro (representación masculina), simboliza en la parte superior el día y la noche y la conexión de los tres mundos.

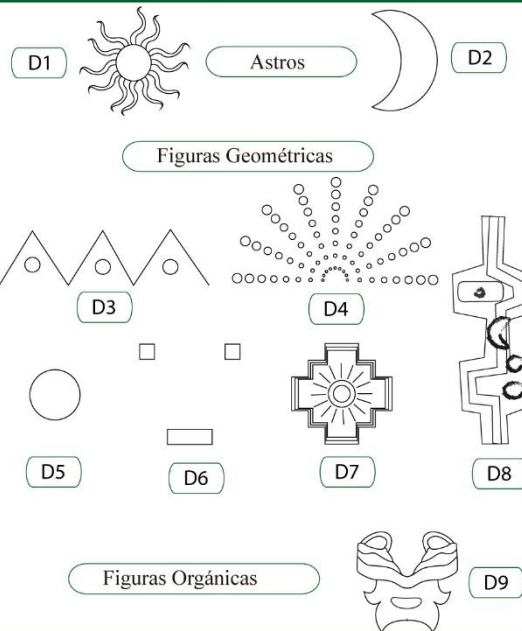


Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



Interpretación: El Awqa se presenta en los opuestos día y noche, sol y luna, D1 y D2, los elementos opuestos se complementan por contracción (Milla Villena, 2005). La cruz escalonada D7; o también llamada chakana resulta del proceso matemático para solucionar el problema de la cuadratura de la circunferencia. El zig-zag diseño unidireccional en que se reproduce un elemento por medio de una cantidad de movimientos de reflexión lateral en 45° (Cornejo, 1989). El cuadrado y el círculo D5 y D6, son los dos principios del orden geométrico andino, a partir de los cuales se generan las formas iconológicas, modulares y armónicas del diseño andino (Milla Euribe, 2004). La vía láctea D4, que contiene al sistema solar (Milla Villena, 2006). La figura D8 representa la cruz vertical, expresa la idea de centro como eje entre los mundos de arriba y de abajo (Milla Euribe, 2004). Las formas de D9 se visualiza los mundos del medio y bajo. Así la composición representa la unión de los tres mundos.

Figura 53. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR04
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

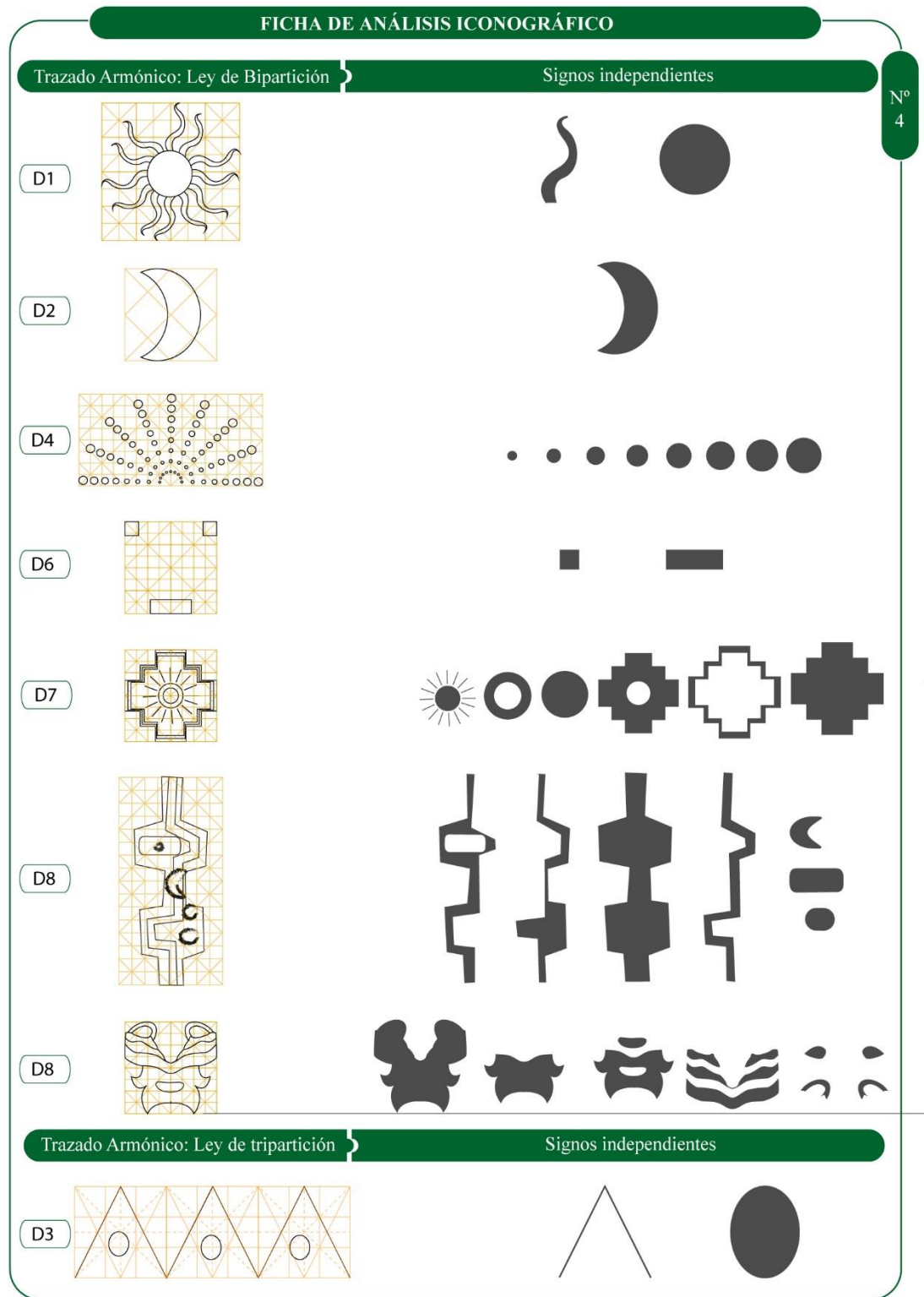


Figura 54. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR04
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº 5

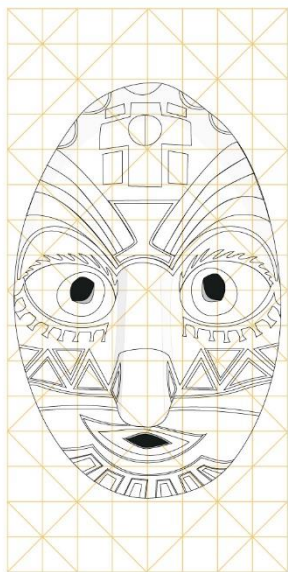


DESCRIPCIÓN:
Máscara del trompetero de Saraguro (representación masculina), los colores vibrantes que presenta y el predominio del verde apuntan al Pawcar Raymi vinculada a la cruz cuadrada.



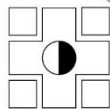
Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición

Figuras Geométricas



E1



E2



E3



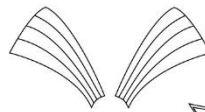
E4



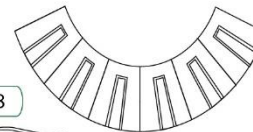
E5



E6



E7



E8



E9

Interpretación: La cruz cuadrada E1, está formada por un centro y cuatro brazos cuadrados, organizadora del espacio, la cruz es la estructura que simboliza al universo y al hombre, conjugando su dualidad y tripartición. El triángulo E2, se asocia al cuadrado y su centro, además se asocia a las pirámides y los tres mundos. La alternancia de los triángulos opuestos es la dinámica de la dualidad, infinitas posibilidades compositivas (Milla, 2004). Los ojos E4, para las culturas andinas el mecanismo de comunicación fue la semiótica y la observación, define la cosmovisión expresada mediante la imagen de los ojos y pupilas (Milla Villena, 2005). Medios círculos E3 y E6, generada de la unidad que es el círculo dividida por una diagonal dando lugar a una variedad de composiciones de diseño andino. Las demás figuras integran de forma armónica la careta, dando lugar a una estructura equilibrada y dinámica (Milla, 2004).

Figura 55. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR05
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición		Signos independientes	
E1			
E3			
E4			
E5			
E6			
E9			
E7			
E8			
Trazado Armónico: Ley de Tripartición		Signos independientes	
E2			

Nº
5

Figura 56. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR05
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
6

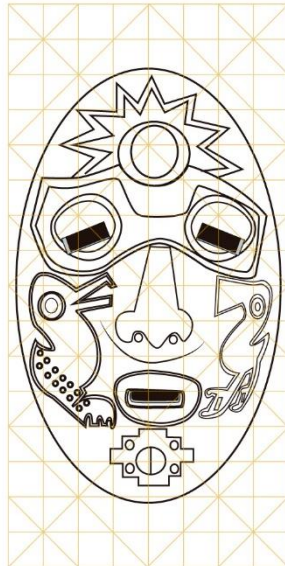


DESCRIPCIÓN:
Máscara del Trompetero de Saraguro (representación masculina), figura la dualidad en el encuentro de dos aves opuestas que se complementan.

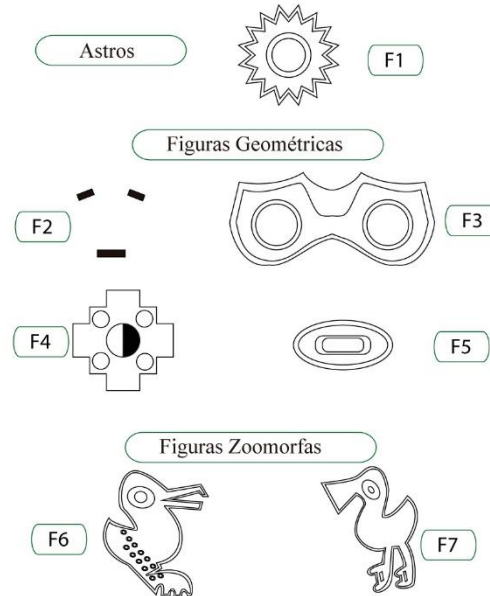


Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



Interpretación: El astro sol F1, constituye un ordenador del tiempo y el espacio que organiza el calendario y fija simbólicamente al naciente principal punto de referencia geográfico (Moulian, Catrileo, & Hasler, 2018). Las figuras F6 y F7; el simbolismo de la mitología andina basa su lenguaje visual en las figuras de animales sagrados, cuyos atributos y acciones según el mundo y el rol que le corresponde, constituyen el alfabeto para construir la imagen artística. La Cruz escalonada o chakana F4, constituye el símbolo que sintetiza el sistema ordenador y en el que se ensambla un repertorio iconológico del Tócapu. Los rectángulos como parte del cuadrado F2, representa la unidad simbolizada en el concepto del pacha que expresa un modelo de mundo ordenado (Milla, 2004).

Figura 57. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR06
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición		Signos independientes	
F1			
F4			
F5			
F6			
F7			
F3			
Trazado Armónico: Ley de Tripartición		Signos independientes	
F2			

Nº
6

Figura 58. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR06
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
7

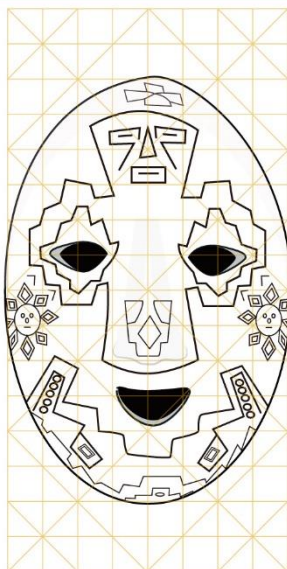


-DESCRIPCIÓN:
Máscara del trompetero de Saraguro (representación masculina), predominio de figuras geométricas, presencia de la chakana, cruz cuadrada y símbolos escalonados.



Trazado Armónico

Composición Modular



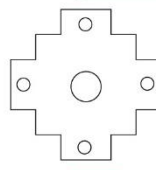
Ley de Bipartición

Astros

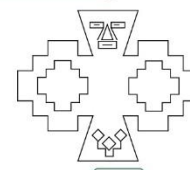


G1

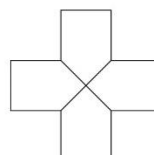
Figuras Geométricas



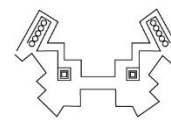
G2



G3



G4



G5

Interpretación: La cruz escalonada G2 y una función con de la cruz cuadrada G3, constituyen el símbolo que sintetiza el sistema ordenador y en el se ensambla el repertorio iconológico del Tocado. Mientras que la cruz cuadrada está formada por un centro y cuatro brazos cuadrados G4, organizadora del espacio, la cruz es la estructura que simboliza al universo y al hombre conjugando la dualidad y la tripartición. La representación del son con un círculo y rombos G1, el círculo como la unidad y el rombo producto de la dinámica del cuadrado, el rombo exalta la direccionalidad en su estructura cruciforme, dual y concéntrica. Las escaleras G5, símbolo de medida y movimiento del espacio, dentro de esta figura se observa el amaru o la serpiente que es un símbolo de movimiento, transformación y relación (Milla, 2004).

Figura 59. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR07
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición

Signos independientes

Nº
7

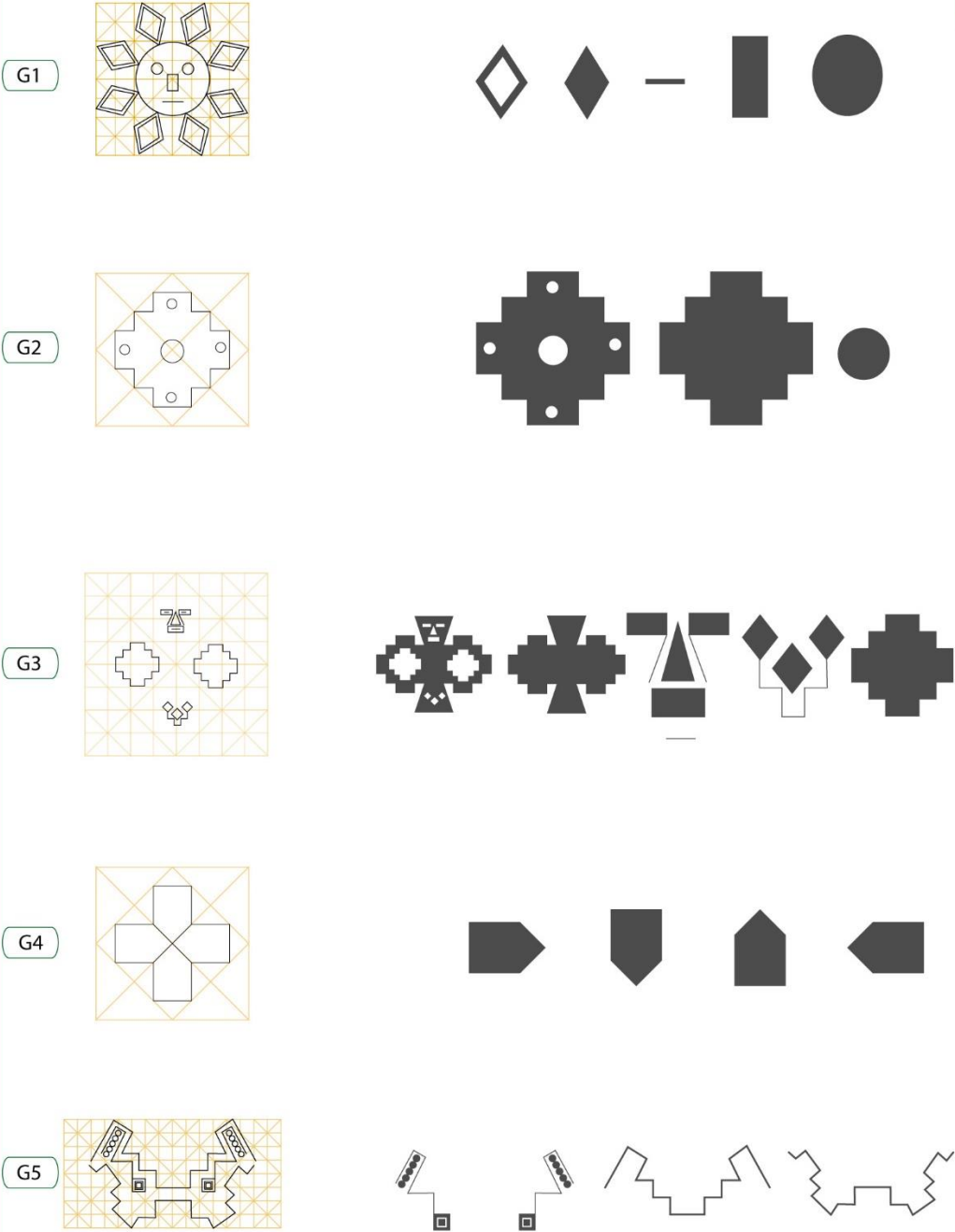
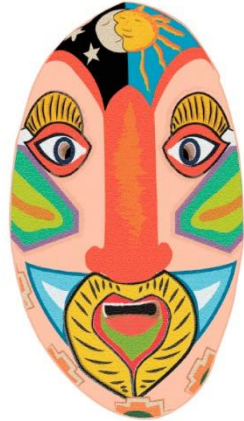


Figura 60. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR07
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº 8

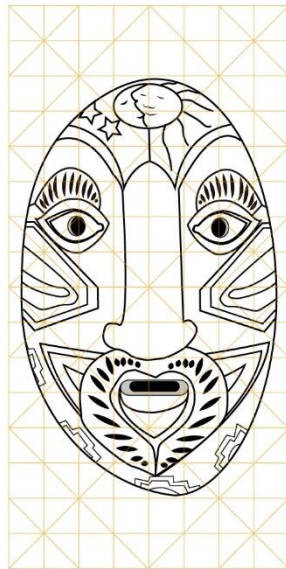


DESCRIPCIÓN:
Máscara del Trompetero de Saraguro (representación masculina), elementos opuestos que se complementan; noche, día; sol y luna,

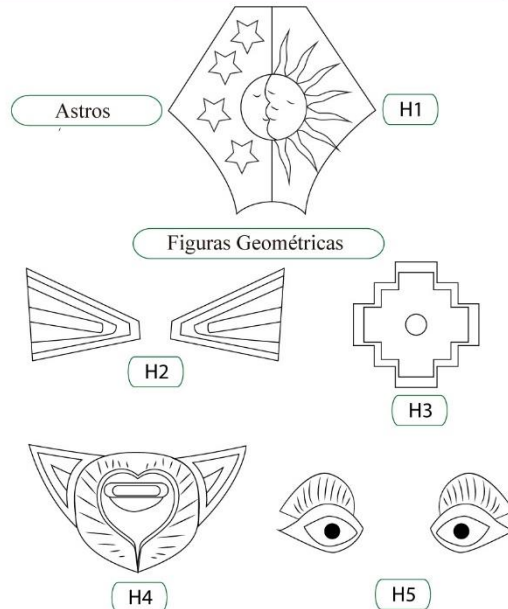


Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



Interpretación: El Awqa o la dualidad H1 que se complementa el día y la noche. La dualidad en el principio de la unidad, cada ser como es natural tiene su par que lo complementa y lo opone de forma dialéctica. La cruz escalonada H3, denominada también chakana, constituye el símbolo que sintetiza el sistema ordenador y en que se ensambla el repertorio iconológico del Tocado (Milla Euribe, 2004). Los ojos H5 en las culturas andinas el mecanismo de comunicación fue la semiótica y la observación, es la que define su cosmovisión expresada mediante la imagen de los ojos y sus pupilas (Milla Villena 2005). Las figuras H2 y H4 presentan la armonía geométrica H2, como espejo dual, y; H4, como centro de la máscara, el centro da lugar que puedan convivir las diferencias, es de donde surgen los elementos que después serán complementarios logrando la unidad en la diversidad (Milla Villena, 2005).

Figura 61. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR08
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición Signos independientes

Nº
8

H1

H3

Trazado Armónico: Ley de Tripartición Signos independientes

H2

H2

H5

Figura 62. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR08
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO



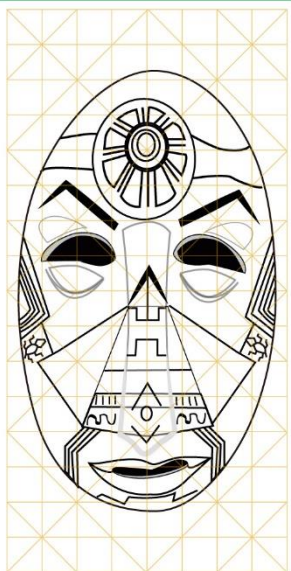
DESCRIPCIÓN:
Máscara del Trompetero de Saraguro (representación masculina), representación del rostro del inca Rumiñawi.



97º

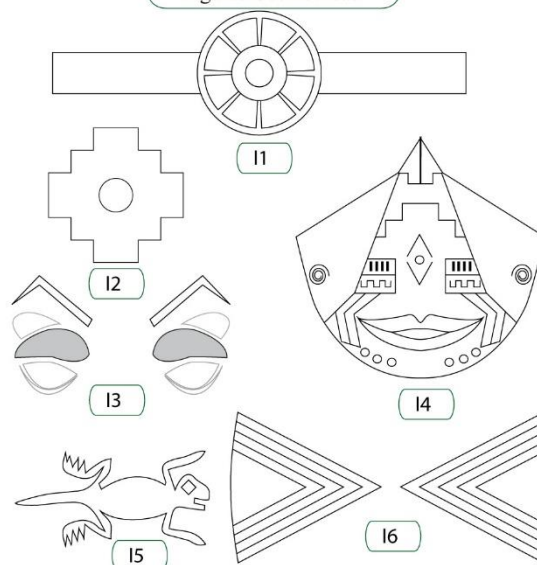
Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición

Figuras Geométricas



Interpretación: En la amplitud de la máscara se visualiza el rostro de Rumiñawi, un mítico inca, guerrero quiteño que combatió a los españoles en defensa de la libertad de toda la nación ecuatoriana, los rasgos del imponente inca están acompañado del cintillo que lleva en la frente 11 (Espinosa, 2004). La cruz escalonada o también chakana 12, constituye el símbolo que sintetiza el sistema ordenador y en el que se ensambla el repertorio iconológico del Tcapu. Los ojos 13, representa el universo simbólico iconográfico del Amauta Wiracocha, representa el acto observador del astrónomo que le permite integrar la dinámica de los mundos. La forma piramidal de 14 y 16 es un triángulo que se asocia al cuadrado y simboliza los tres mundos. La iguana 15 es otro animal mitológico de las culturas andinas, estos pueblos tienen como fundamento del diálogo con las esencias de la naturaleza (Milla Euribe, 2004).

Figura 63. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR09
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición		Signos independientes	
11			
12			
13			
14			
Trazado Armónico: Ley de tripartición		Signos independientes	
15			
16			

N°
9

Figura 64. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR09
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
10

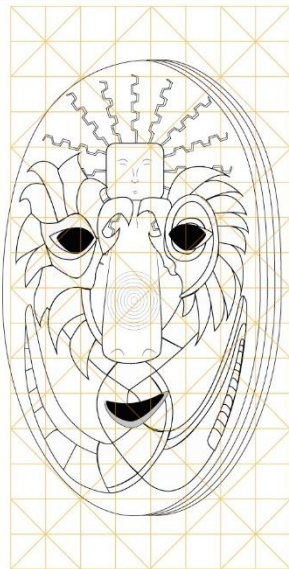


DESCRIPCIÓN:
Máscara del trompetero de Saraguro (representación masculina), se visualiza el encuentro de las dos aves míticas del norte y sur de América.



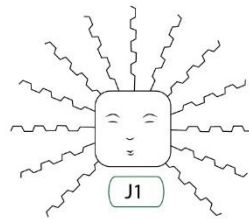
Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición

Astros



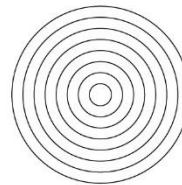
J1

Figuras Zoomorfas

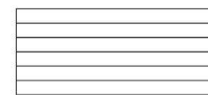


J2

Figuras Geométricas



J3

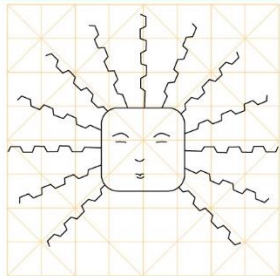

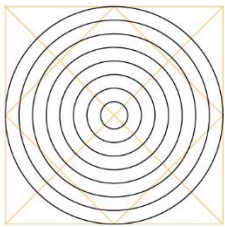

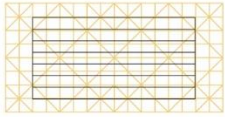

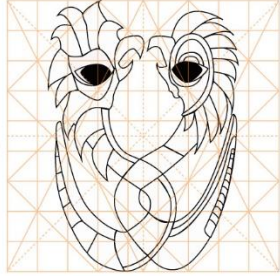



J4

Interpretación: El encuentro del águila y el cóndor L2, estamos juntos, el águila y el cóndor hemos estado juntos antes y no es un accidente que estemos juntos ahora. El estar juntos confirma la profecía de nuestros ancestros: Vendrá el tiempo en que el águila del norte y el cóndor del sur vuelen juntos en un mismo cielo. Es importante combinar el regalo del águila, el poder de la mente, la ciencia y la tecnología, y el poder del cóndor el regalo del corazón, del sentir y de conectarse con la naturaleza. La profecía dice que cuando el águila y el cóndor vuelen juntos estaremos en armonía (Noriega, 2010). Las figuras L3 y L4, representan el arcoiris que es la serpiente de luz, fecundadora del color, en su estructura representa el orden la ciclicidad del tiempo que se repite en su movimiento circular (Milla Euribe, 2004). Esta composición se complementa con el imponente sol L1.

Figura 65. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR10
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición	Signos independientes
<p style="margin-left: 20px;">J1</p> 	
<p style="margin-left: 20px;">J3</p> 	
<p style="margin-left: 20px;">J4</p> 	
Trazado Armónico: Ley de Tripartición	Signos independientes
<p style="margin-left: 20px;">J2</p> 	

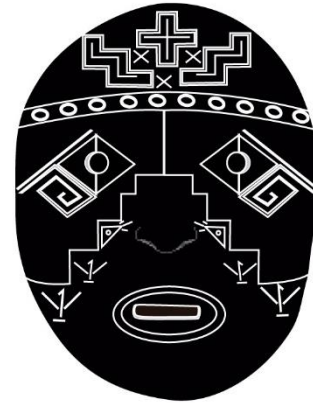
Nº 10

Figura 66. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR10
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO



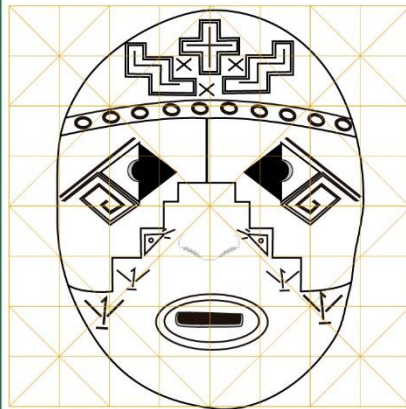
DESCRIPCIÓN:
Máscara de la Trompetera de Saraguro (representación femenina), predominio de figuras geométricas, la cruz cuadrada y el rombo.



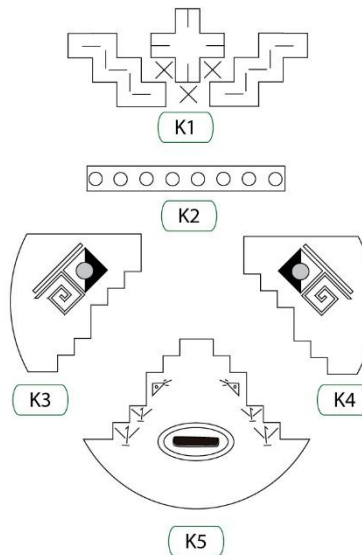
Nº
11

Trazado Armónico

Composición Modular



Figuras Geométricas



Ley de Bipartición

Interpretación: La cruz cuadrada como centro superior K1, organizadora del espacio, es la estructura que simboliza el universo y al hombre, conjugando su dualidad y su tripartición. Está formada por un centro y cuatro brazos cuadrados. Los símbolos escalonados presente en las figuras K1, K3, K4 y K5; es un símbolo de medida y movimiento del espacio, el escalonado también se expresa como diagonales del cuadrado. El rombo, los ojos de la máscara, es el producto de la dinámica del cuadrado, el rombo exalta la direccionalidad en su estructura cruciforme, dual y concéntrica. La alternancia de los círculos K2, la dinámica de la dualidad se manifiesta en la naturaleza en la alternancia, la repetición de los círculos da como resultado infinitas posibilidades compositivas (Milla Euribe, 2004).

Figura 67. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR11
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

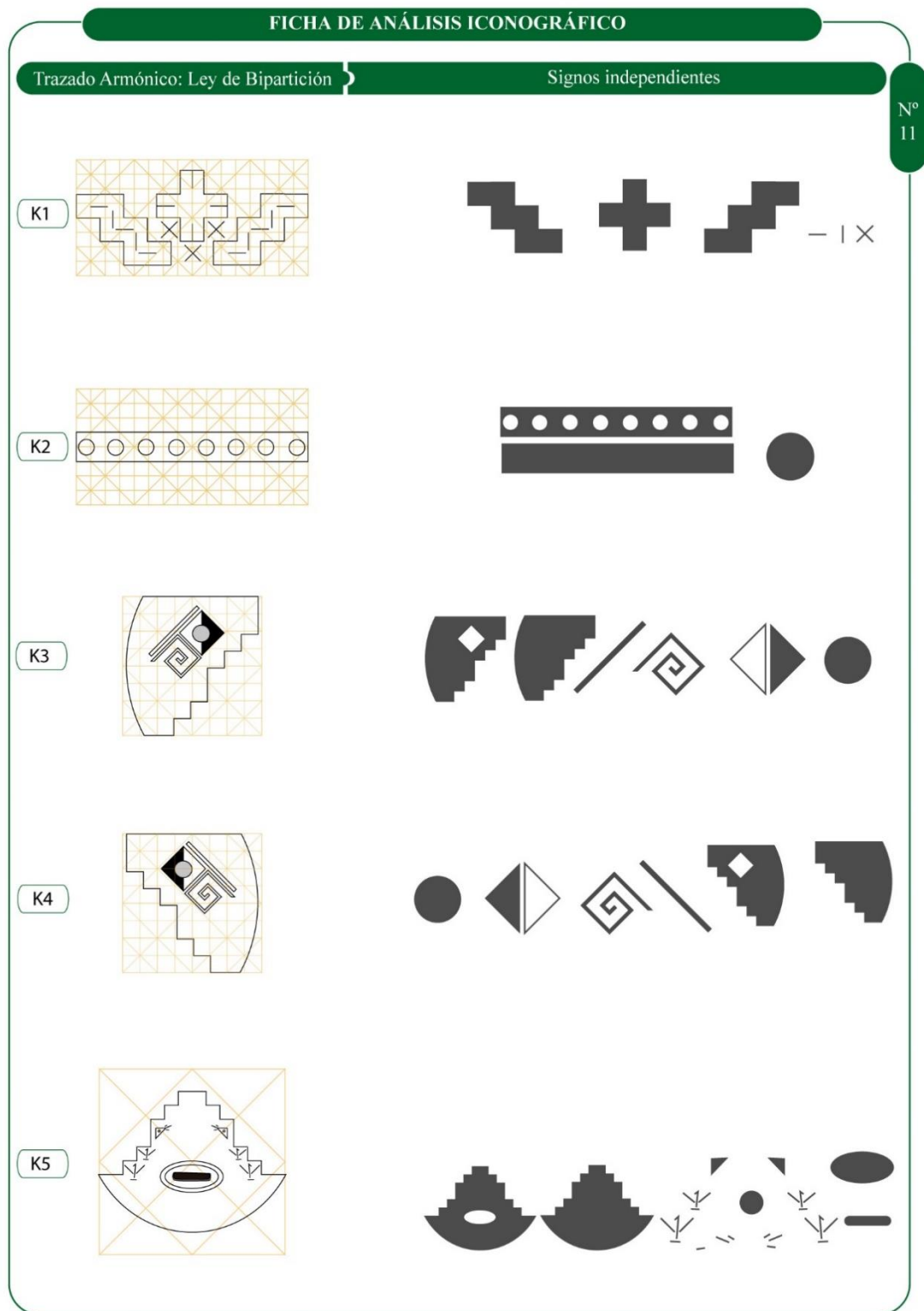


Figura 68. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR11
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO



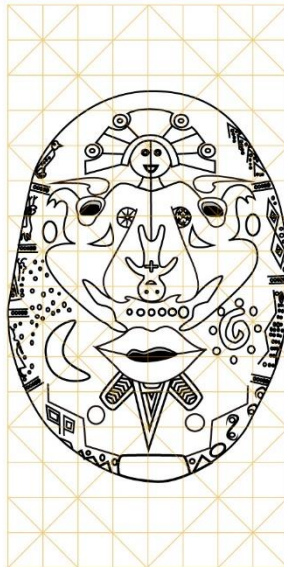
DESCRIPCIÓN:
Máscara de la Trompetera de Saraguro (representación femenina), la pachamama se hace presente en el centro de la careta.



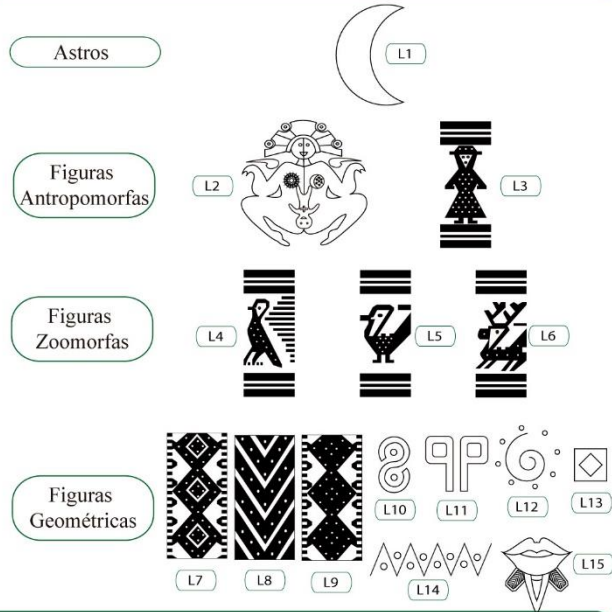
Nº
12

Trazado Armónico

Composición Modular



Ley de Bipartición



Interpretación: predominio de símbolos que representan la femineidad, en el centro al figura de pacha-mama L2, como la poseedora de la fertilidad, la generadora de vida (Vázquez, 2011). Acompañada de la mama killa L1, la observación y el estudio del movimiento de la luna ocupó un lugar destacado en las sociedades precolombinas, la contabilidad de las fases, sirvieron de base para la elaboración de los calendarios (Moulian, Catrileo y Hasler, 2018). La serpiente L10, símbolo de movimiento, transformación y relación. El cuadrado L13, representa la unidad, la pacha. La espiral L12, es una forma arquetipa en la naturaleza, presente en las olas del mar, la serpiente enroscada, etc. La dualidad L11, el principio de la dinámica de la unidad. Los símbolos piramidales L14, representan los tres mundos (Milla Euribe, 2004). Los símbolos de la faja de hilachina, propia de la mujer saragura, el hombre y la mujer tienen un profundo respeto por la naturaleza y consideran a los animales y plantas como elementos sagrados, estos se presentan en la iconografía de sus tejidos L4, L5 y L6.

Figura 69. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR12
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Trazado Armónico: Ley de Bipartición

Signos independientes

Nº
12

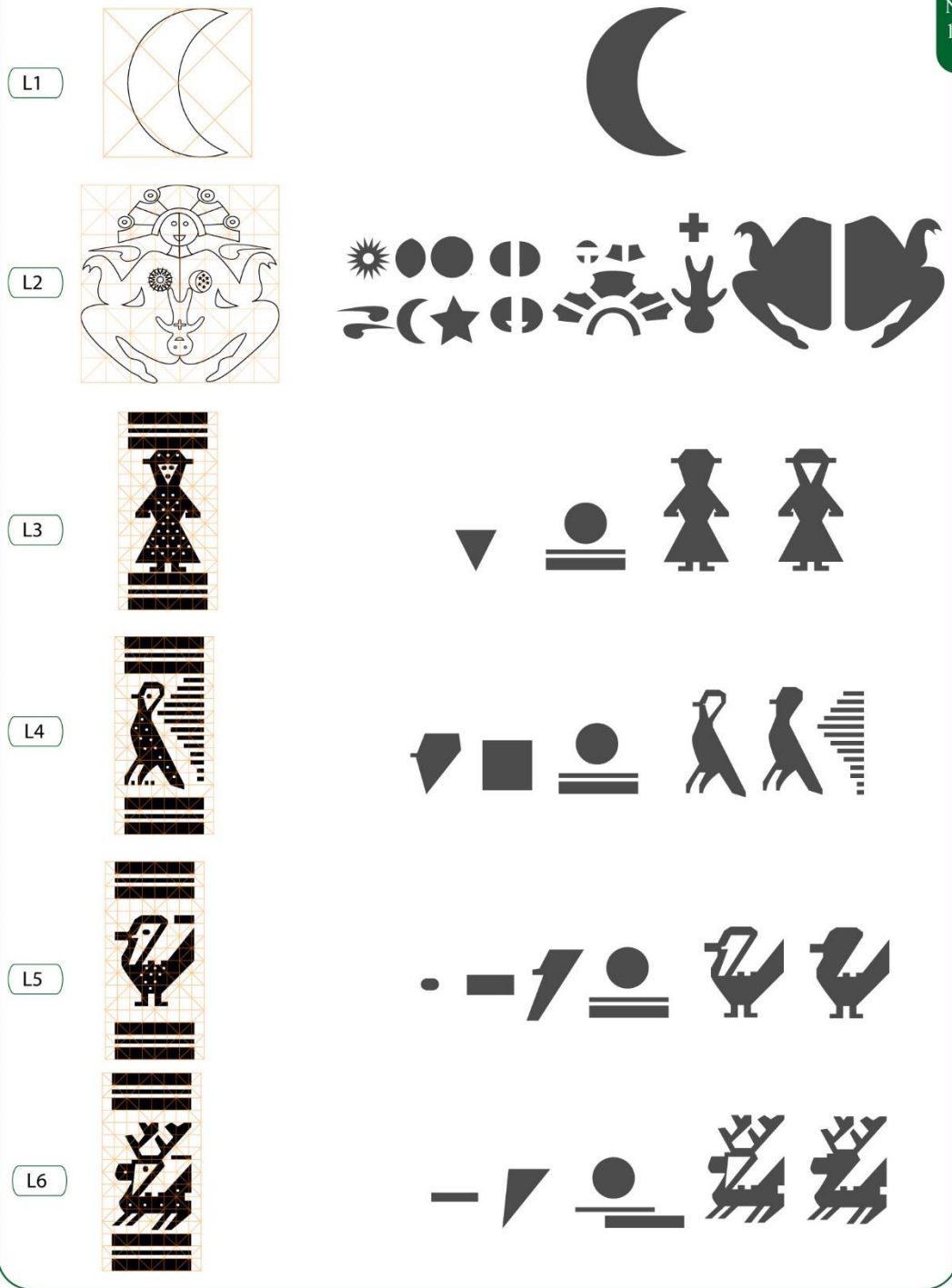


Figura 70. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR12
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

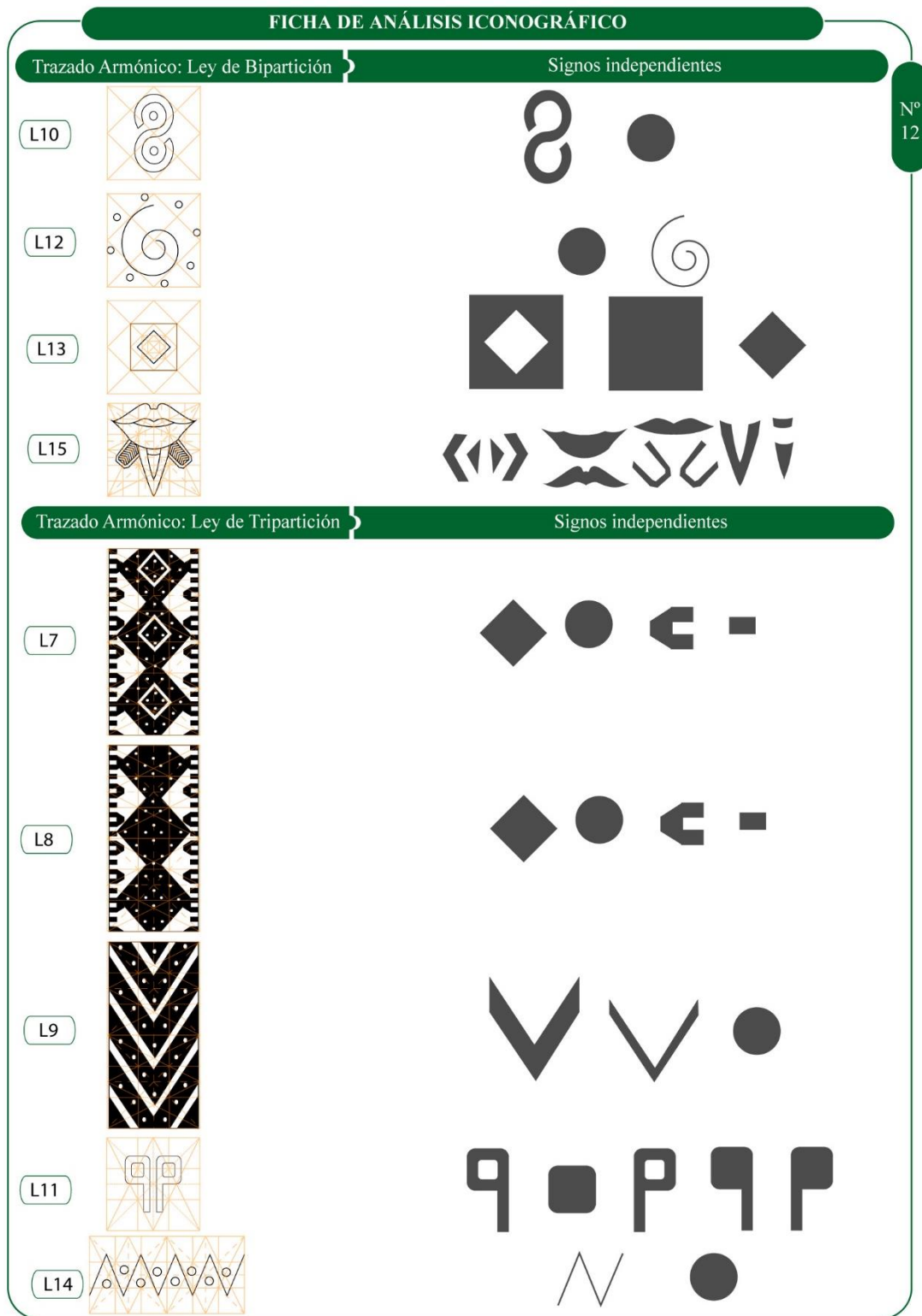


Figura 71. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR12
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

Nº
13

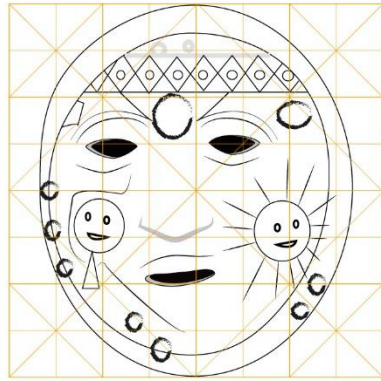


DESCRIPCIÓN:
Máscara del trompetero de Saraguro (representación masculina), expresa la dualidad con el sol y la luna.

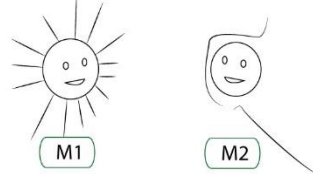


Trazado Armónico

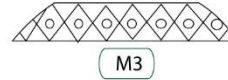
Composición Modular



Astros



Figuras Geométricas



Figuras Orgánicas



Ley de Bipartición

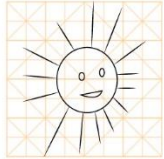

Interpretación: La máscara del sarawi varón, presente en las festividades de la Navidad, esta careta fué alquilada para la presentación de un trompetero. Los astros se hacen presentes a cada lado del objeto, representando a las principales deidades de sociedades precolombinas M1 y M2. Cada ser como es natural tiene su par que lo complementa y es opuesto. Los rombos M3, es el producto de la dinámica del cuadrado, el rombo exalta la direccionalidad de su estructura cruciforme, dual y concéntrica (Milla Euribe, 2004). La figura M4, complementan la composición de la máscara a modo de líneas y rayas.

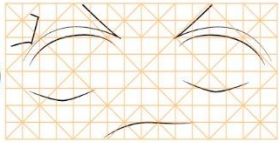

Figura 72. Ficha de análisis iconográfico composición modular MKR13
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

FICHA DE ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

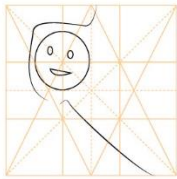

Trazado Armónico: Ley de Bipartición Signos independientes

N°
13

M1  

M2  

Trazado Armónico: Ley de Tripartición Signos independientes

M4  

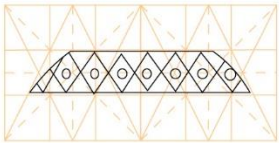

M3  

Figura 73. Ficha de análisis iconográfico descomposición modular MKR13
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Zadir Milla, 2008)

4.4.2.5.1. Clasificación de Figuras

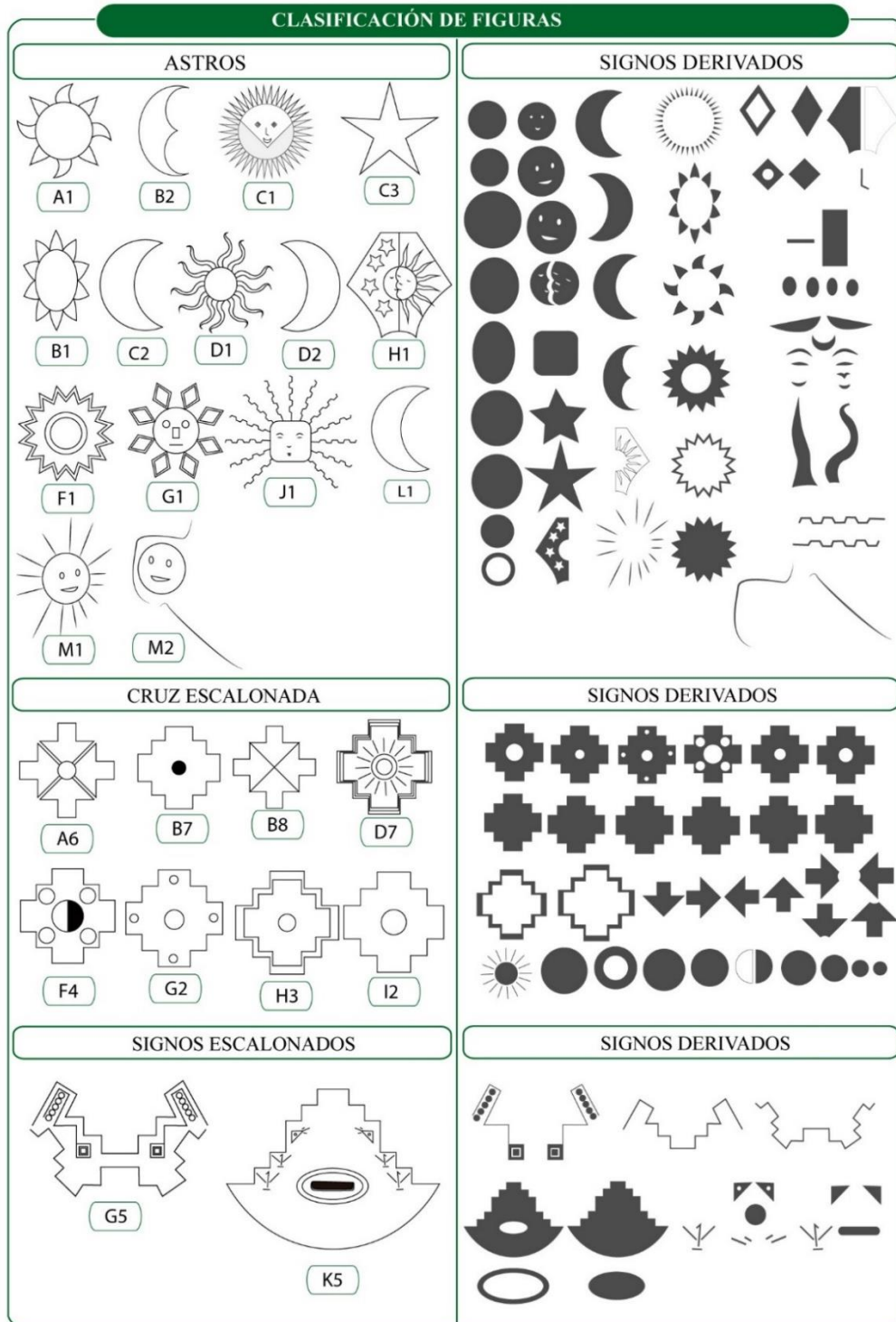


Figura 74. Ficha de clasificación de figuras: Astros, signos escalonados
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

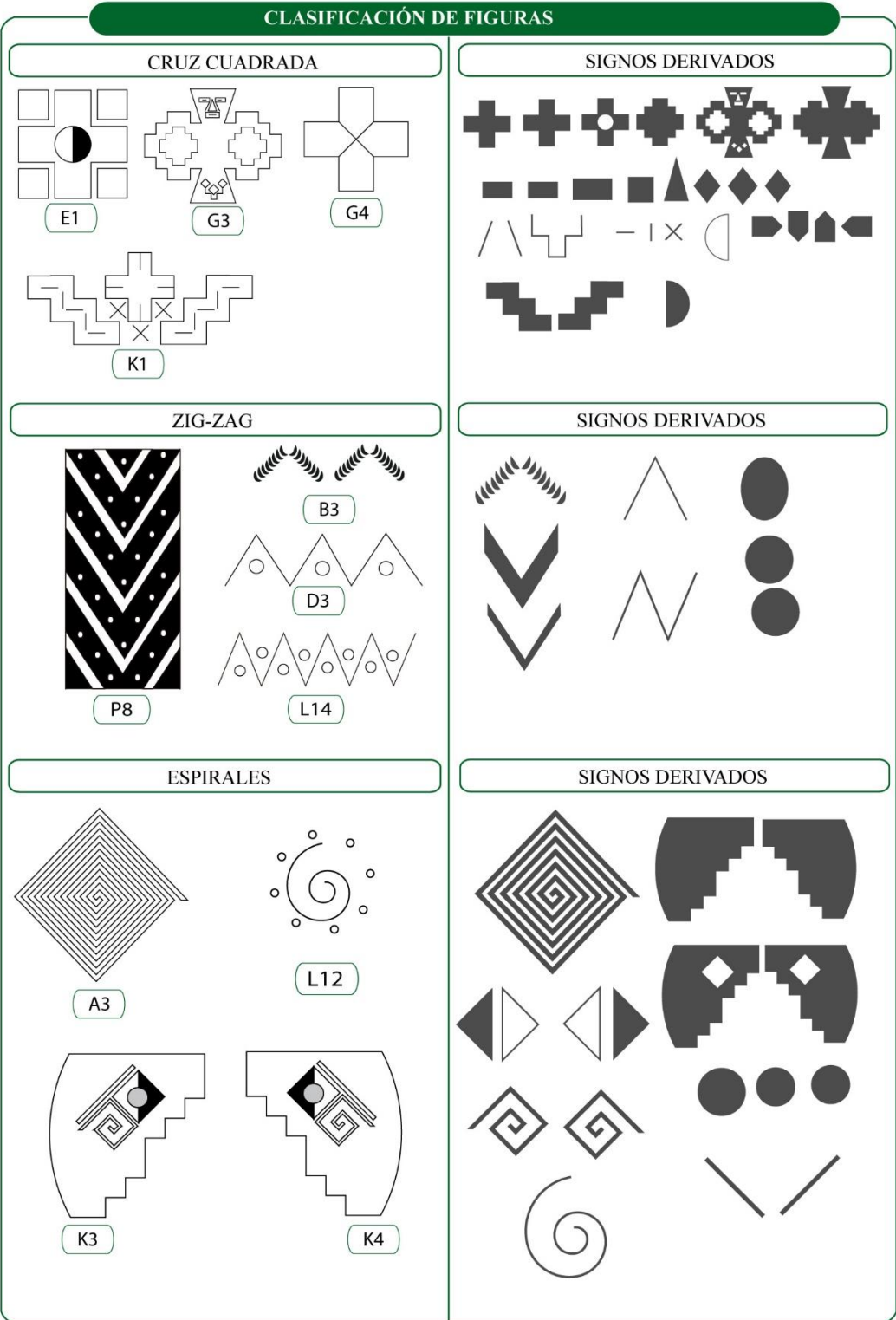


Figura 75. Ficha de clasificación de figuras: Cruz cuadrada, zig-zag, espirales
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

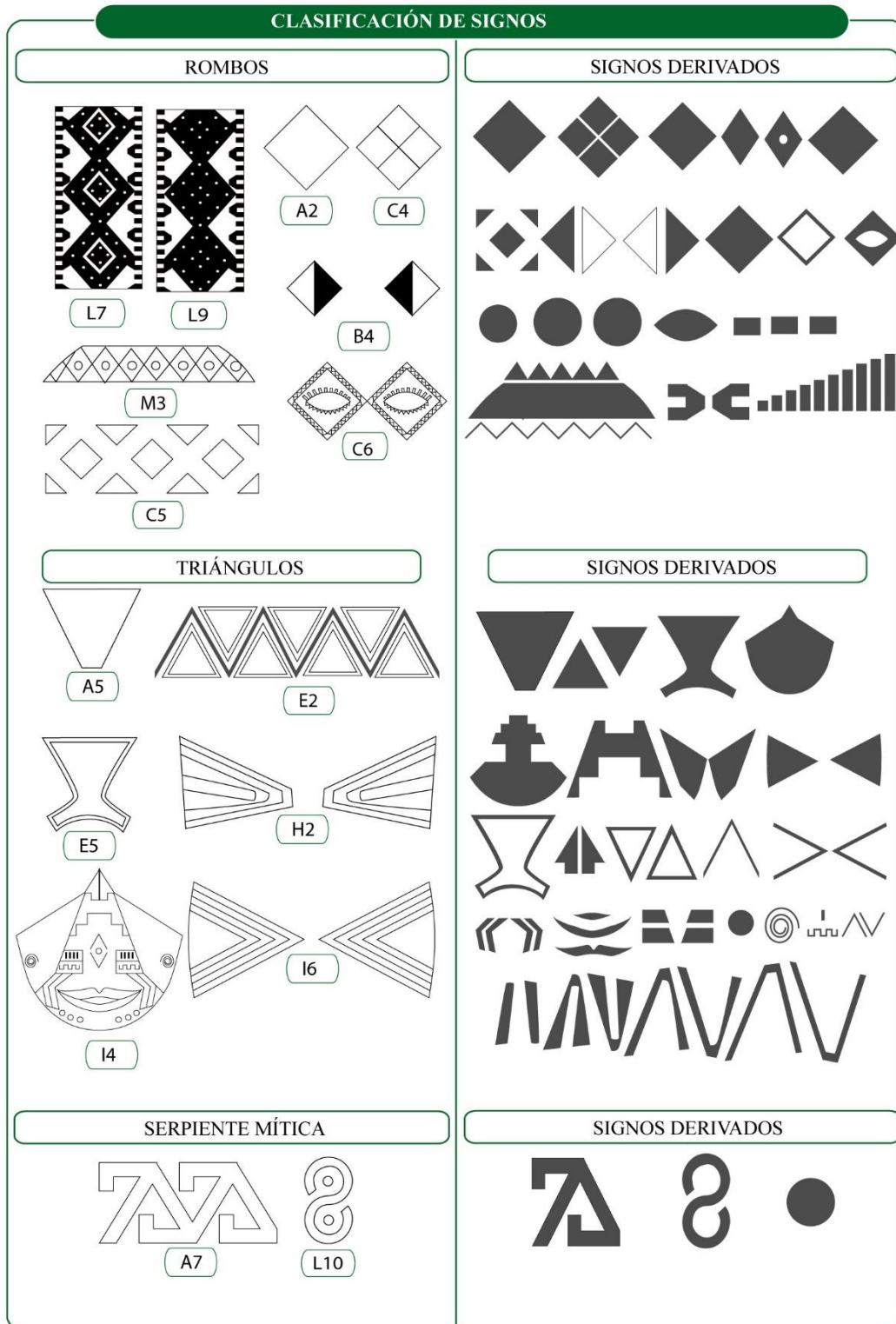


Figura 76. Ficha de clasificación de figuras: Rombos, triángulos, serpiente
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

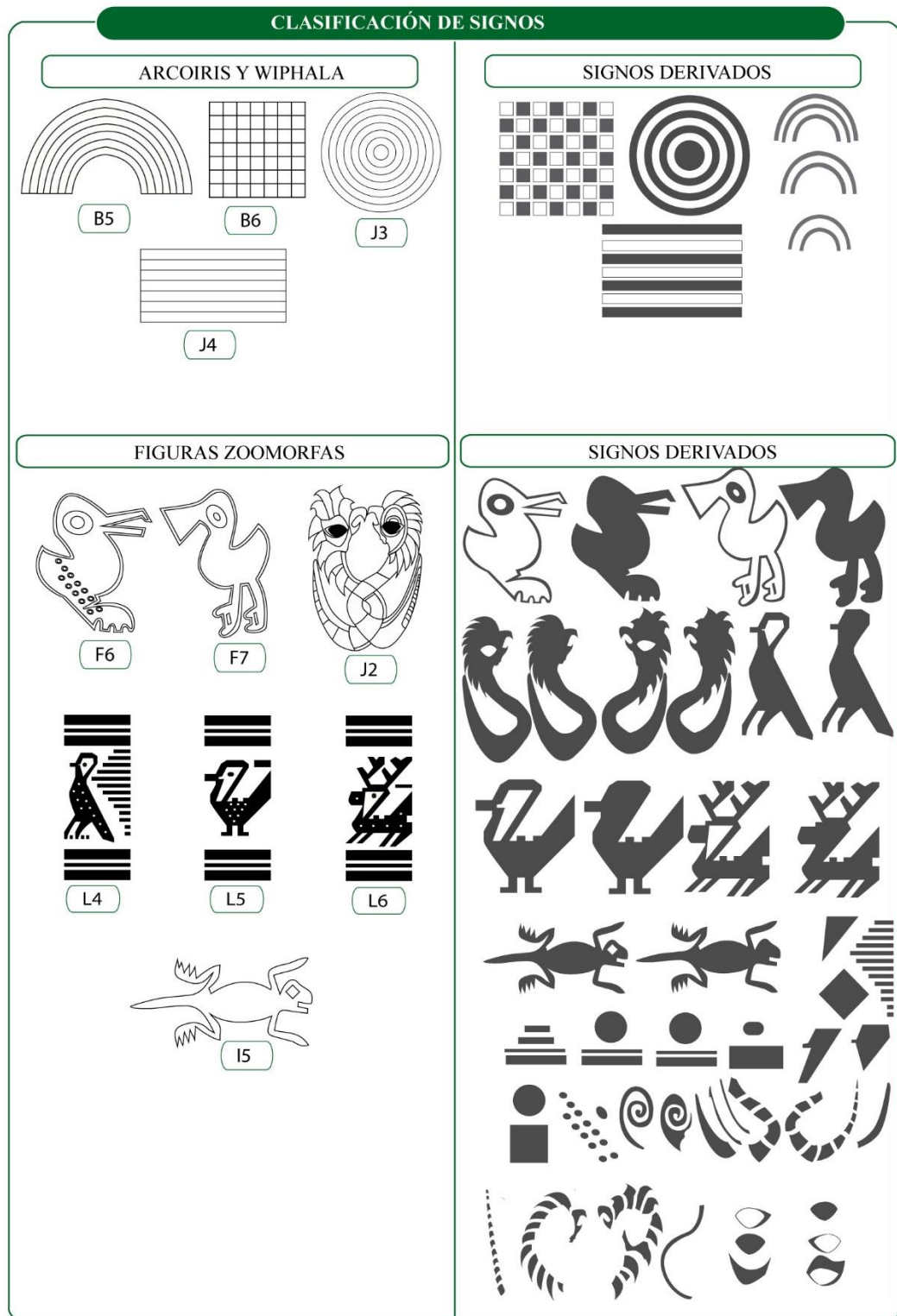


Figura 77. Ficha de clasificación de figuras: Arco iris, *wiphala*, zoomorfos
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

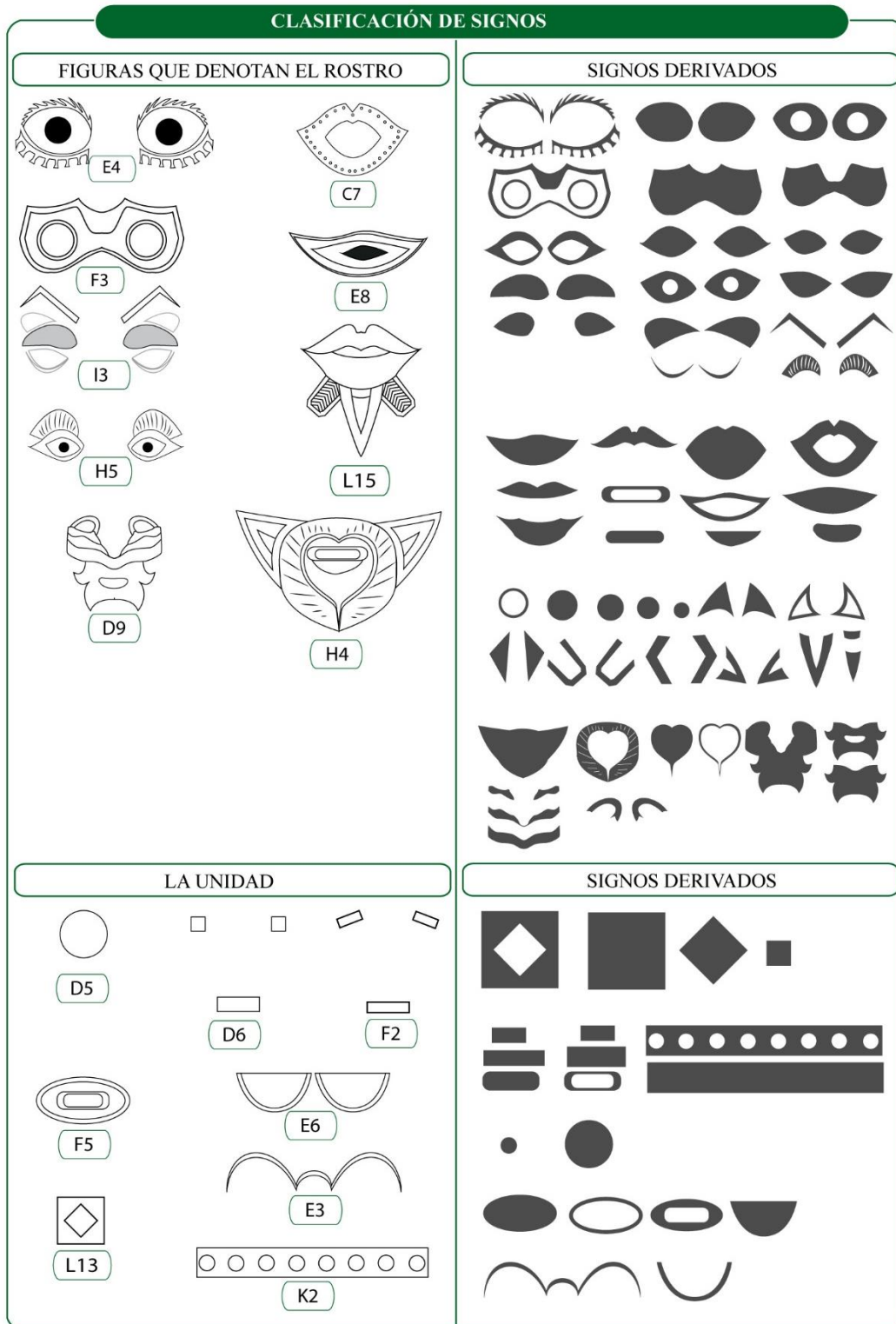


Figura 78. Ficha de clasificación de figuras: Rostro humano, la unidad
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

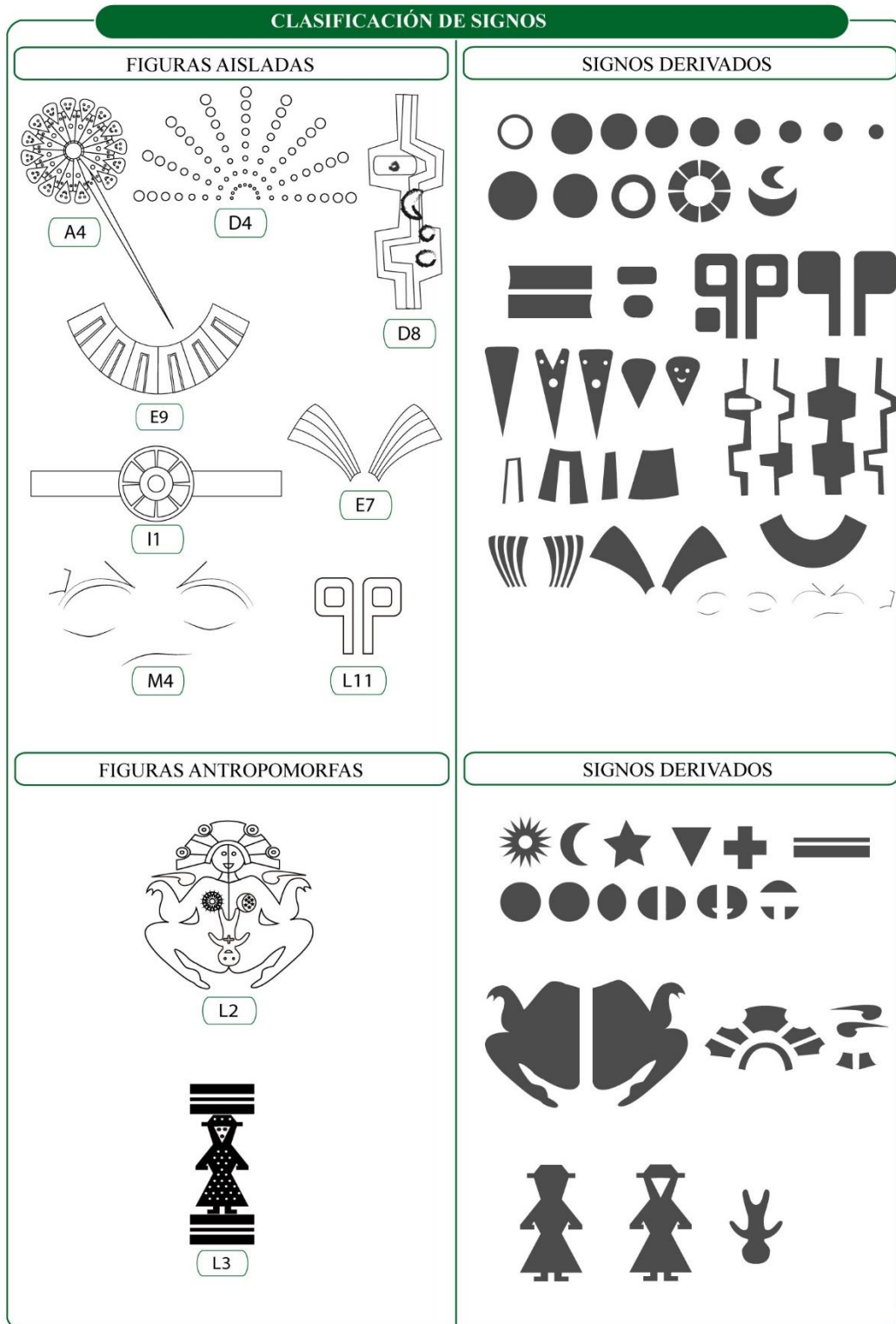


Figura 79. Ficha de clasificación de figuras: Figuras aisladas, antropomorfas
Fuente: Elaboración propia (sustracción de signos derivados basado en la metodología de Milla, 2008)

4.4.2.6. Fichas de reelaboración iconográfica basadas en el método de Koster

FICHA DE REDISEÑO ICONOGRÁFICO







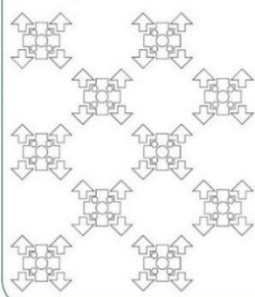

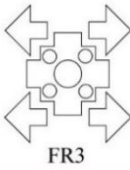


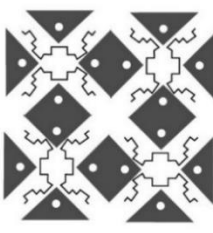
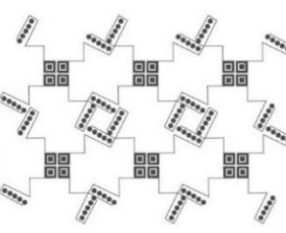

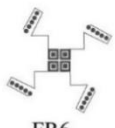
SELECCIÓN SIGNOS	Clasificación: Astros
	Propuestas de rediseño
Figura reelaborada	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 1 - FR1</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 2 - FR2</p>  </div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>FR1</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>FR2</p> </div> </div>	
SELECCIÓN SIGNOS	Clasificación: Cruz Escalonada
	Propuestas de rediseño
Figura reelaborada	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 3 - FR3</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 4 - FR4</p>  </div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>FR3</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>FR4</p> </div> </div>	
SELECCIÓN SIGNOS	Clasificación: Signos Escalonados
	Propuestas de rediseño
Figura reelaborada	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 5 - FR5</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Propuesta 6 - FR6</p>  </div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>FR5</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>FR6</p> </div> </div>	

Figura 80. Ficha de rediseño iconográfico: Astros, signos escalonados
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Koster)


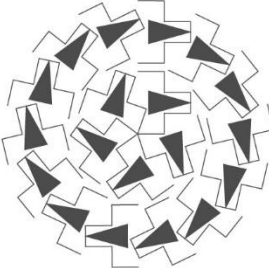
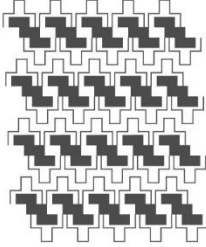
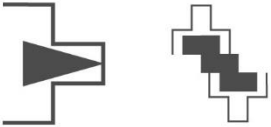

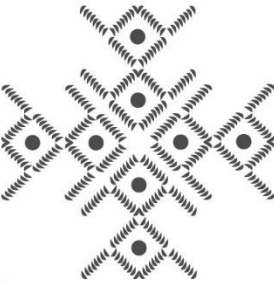
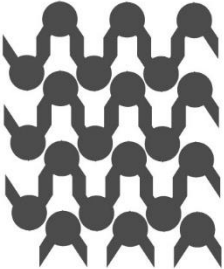


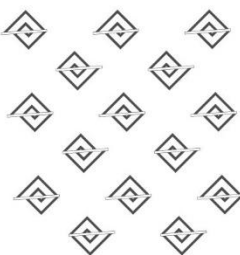
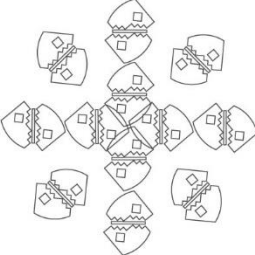

FICHA DE REDISEÑO ICONOGRÁFICO	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Cruz Cuadrada</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 7 - FR7</p>  <p>Propuesta 8 - FR8</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR7 FR8</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Zig - Zag</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 9 - FR9</p>  <p>Propuesta 10 - FR10</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR9 FR10</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Espirales</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 11 - FR11</p>  <p>Propuesta 12 - FR12</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR11 FR12</p>	

Figura 81. Ficha de rediseño iconográfico: Cruz cuadrada, zig-zag, espirales
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Koster)

FICHA DE REDISEÑO ICONOGRÁFICO	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p>	<p>Clasificación: Rombos</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 13 - FR13</p> <p>Propuesta 14 - FR14</p>
<p>Figura reelaborada</p> <p>FR13 FR14</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p>	<p>Clasificación: Serpiente Mítica</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 15 - FR15</p> <p>Propuesta 16 - FR16</p>
<p>Figura reelaborada</p> <p>FR15 FR16</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p>	<p>Clasificación: Figuras Zoomorfas</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 17 - FR17</p> <p>Propuesta 18 - FR18</p>
<p>Figura reelaborada</p> <p>FR17 FR18</p>	

Figura 82. Ficha de rediseño iconográfico: Rombos, serpiente, figuras zoomorfas
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Koster)


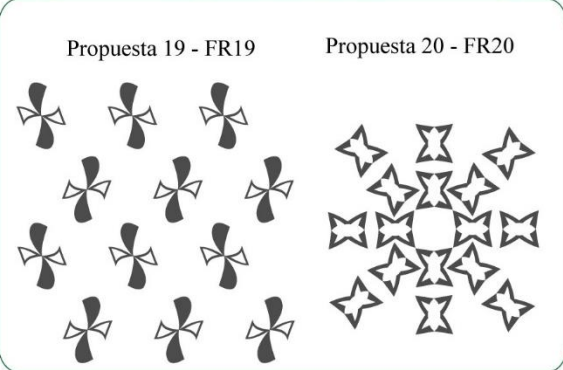
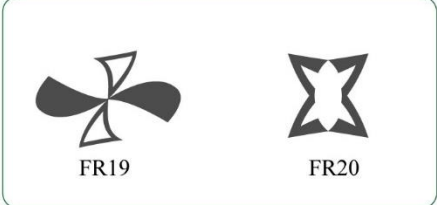
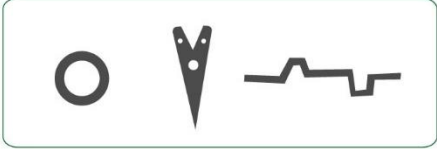
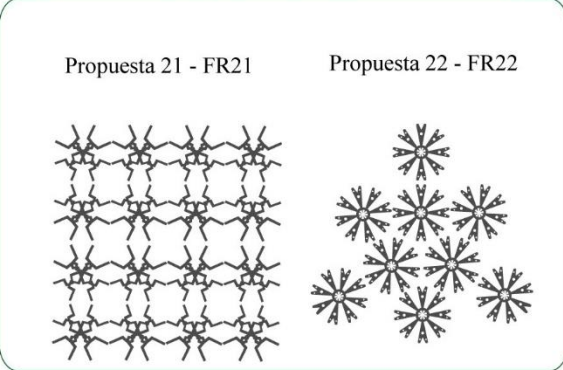
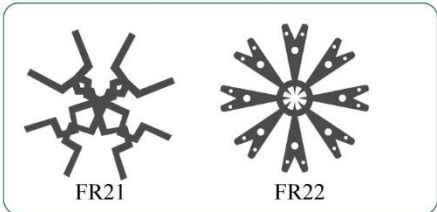

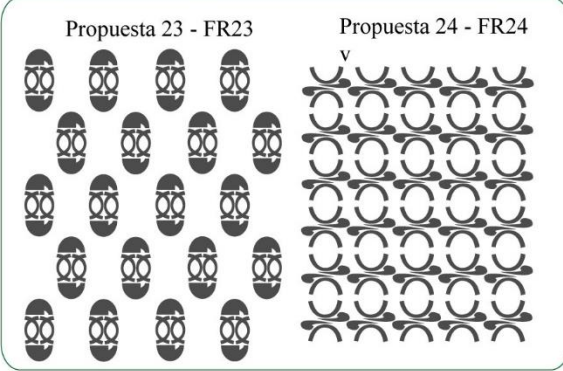
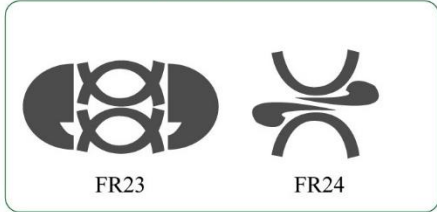
FICHA DE REDISEÑO ICONOGRÁFICO	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Figuras - Rostro Humano</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 19 - FR19 Propuesta 20 - FR20</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR19 FR20</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Figuras Aisladas</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 21 - FR21 Propuesta 22 - FR22</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR21 FR22</p>	
<p>SELECCIÓN SIGNOS</p> 	<p>Clasificación: Figuras Antropomorfas</p> <p>Propuestas de rediseño</p> <p>Propuesta 23 - FR23 Propuesta 24 - FR24</p> 
<p>Figura reelaborada</p>  <p>FR23 FR24</p>	

Figura 83. Ficha de rediseño iconográfico: Rostro, iconos aislados
Fuente: Elaboración propia (basado en la metodología de Koster)

4.5. Conclusiones

La información de los trompeteros de Saraguro es reducida en documentos, solo vive en la memoria de algunos adultos mayores y se va evaporando con ellos. El origen de éste personaje aún queda por descubrirse en posteriores investigaciones. En la oralidad de las personas entrevistadas se deduce que hasta finales del siglo pasado el trompero vestía un atuendo no indígena similar al de un militar. Existen costumbres que se han desvanecido como por ejemplo la fiesta que realizaba el guionero aparte de la fiesta del alumbrador, hoy en día únicamente el alumbrador se hace cargo de la fiesta y el guionero lo acompaña.

En cambio, otras costumbres se van retomado; para inicios de siglo los trompeteros con la intención conservar la vestimenta empiezan a vestir con sus trajes tradicionales. En el 2011 se pinta por primera vez una máscara con motivos andinos, con la intención de revitalizar las costumbres del pueblo y de valorar una iconografía propia que se estaba excluyendo. A partir de ello posteriores trompeteros siguen esta iniciativa que se conserva hasta el presente, y que permite visualizar máscaras con una variedad de simbología andina y propia de los saraguros. Por otro lado, el proceso de pintar las máscaras conlleva investigaciones que aportan de forma significativa a éste pueblo ya que van desenmarañando simbología propia del pueblo que permanecía oculta. Se lograron retratar 18 máscaras entre las cuales 13 cumplen los lineamientos para el análisis iconográfico.

Las 13 máscaras seleccionadas permitieron extraer datos mediante el método de Panofsky, el cual permitió analizar las máscaras en forma global de un punto de vista más occidental, mientras que, el método de Milla permitió un análisis más profundo con una visión más local. El método de Koster Washburn, sirvió de base para el rediseño de nuevas propuestas de diseño que se aplican en el diseño de la colección.

Por otro lado, las encuestas realizadas a mujeres de entre 20 a 35 años de edad revelan los siguientes resultados. La mayoría de las mujeres pertenecen a un perfil neotradicional, pues buscan un equilibrio entre lo tradicional y lo innovador; Así mismo más del 50% de estas mujeres encuestadas prefieren vestir de manera casual diariamente, anteponen ropa cómoda, amplia y en ocasiones entallada que resalte la figura femenina. El estilo

Athleisure es nuevo; así que están poco familiarizadas con él, pero usan frecuentemente prendas que representan este estilo como los hoodies, joggers, leguins, camisetas, tops, buzos y rompevientos.

Más del 50 % de las mujeres encuestadas opinan que la indumentaria podría denotar una identidad local; pero la mayoría desconoce de la riqueza iconográfica ancestral que posee nuestro país, así mismo el conocimiento del trompetero de Saraguro es bastante superficial o mínimo.

La mayoría de las encuestas revelan que estas mujeres compran ropa cuatro veces al año, cada tres meses, la mayoría contestaron. Este sector opta por los menores precios de los productos debido a la recesión por la pandemia, por la misma razón la gente prefiere estar menos expuesta al contagio, por lo que aciertan que comprar en línea es una buena opción, una de las redes sociales donde mejor se publicitan los productos debido a que las personas permanecen conectadas es Instagram y Facebook.

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción

Desde la perspectiva más general, para una producción organizada, se debe establecer actividades de producción en fechas concretas y con duración determinada. Para esta gestión se desarrolla un cronograma de producción, que busca reorganizar las actividades que se deben llevar a cabo para cumplir con los objetivos de producción y transformación de un producto, en este caso ropa *athlesiure* que denote identidad local. El análisis prioriza y ordena todo lo que conlleva la manufactura de un producto; se parte de la infraestructura, mano de obra, materiales e insumos, maquinaria, tiempo requerido (Rojas, 2014).

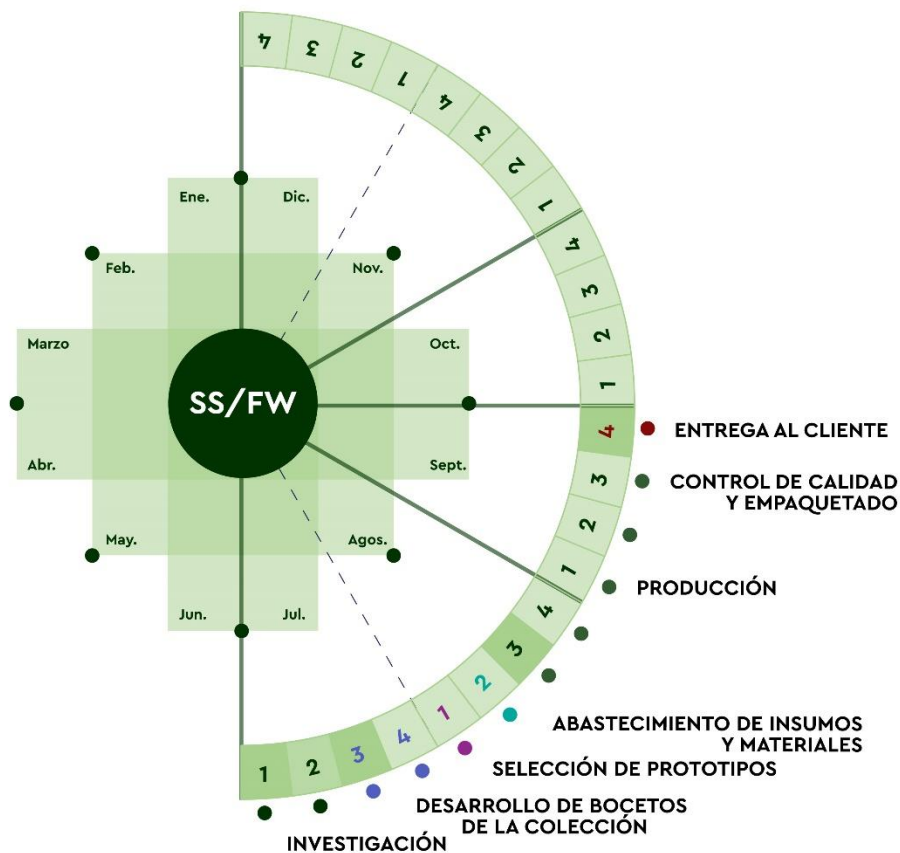


Figura 84. Cronograma de producción

Fuente: (Rojas, 2014)

Es primordial obtener los artículos de calidad en el lapso determinado, así llegar a las metas propuestas en ventas, ser competitivos y posicionarse el mercado como una marca reconocida. Anthy, es una marca de ropa femenina, que combina en la presentación de sus prendas el estilo *athlesiure* cómodo y fresco, con la identidad local de Saraguro. La presente marca aspira a la producción de cuatro colecciones al año, cabe destacar que los diferentes procesos de producción se distribuirán para tres meses. En este lapso se abarcaran las actividades mencionadas en el siguiente diagrama de Grantt, propuesto anteriormente. Seguido de ello se desarrolló una tabla detallada de las actividades a realizar con su respectivo registro de tiempos.

Tabla 25. Actividades vs. Tiempo

Eslabón	Actividad	Detalle	Tiempo
Investigación	Investigación	Búsqueda de tendencias e inspiración	40 horas
	Diseño	Desarrollo de bocetos de la colección	40 horas
Abastecimiento	Programación de insumos y bases textiles	Propuesta de materiales e insumos	8 horas
		Selección y abastecimiento de las telas e insumos para la colección	16 horas
		Preparación de los insumos para la colección	16 horas
Producción	Patronaje	Elaboración de la moldería	40 horas
	Corte	Marcada y corte de la colección	40 horas
	Confección	Procesos complementarios o técnicas decorativas sobre algunas piezas antes de coser o después de la costura.	16 horas
		Desarrollo de los prototipos de la colección	84 horas
	Pruebas	Control de calidad aleatorio y pruebas de usabilidad	8 horas
	Terminados	Pulido y empacado de los bolsos	8 horas
	Presentación	Colección de 6 prendas	4 horas
Comercialización	Distribución	Entrega de la colección al departamento de ventas	16 horas
		Venta	24 horas

Nota:

Los tiempos establecidos son para los prototipos de la colección, que consta de seis prendas femeninas. Las horas, están establecidas de acuerdo a las ocho horas reglamentarias de trabajo.

Fuente: (Rojas, 2014)

5.2. Control de calidad

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. Para Juram la calidad se define como adecuación del diseño de un producto al uso (Juram y Gryna, 1993). Crosby (1897) expresa por otra parte, que calidad es la conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos de un producto y menciona que la principal motivación de la empresa es alcanzar la cifra de cero defectos; aplicando su lema “hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos”. En sí, la calidad es el conjunto de cualidades y características que definen un producto como el mejor dentro de ciertas condiciones del consumidor.

Sobre las bases de las ideas expuestas anteriormente, el control de calidad dentro de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma. El mensaje de la calidad total debe ser comunicado a tres audiencias complementarias entre sí: los trabajadores, proveedores y clientes. Mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo permite innovar, y desistir de la dependiente inspección en masa. El sistema planificado de calidad empieza mucho antes de la fabricación de un producto, conlleva el contar con infraestructura adecuada, materiales idóneos, personal capacitado, maquinaria en buen estado, permisos y documentos en regla, entonces continua con toda la fase de producción y el camino no termina en la venta, sino que el cliente lo probará y calificará (Martínez, 2012).

La reputación de la empresa, generan un mayor grado de confianza y un alto nivel de ingresos económicos dependen del control de calidad. El control de calidad del producto del proyecto en curso ha de tomar en cuenta las normativas de calidad establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN); la reglamentación ISO 9001 versión 2015 cláusula 7 realización del producto, junto con parámetros sostenibles establecidos por la marca. Al ser una firma joven en el mercado se adoptó la normalización de control de calidad responsable propuesta por el profesional en industria textil y moda Farías Iribarren Gabriel (2016). Finalmente se realizó una ficha de control de calidad,

inspeccionando todos los estadios de fabricación, donde se adjuntan acciones preventivas, y es la siguiente matriz.

Tabla 26. Ficha de requerimientos para el control de calidad

Ficha de control de calidad											
Pre-producción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación de tendencias, inspiración, tipo de prendas en el mercado, avances en la materia prima e insumos ▪ Elaboración de bocetos para la colección ▪ Selección de bocetos con la participación de los profesionales en diseño de la planta ▪ Desarrollo y manejo de fichas técnicas con las respectivas especificaciones del producto ▪ Revisión de las piezas que tienen procesos complementarios o técnicas decorativas ▪ Inventario de materia prima ▪ Revisión de materiales e insumos 										
Producción	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #92d050; text-align: center; vertical-align: middle;">Patronaje</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la calidad de los moldes con las respectivas medidas al realizar un patronaje manual, rotulación de referencias con las tallas al derecho y al revés, optimizar como mínimo un 90% de material de patronaje. ▪ Analizar los diferentes patrones en los que se puede descomponer un molde (más piezas pequeñas, menos desperdicio de tela ▪ Realizar el cálculo de rendimiento (permite saber la cantidad exacta de tejido que se debe comprar, evita el paro de producción por falta de insumos), este será lineal (rendimiento por m2 considerando el ancho de tela sin contar con los orillos) o técnico (por kilo) dependiendo del proveedor y añadir de 5 a 10 cm por prenda. ▪ Realizar el cálculo del porcentaje de elasticidad de trama y urdimbre del textil y disminuir en el patrón de la prenda. </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92d050; text-align: center; vertical-align: middle;">Tendido</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar la calidad de la tela mientras se tiende en la mesa, no tender la tela con falla. ▪ Se debe tender la tela más ancha primero y terminar con la tela más angosta. ▪ La tela elástica debe ser tendida 24 horas antes del corte para que vuelva a su extensión original y evitar que cuelgue en la mesa, si contiene algodón conviene remojar para pre encoger el textil. </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92d050; text-align: center; vertical-align: middle;">Marca</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la separación de las piezas por material y distribución de los patrones sobre el material con el objetivo de tener un porcentaje mínimo del 90% de desperdicio. ▪ Respetar la señalización de hilo en cada molde dependiendo del material destinado ▪ Evitar el uso de orillos </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92d050; text-align: center; vertical-align: middle;">Corte</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento preventivo de la maquinaria y utillaje básico del corte del tejido con arreglo al tipo de corte y extendido de la materia prima, dejándolos en situaciones operativas. ▪ Manejar la cortadora industrial con profesionalismo para asegurar la calidad del corte de la prenda. ▪ Mediante el sistema de identificación, clasificar y ordenar los componentes cortados. </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92d050; text-align: center; vertical-align: middle;">Confeción</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguir la ruta operativa, donde se analiza y describe los procesos de ensamblaje. ▪ Al unir las piezas, respetar las medidas de tolerancia o costuras. ▪ Poner a punto las máquinas de preparación y de ensamblaje de la prenda, conforme al tipo de costura o unión y exigencias de los materiales. ▪ Usar agujas especializadas para tejido de punto y planas, aguja punta de bola de grosos 75 a 90. ▪ Verificar las medidas de la prenda en cintura y en las partes que se requieran según ficha técnica, con tolerancia de +-0,5 cm. ▪ Correctas puntadas por pulgada a 2 mm del borde: Para tela plana uso de 10-12-14ppp. Para tela de punto jersey de 10-12ppp, tejidos elásticos de 14-18 puntadas por pulgada. ▪ Revisar tensiones de hilos en medida exacta, si está muy apretada se revienta la puntada y si floja se abre la costura. ▪ Usar guía para recubrir bastas, para lograr el mismo ancho en todo el contorno de la basta. ▪ Usar el mismo color de hilo según el color de la tela, a menos que el diseño señale lo contrario. </td> </tr> </table>	Patronaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la calidad de los moldes con las respectivas medidas al realizar un patronaje manual, rotulación de referencias con las tallas al derecho y al revés, optimizar como mínimo un 90% de material de patronaje. ▪ Analizar los diferentes patrones en los que se puede descomponer un molde (más piezas pequeñas, menos desperdicio de tela ▪ Realizar el cálculo de rendimiento (permite saber la cantidad exacta de tejido que se debe comprar, evita el paro de producción por falta de insumos), este será lineal (rendimiento por m2 considerando el ancho de tela sin contar con los orillos) o técnico (por kilo) dependiendo del proveedor y añadir de 5 a 10 cm por prenda. ▪ Realizar el cálculo del porcentaje de elasticidad de trama y urdimbre del textil y disminuir en el patrón de la prenda. 	Tendido	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar la calidad de la tela mientras se tiende en la mesa, no tender la tela con falla. ▪ Se debe tender la tela más ancha primero y terminar con la tela más angosta. ▪ La tela elástica debe ser tendida 24 horas antes del corte para que vuelva a su extensión original y evitar que cuelgue en la mesa, si contiene algodón conviene remojar para pre encoger el textil. 	Marca	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la separación de las piezas por material y distribución de los patrones sobre el material con el objetivo de tener un porcentaje mínimo del 90% de desperdicio. ▪ Respetar la señalización de hilo en cada molde dependiendo del material destinado ▪ Evitar el uso de orillos 	Corte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento preventivo de la maquinaria y utillaje básico del corte del tejido con arreglo al tipo de corte y extendido de la materia prima, dejándolos en situaciones operativas. ▪ Manejar la cortadora industrial con profesionalismo para asegurar la calidad del corte de la prenda. ▪ Mediante el sistema de identificación, clasificar y ordenar los componentes cortados. 	Confeción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguir la ruta operativa, donde se analiza y describe los procesos de ensamblaje. ▪ Al unir las piezas, respetar las medidas de tolerancia o costuras. ▪ Poner a punto las máquinas de preparación y de ensamblaje de la prenda, conforme al tipo de costura o unión y exigencias de los materiales. ▪ Usar agujas especializadas para tejido de punto y planas, aguja punta de bola de grosos 75 a 90. ▪ Verificar las medidas de la prenda en cintura y en las partes que se requieran según ficha técnica, con tolerancia de +-0,5 cm. ▪ Correctas puntadas por pulgada a 2 mm del borde: Para tela plana uso de 10-12-14ppp. Para tela de punto jersey de 10-12ppp, tejidos elásticos de 14-18 puntadas por pulgada. ▪ Revisar tensiones de hilos en medida exacta, si está muy apretada se revienta la puntada y si floja se abre la costura. ▪ Usar guía para recubrir bastas, para lograr el mismo ancho en todo el contorno de la basta. ▪ Usar el mismo color de hilo según el color de la tela, a menos que el diseño señale lo contrario.
Patronaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la calidad de los moldes con las respectivas medidas al realizar un patronaje manual, rotulación de referencias con las tallas al derecho y al revés, optimizar como mínimo un 90% de material de patronaje. ▪ Analizar los diferentes patrones en los que se puede descomponer un molde (más piezas pequeñas, menos desperdicio de tela ▪ Realizar el cálculo de rendimiento (permite saber la cantidad exacta de tejido que se debe comprar, evita el paro de producción por falta de insumos), este será lineal (rendimiento por m2 considerando el ancho de tela sin contar con los orillos) o técnico (por kilo) dependiendo del proveedor y añadir de 5 a 10 cm por prenda. ▪ Realizar el cálculo del porcentaje de elasticidad de trama y urdimbre del textil y disminuir en el patrón de la prenda. 										
Tendido	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar la calidad de la tela mientras se tiende en la mesa, no tender la tela con falla. ▪ Se debe tender la tela más ancha primero y terminar con la tela más angosta. ▪ La tela elástica debe ser tendida 24 horas antes del corte para que vuelva a su extensión original y evitar que cuelgue en la mesa, si contiene algodón conviene remojar para pre encoger el textil. 										
Marca	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar la separación de las piezas por material y distribución de los patrones sobre el material con el objetivo de tener un porcentaje mínimo del 90% de desperdicio. ▪ Respetar la señalización de hilo en cada molde dependiendo del material destinado ▪ Evitar el uso de orillos 										
Corte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento preventivo de la maquinaria y utillaje básico del corte del tejido con arreglo al tipo de corte y extendido de la materia prima, dejándolos en situaciones operativas. ▪ Manejar la cortadora industrial con profesionalismo para asegurar la calidad del corte de la prenda. ▪ Mediante el sistema de identificación, clasificar y ordenar los componentes cortados. 										
Confeción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguir la ruta operativa, donde se analiza y describe los procesos de ensamblaje. ▪ Al unir las piezas, respetar las medidas de tolerancia o costuras. ▪ Poner a punto las máquinas de preparación y de ensamblaje de la prenda, conforme al tipo de costura o unión y exigencias de los materiales. ▪ Usar agujas especializadas para tejido de punto y planas, aguja punta de bola de grosos 75 a 90. ▪ Verificar las medidas de la prenda en cintura y en las partes que se requieran según ficha técnica, con tolerancia de +-0,5 cm. ▪ Correctas puntadas por pulgada a 2 mm del borde: Para tela plana uso de 10-12-14ppp. Para tela de punto jersey de 10-12ppp, tejidos elásticos de 14-18 puntadas por pulgada. ▪ Revisar tensiones de hilos en medida exacta, si está muy apretada se revienta la puntada y si floja se abre la costura. ▪ Usar guía para recubrir bastas, para lograr el mismo ancho en todo el contorno de la basta. ▪ Usar el mismo color de hilo según el color de la tela, a menos que el diseño señale lo contrario. 										

Post-producción	Terminado y empaquetado	<ul style="list-style-type: none"> Control de calidad de las costuras interiores y exteriores, costuras sueltas, pulir hilos y verificar imperfecciones en tela y costura, manchas o quemados de estampado, diferencias de tonos, perforaciones por agujas o tijeras, marcas con elementos inapropiados o señalización que generan retroceso. Posición de la marquilla: Las etiquetas permanentes serán colocadas en la producción y las no permanentes o colgantes al final, con información verídica en español. La etiqueta permanente contendrá la composición del material que constituya el 80% del producto en %. El RUC y el nombre del productor, país de origen, instrucciones de cuidado y conservación. Las etiquetas no permanentes contendrán información de la marca. Inspección final aleatoria de todos los productos terminados mientras se empaqueta.
-----------------	-------------------------	---

Elaborado por:	Lourdes Quizhpe	Fecha:	12/07/2021	N° Ficha:	01
-----------------------	-----------------	---------------	------------	------------------	----

Nota:
Es necesario identificar todos los procesos que afecten a la calidad en las diferentes operaciones y asegurarse de que existan los controles apropiados y equipo idóneo para su fin.

Fuente: (INEN, 2016), (Martínez, 2012) y (Farías, 2016)

5.3. Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto

La producción de las prendas precisa de un espacio adecuado, al ser una empresa que recién inicia consta de un piso para la distribución de cada una de las áreas. El cual cuenta con todas las señaléticas de seguridad, con extintores y sensores de humo.

Tabla 27. Equipos e infraestructura

Infraestructura	Equipos y herramientas
Área de investigación y diseño	Computadora, impresora y escritorio
Área de patronaje y corte	Mesa de trazo y corte; percha de almacenamiento de moldes básicos; reglas de patronaje; depósito de tizas y agujas; colgantes para reglas y tijeras; depósito de papel de patronaje.
Área de producción	Overlock, recubridora, recta, remachadora de ojales, perchas de hilos poliéster, plancha industrial, plotter de vinil textil, planchas de estampación, depósito de pies de máquinas y troqueles.
Terminados	Tijeras para pulir, mesa para doblar la prenda
Control de calidad y empaquetado	Mesas, empaques, fundas, etiquetas y colgantes
Bodega	Estantería de telas, avíos, hilos y percha de mercadería en stock.
Área de compras	Teléfono, computador, vitrinas de catálogos de materia prima
Área de ventas	Mostradores, estanterías, escaparates, caja

Fuente: (Rojas, 2014)

5.3.1. Infraestructura

Se fijó un *layout* para reflejar como están distribuidas las máquinas de producción

dentro de la instalación. Al mismo tiempo que se presenta el flujo de la producción.



Figura 85. Layout

5.4. Requerimientos de mano de obra

Para lograr una adecuada producción, la mano de obra tiene que ser calificada y con experiencia en la elaboración de ropa deportiva y casual. Adicionalmente que tengan habilidad para resolver problemas de confección, ser polifuncionales en el manejo de máquinas de confección y trabajar bajo presión. A largo plazo se pretende dar capacitaciones al personal para seguir comunicando el mensaje de calidad en todas las áreas de producción, enseñar el correcto uso de maquinarias y su mantenimiento. Esto permite cumplir con los estándares de calidad y con las fechas establecidas para la venta del producto. Para la producción de la colección de la marca Anthy se requerirá:

Tabla 28. Requerimientos de mano de obra

Cantidad	Personal	Actividad
1	Diseñador gráfico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de empaques de la marca, etiquetas permanentes, etiquetas colgantes, estampes, sublimaciones, diseño de avíos, papelería en general de la marca
1	Diseñador de indumentaria	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación de tendencias globales y motivos de inspiración, donde parte el desarrollo de la producción ▪ Diseño de propuestas para las 4 colecciones anuales (bocetos, ilustraciones, fichas de producción) ▪ Selección de materiales, avíos ▪ Patronaje, marcada ▪ Verificar el cumplimiento de las características de la prenda
4	Confección	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Armado de prototipos y la producción de masa ▪ verificar calidad de costura mientras arma
1	Pulidor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pulido de producto, corte de hilos, verificar calidad del producto en general
1	Empacador	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planchado, colocar etiquetas colgantes, empacado del producto

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Para poner en marcha la producción de ropa femenina de la empresa Anthy se establecen normas que deben ser acatadas por cada miembro del establecimiento. Los siguientes aspectos de seguridad industrial son tomados de referencias como OHSAS 18001 (plantean normas de estándar de seguridad) y la ley SART de Ecuador (evalúa y certifica mediante autorías). Igualmente, las normas ISO 14000 que son un estándar de gestión ambiental, esto permitirá demostrar y obtener un desempeño ambiental correcto (ISO Tools, 2018).

Tabla 29. Seguridad industrial y medio ambiente

Requisitos	Indicadores	Elementos
Ergonomía	Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sillas, mesas e infraestructura adecuada ▪ Evitar sobre esfuerzo inútil
Seguridad	Medidas preventivas	<p>Vestuario de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar ropa de protección y mantenerlas en buen estado. Cada trabajadora en planta debe tener su uniforme que consta de un mandil, gorro, gafas, tapones de oído, mascarilla dependiendo del área en la que desempeñe su función ▪ Usar calzado adecuado
		<p>Instalaciones eléctricas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener las señales de seguridad o de peligro en lugares visibles y en buen estado ▪ Instalación de iluminación adecuada en cada área para evitar daños en la vista ▪ Controlar las instalaciones eléctricas con revisiones periódicas para evitar daños futuros
		<p>Manejo de maquinaria y herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pedir autorización para utilizar máquinas y equipos en general ▪ Utilizar las herramientas apropiadas, cuidarlas y colocar en el sitio adecuado ▪ Mantenimiento de maquinaria cada cierto periodo
		<p>Salud y limpieza</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el botiquín de primeros auxilios ▪ Prohibido fumar dentro de las instalaciones ▪ Mantener el lugar de trabajo ordenado y limpio ▪ Evitar ingesta de alimentos que dañen la prenda ▪ Tener ventilación adecuada para la comodidad de los trabajadores
		<p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Respetar y exigir el respeto a los demás ▪ Evitar la improvisación, cumpliendo cabalmente las instrucciones, preguntar ante la duda ▪ Trabajar con calma, seguridad y buen gusto hasta terminar la tarea asignada ▪ No se permite el uso de celulares mientras trabaja, pueden distraer y causar accidentes ▪ Se les prohíbe trabajar en estado de embriaguez ▪ Mantener el orden y la vigilancia en el trabajo ▪ Informar a las autoridades o propietarios sobre condiciones peligrosas e inseguras ▪ Conocer la señalética, saber las precauciones básicas de seguridad
		<p>Empleador</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitar a los empleados en el uso de señalética, normas de seguridad personal, uso de maquinaria e implementos y motivar a los empleados ▪ Adquirir maquinaria segura ▪ En el área laborar usar el uniforme correspondiente ▪ Colocar extintores ▪ Mantener el orden general en cada área de trabajo evitando aglomeraciones innecesarias de material ▪ Permitir a los trabajadores que roten las tareas, permitir una pausa activa para realizar movimientos voluntarios, para evitar dolores y malestares en las piernas, brazos, espalda y cuello. ▪ Promover actividades entre los empleados fuera del trabajo para fomentar el bienestar entre los mismo
<p>Medio ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover el reciclaje de materia prima, papel, cartón, vidrio ▪ Trabajar en convenio con otros empresarios que elaboren otros productos con los retales como tapizadores de muebles, mecánicos 		

Fuente: (ISO Tools, 2018) y (Tarí y Molina, 2015)

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas)

La crisis sanitaria trajo cambios a nivel global, influyó en las nuevas tendencias de moda y la mentalidad del consumidor. Anthy en una marca que nació en plena pandemia y ha sabido adaptarse a distintas situaciones y eventualidades que ha provocado la pandemia que aún no termina.

La principal actividad de ésta marca es el diseño y producción de ropa deportiva y casual, para dama de entre 20 y 35 años de edad, que expresa una identidad local con la aplicación de iconografía presente en las máscaras de los Trompeteros de Saraguro. Se realizan diferentes técnicas de estampado a base de vinilos textiles; vinilo sublimable, vinilo reflectivo, vinilo holográfico, vinilos metálicos.

Es vital para marca ofrecer un producto de calidad, que tenga larga durabilidad y con esto colaborar con la sostenibilidad de medio ambiente; además que se entregan los retazos de telas de punto para la elaboración de guaipe. Otra característica es la fabricación de prendas multiuso con las que el cliente se sienta cómodo; ya sea trabajando desde casa o fuera de ella.

6.2. Perfil del cliente.

El proyecto se desarrolla en torno a las características de las mujeres de 20 a 35 años de edad de la ciudad de Cuenca, que pertenecen a la generación “Y” o la generación del milenio (nacidos entre 1980-2000). Sea cual sea su estado civil, con un nivel de educación superior, mujeres profesionales, que habitan en las zonas urbanas; además, adquieren un sueldo mínimo de 386 dólares que representa al USB. En esta perspectiva se comprende que las Neo tradicionales son mujeres trabajadoras, independientes, perseverantes, con una vida social y económica activa; así también les fascina buscar nuevas propuestas en cuanto a diseño.

Según INEXMODA (2012), los neotradicionales son conocidos como tradicionales evolucionados, son sensibles al desarrollo del entorno. Reaccionan positivamente a la novedad, al cambio, al descubrimiento social, cultural y tecnológico. Este sector ha tenido que vivir en un contexto cambiante y su característica de alta sensibilidad les ha llevado a adaptarse a la nueva realidad, haciendo cambios esenciales en sus hábitos a nivel general. Un consumidor hiperconectado; antes de la pandemia ya se realizaban compras en línea, pero esto aceleró esta tendencia, por la cuarentena y por evitar el contagio y mantener distancia. Un cliente consiente, que se preocupa por su salud física y mental, el medio ambiente, la familia, el bienestar común.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Figura 86. Moodboard del perfil del cliente

6.3. Identidad de marca (Manual de la marca)

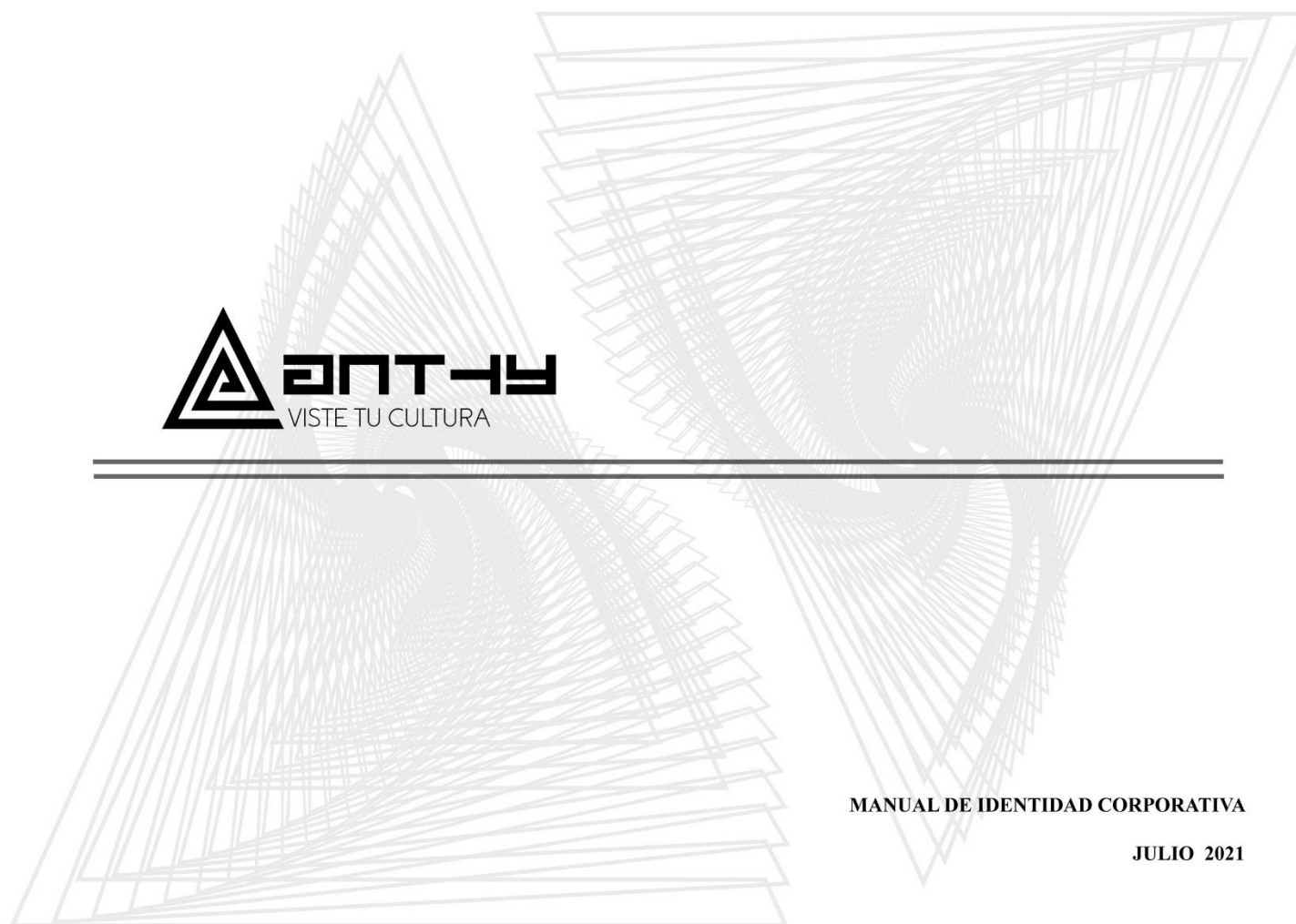


Figura 87. Portada del manual de la marca



Contenido:

1. La marca
2. Construcción
3. El color
4. Tipografía
5. Usos no permitidos
6. Papelería
7. Aplicaciones

Figura 88. Contenido del manual



1. LA MARCA

Anthy es una marca que diseña, fabrica y oferta prendas Athleisure; una combinación entre el estilo deportivo y casual, con la aplicación de motivos culturales. Además, se caracteriza por ofrecer productos de alta calidad y durabilidad. Pensando concretamente en la comodidad y confianza del cliente, esta marca pretende transmitir tranquilidad al consumidor en sus prendas al crear armonías de colores y texturas.

Es una marca auténtica ya que emite identidad local, con la aplicación de motivos inspirados en las culturas locales, colaborando además, con la revitalización de las costumbres de los pueblos aborígenes.

Figura 89. La marca



2. CONSTRUCCIÓN

La marca Anthy nace con el propósito de proveer al cliente productos que transmitan una identidad local. Anthy se deriva de un término Quechua que quiere decir ‘proveniente de los Andes’, pues la marca pretende representar la cultura proveniente de los Andes y fusionarla con la moda en sus prendas. Esta empresa joven a visto oportuno recrear prendas que transmitan la identidad de la cultura Saraguro específicamente.

Respecto al símbolo, es un triángulo en espiral ya, que la espiral es un signo mítico para las comunidades ancestrales, que connota el ciclo evolutivo de toda existencia de manera alterna (Milla Euribe, 2004).

El slogan o frase de anclaje que maneja esta marca personifica lo que ésta quiere decir o dar a conocer.

Figura 90. Construcción de la marca



Sobre blanco



Blanco sobre negro



Negro sobre gris



Negro sobre beige



Negro sobre otro color



Negro sobre marrón



Solo signo



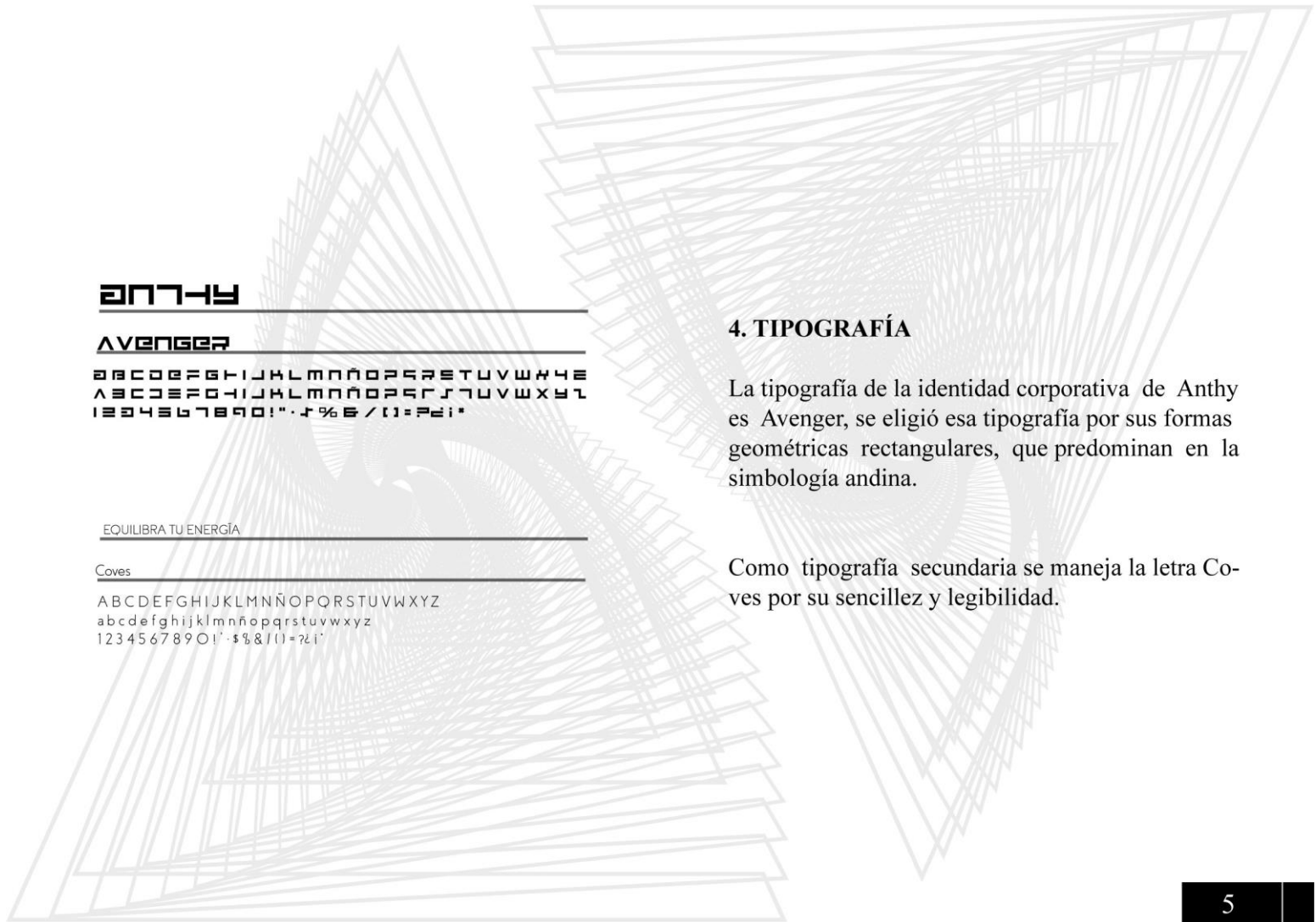
3. EL COLOR

El color es un factor muy importante en una marca pues de éste depende la manera cómo los consumidores perciban a la marca a primera vista.

El color principal de esta marca es el negro, que es un tono neutral, combinable con cualquier color y refleja, seriedad, elegancia y lujo.

Se permiten aplicaciones cromáticas con colores neutros. Además, está permitido usar el isotipo y el logotipo por separado ya que ambos permiten distinguir la identidad de la marca,

Figura 91. El color de la marca



AVENGER

AVENGER

AVENGER
AVENGER
AVENGER

EQUILIBRA TU ENERGÍA

Coves

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()=+?~|'

4. TIPOGRAFÍA

La tipografía de la identidad corporativa de Anthy es Avenger, se eligió esa tipografía por sus formas geométricas rectangulares, que predominan en la simbología andina.

Como tipografía secundaria se maneja la letra Coves por su sencillez y legibilidad.

Figura 92. La tipografía de la marca

6.4. Uso de la marca

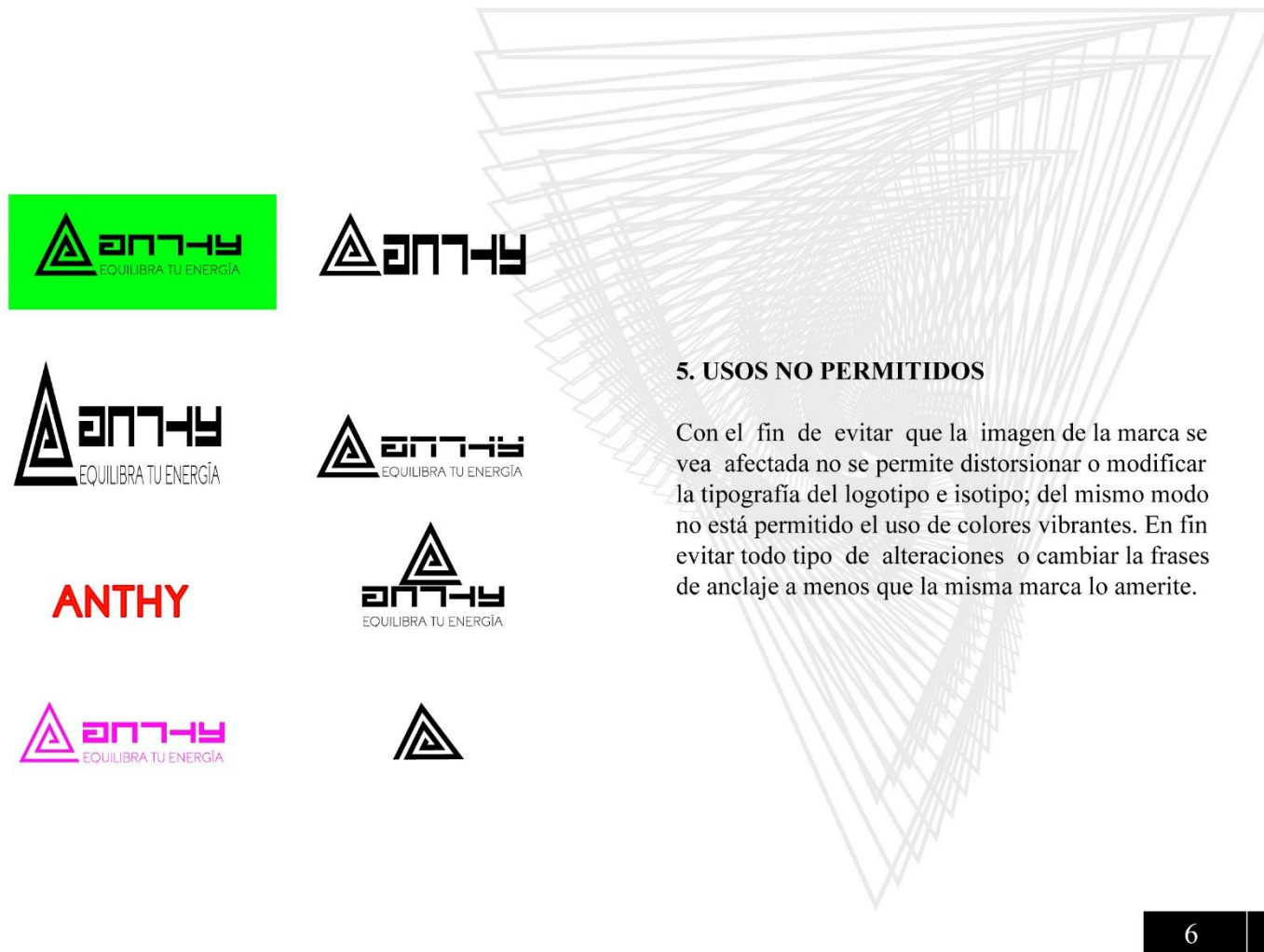


Figura 93. Usos no permitidos de la marca



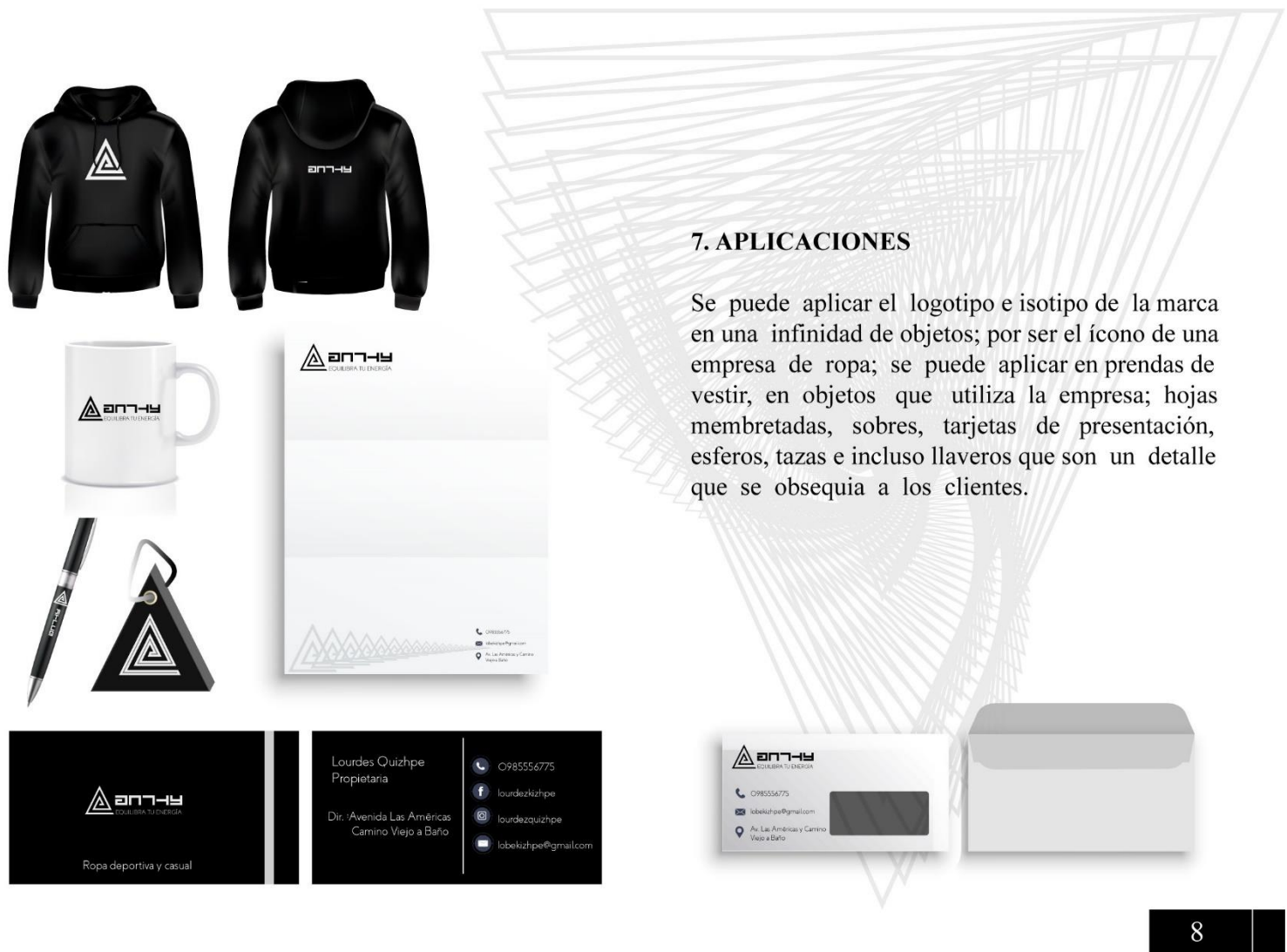
6. PAPELERÍA

Etiquetas: Esta marca utiliza etiquetas de cartón no permanentes que son aquellas que se pueden colocar como adhesivo o colgante, estas etiquetas pueden contener la información que el propietario considere necesario (INEN, 2017).

Marquillas: Es una etiqueta permanente, puede ser cosida o adherida mediante una técnica de estampación.

Empaque: Los productos se comercializan en bolsas cartón. Según las normas INEN, los productos que se comercialicen en empaques sellados deben llevar en su empaque la información requerida en esta norma, de tal forma que se garantice su permanencia hasta su comercialización (INEN, 2017).

Figura 94. Papelería de la marca



7. APLICACIONES

Se puede aplicar el logotipo e isotipo de la marca en una infinidad de objetos; por ser el ícono de una empresa de ropa; se puede aplicar en prendas de vestir, en objetos que utiliza la empresa; hojas membretadas, sobres, tarjetas de presentación, esferos, tazas e incluso llaveros que son un detalle que se obsequia a los clientes.

Figura 95. Aplicaciones de la marca



Figura 96. Contraportada del manual de la marca

6.5. Tendencia: macro y/o micro tendencia

6.5.1. Macrotendencia

Las macrotendencias son tendencias más globales y longevas, asociadas a estilos de vida y en consonancia con los diferentes cambios sociales y culturales (Valera, 2021). Para determinar una macrotendencia se requiere de meses e incluso años de investigación, por esta razón no son fugaces sino que permanecen en un periodo a largo plazo. Además ésta determina tendencias no solo de moda, sino productos de consumo a nivel mundial es decir son tendencias universales. Todas las situaciones que provocó la pandemia generaron cambios en el comportamiento del ser humano y por tanto en sus preferencias de consumo.

Es difícil que una empresa de moda se conserve dentro de los gustos de los mercados, es necesario hacer esfuerzos e investigar para poder comprender lo que el cliente desea. Por esta razón empresas como Cotton Incorporated, realizan investigaciones de tendencias que marcará la moda en las próximas temporadas. Esta compañía efectúa investigaciones y comparte información y recursos con el fin de apoyar a empresas a desarrollar productos de algodón superiores, innovadores y rentables (Solís, 2019). Este año esta empresa presentó cuatro Macrotendencias de estilos de vida para Otoño - Invierno 2022-2023, que serán influenciadas por la pandemia.

Entre las cuales se tomó como referente la macrotendencia 'Primitive'; que busca un regresar a la naturaleza, tanto en sentido como en estética, pero se diferencia de tendencias similares del pasado, es un enfoque en ejecuciones limpias y modernas, resaltando lo tradicional y antiguo para resolver problemas modernos. Movimientos como el suprareciclaje, la circularidad y el ingenio que unen el pasado con el futuro (Inexmoda, 2021).

Prácticas de diseño antiguas: es sorprendente el surgimiento de compañías que buscan soluciones y lecciones del pasado para acoplarlas a las capacidades de la modernidad para resolver los problemas actuales, en moda, arquitectura y áreas del diseño en general.

Ritmo natural: invita a abrazar la naturaleza, exploramos los cambios físicos, mentales y conductuales en la salud. En este aspecto las marcas pueden ayudar a los consumidores a involucrarse mejor con sus ciclos naturales del cuerpo. Las soluciones artificiales pueden causar las estimulaciones circadianas que no estamos obteniendo por el encierro. Colores que produzcan sensaciones que suelen provocar la naturaleza, colores como el azul del cielo, o tonos cálidos del crepúsculo, esto es incorporado sobre todo en la tendencia de luces.

Una vuelta a lo salvaje es clave para la tendencia primitiva, este concepto fue acuñado por el biólogo Edward O. Wilson cuyo concepto de media tierra propone que la extinción en masa puede evitarse si se le dedica la mitad de la superficie de la tierra a la naturaleza; esta tendencia que puede apreciar en la arquitectura, arte la moda y los espacios.



Figura 97. Moodboard macro tendencia

La biofilia, es la conexión con la naturaleza y la afinidad con todo lo viviente, este término ha sido conocido a lo largo del tiempo como el pilar del diseño, ve a la naturaleza como el último diseñador.

La paleta de color de la tendencia primitiva se basa en colores neutrales, tonos arcillosos, se incorpora el color naranja que es un acento vital dado que presta un sentimiento moderno a los otros tonos apagados. Texturas de arcilla y siluetas que incorporan diferentes, texturas y telas que se inspiran en las diferentes topografías que hay en la tierra.

6.5.2. Tendencia

La microtendencia es a diferencia de la anterior son efímeras y generan más consumo; la moda es dinámica y cambia constantemente, influenciada por factores económicos, sociales, psicológicos o políticos. La dirección en la cual se mueve la moda es lo que llamamos tendencia. Las microtendencias son los que dan origen a las llamadas modas pasajeras. Cambian cada temporada, revolucionan el mercado, abren un abanico de posibilidades y promueven el consumo (Nicolichia, 2013).

La plataforma de Inexmoda y Fashion Snoops, se dedicada a hacer investigaciones de tendencias con el fin de apoyar al desarrollo de empresas de moda. Con bases en Nueva York y establecida hace más de 17 años, Fashion Snoops es una sociedad dedicada al Pronóstico de Tendencias, una plataforma de considerable tecnología y perceptibles contenidos renovadores, logrando así brindar inspiración e información a las marcas de moda. Experiencia, investigación, actualización y conocimiento es la conjugación de la alianza entre Inexmoda y Fashion Snoops que llega para ofrecer al cliente, una plataforma de apoyo, cuenta con un sin número de analistas que predicen las tendencias (Inexmoda, s.f.).

A inicios de 2021 Inexmoda presentó las tendencias Primavera-Verano 2022. Denominada; Sentimientos culturales para el mercado de la moda que son; Renacer, Esencial, Nutrirse y Liberarse. Para este proyecto de seleccionó la tendencia ‘Esencial’; que es lo nuevo, lo básico realmente, que no quiere decir minimalista, la vida de las

personas se ha transformado completamente con la crisis sanitaria, entonces están buscando lo más esencial, lo primordial y necesario con lo que se puede vivir. Dentro de esta tendencia el ser humano busca reducir la celeridad del tiempo, apreciar cada etapa de la vida, se vuelven más prácticos, independientes y ordenados. En este sentido el consumidor busca una confianza consigo mismo y con los demás, amistades significativas, auténticas. Se viene la búsqueda de lo esencial para estar bien; productos multifuncionales y reutilizable (Inexmoda, 2021).



Figura 98. Moodboard de la tendencia

Las influencias que tendrá en el diseño son; reducir todo exceso que hubo antes de la pandemia y adoptar lo fundamental, la reutilización, el patchwork, textiles tejidos a mano, de punto que deriven suavidad; poseer solo lo básico para estar en paz, en tranquilidad. Los tonos para esta tendencia son alegres, marrones que emitan seguridad, el color básico,

el color raíz de esta influencia es el verde. En cuanto a telas, antepone los textiles antimicrobianos, que contenga filtro uv, textiles con la particularidad de proteger (Inexmoda, 2021). Los pilares del diseño son:

Menos pero mejor, es una depuración, una limpieza escrupulosa de la desorganización, de los excesos, una limpieza interna de sí mismo. Se centra más en la calidad de los productos, opta por siluetas atemporales, versátiles, mas minimales, naturales, básicos, costuras más contundentes y más refinadas (Inexmoda, 2021).

Parentesco, son más realistas y más prácticos, prevalece el uso de materiales naturales biodegradables, intención de reciclado, y utilización de parches, productos terapéuticos, que atraigan tranquilidad, descanso, paz; existe u total apoyo al consumo de la comunidad, al mercado local, es un sentimiento de comunidad (Inexmoda, 2021).

Y por último las **necesidades humanas**, es un mundo pospandémico, demanda la salud y estéticas muy suaves, la primacía mayor el bienestar integrado con la tecnología, sostenibilidad perdurable, diseños terapéuticos, el diseño tiene que ser cómodo, mezclas de diferentes texturas, que se noten que está tejidos artesanalmente, hecho a mano aunque no pulcro, continúan las capas sobre capas, pues proveen seguridad (Inexmoda, 2021).

6.6. Análisis de color de la propuesta

El análisis del color lo determinan la microtendencia y los objetos de análisis que en este caso son las máscaras de los trompeteros de Saraguro. Los tonos de la microtendencia son colores alegres, marrones que da la sensación de seguridad, el color base que predomina dentro de esta tendencia es el verde. Los tonos de las máscaras son colores vibrantes y contrastantes, además que hay una gran variedad de tonos entre los cuales se toman los más iterativos.

6.6.1. Paleta de color de la propuesta

Se realizó una paleta de color combinando los tonos de la micro tendencia y la paleta de color sustraída de las máscaras. Generando así un compendio de colores con los que se trabajó la colección.

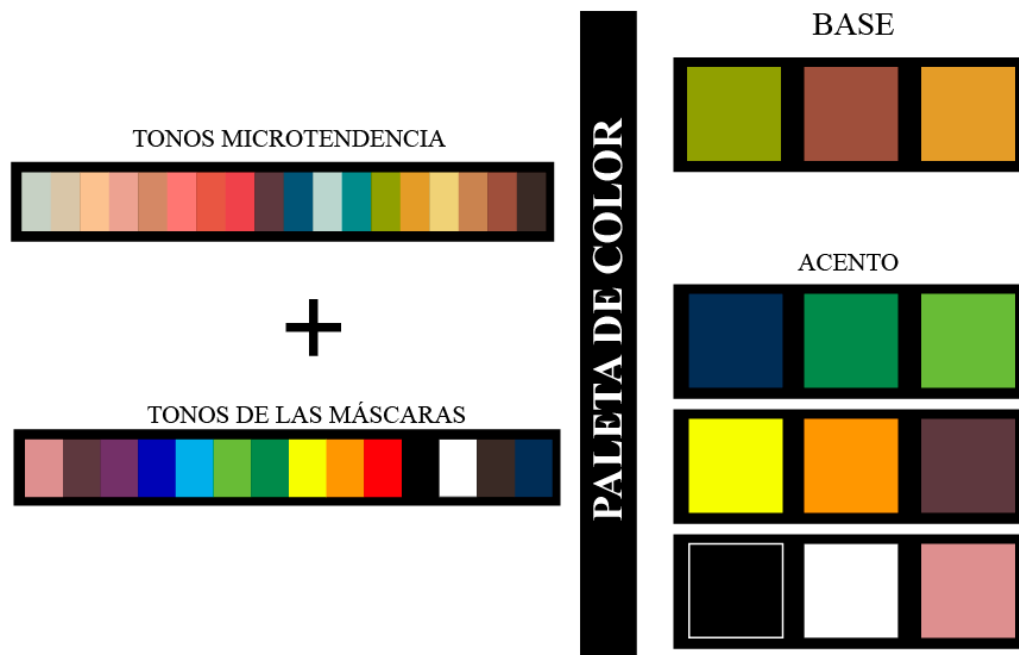


Figura 99. Paleta de color de la propuesta

6.7. Concepto de la propuesta

El propósito de esta propuesta es transmitir parte de la cultura del pueblo *kichwa* Saraguro, la base de este proyecto son las máscaras de los trompeteros de éste pueblo que aparecen únicamente en semana santa, dos cada año. Estas caretas poseen variedad de diseños y símbolos, pero las más predominantes son los astros sol y luna y el símbolo de la cruz escalonada. La propuesta contará con una colección de seis conjuntos athleisure, es los cuales se aplicará diferentes vinilos textiles; representando mallas de figuras reelaboradas a partir de los íconos encontrados en las máscaras.

Tabla 30. Ficha conceptual de la colección

FICHA DE LA COLECCIÓN		
Colección: Ayni	Universo de vesturio: Deportivo-Casual	Usuario: Mujeres profesionales
Temporada: Comercial	Nivel: Prer-a-porter	Elaborado por: L. Quizhpe
TENDENCIAS		

<p>Macrotendencia: El regreso a lo natural, Primitive promulga la conexión con la naturaleza, el supra-reciclaje, la reutilización de objetos que ya hayan terminado su vida útil; se retoman prácticas antiguas para solucionar problemas del presente, diseño de productos que imiten a la naturaleza, el ser humano tiene un vínculo con el medio ambiente y necesita conectarse a ella; la arquitectura, el diseño de interiores, las modas incluyen la naturaleza en sus propuestas.</p>		
<p>Tendencia: Esencial es una tendencia enfocada en la búsqueda de lo primordial, de lo básico, evitando y despojándose de los excesos. En este aspecto el ser humano busca tener relaciones estables, reales y duraderas, necesita sentirse seguro y tranquilo. Hay una predisposición por el apoyo a la comunidad, el consumo local, el apoyo mutuo. Prima la salud, el bienestar emocional.</p>		
Usuario	Contexto:	Simbolismo:
Usuario: Mujeres de 20 a 35 años de edad.	Espacial: Ciudad de Cuenca, zona urbana.	Reconstruir: conexión con la naturaleza, paz interior.
Generación: Milenials	Perfil del consumidor: Neotradicionalista	Temporada: Comercial, Octubre - Diciembre 2021.
Estilo: Athleisure		
Ámbito social	Inspiración	
Nivel socioeconómico: Usuarios profesionales nivel medio.	Nombre: Trompeteros de Saraguro	Elementos inspiracionales: Iconografía de las máscaras de los trompeteros.
FUNCIÓN	ESTÉTICO	TÉCNICO
Ocasión de uso: Multiusos	Siluetas: Amplias y entallada.	Materiales: Textiles de punto
Tipología de prendas: Prendas superiores: Hoodies y buzos. Prendas inferiores: Jogger y leggings	Proporción y línea: Predomina líneas rectas en la mayoría de las prendas. En los leggings se maneja líneas curvas pues son entalladas.	Insumos: Cierres, tira cierres, hilos, reatas, ojalillos, elástico y cordones.
Funcionalidad: Versatilidad de uso, siluetas atemporales, cortes sencillos.	Detalles: Estampado en variedad de vinilos textiles con aplicación de símbolos representativos de la cultura Saraguro.	Maquinaria: Máquina recta, overlock y recubridora livianas, máquina troqueladora de ojales, impresora de corte.
PALETA DE COLOR		
Base: Colores de la tendencia	Acento: Colores vibrantes de las máscaras	
		
FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO		
Elementos conceptuales: punto línea plano y volumen.	Principios: Reflexión, radiación y traslación.	Articulación de planos: Unión de planos contrapuestos, contraste de texturas, piezas estampadas y combinación de textiles con diferentes texturas y colores. Planos monocromáticos y planos cromáticos.
Elementos visuales: Figuras: geométricas y orgánicas Tamaño: representaciones pequeñas Color: complementarios, neutros y cálidos. Textura: Texturas suaves que proporcionen comodidad.	Relaciones de la forma: Toque entre piezas, distanciamiento de figuras, unión de las piezas al coserse, superposición de piezas, coincidencia de piezas.	

Tabla 31. Método de diseño los nueve ámbitos

Nº	Ámbito	Códigos
1	Usuario	Mujeres de 20 a 35 años de edad, estado civil, todos, nacionalidad, cualquiera, clase media
2	Social	Versatilidad; ocio, salida al parque, al gimnasio, trabajo, etc.
3	Funcional	Multifuncional, atuendos 100% prácticos. Durabilidad, Comodidad.
4	Contexto	Toda clase de profesiones. Azuay, Ecuador, clima templado frío.
5	Simbólico	Confort, originalidad, bienestar común, seguridad.
6	Estilo	Athleisure, una combinación entre lo casual y lo deportivo, cómodo; que resalte la figura femenina
7	Forma	Textiles de punto, compuestos 70% CO. Suavidad y comodidad, siluetas amplias.
8	Tendencia e Inspiración	Una búsqueda de bienestar y seguridad, prendas cómodas. Inspiradas en la iconografía de las máscaras de los trompeteros de Saraguro
9	Técnico	Diseñadores, confeccionista, patronista. Técnico en estampados.

6.8. Elementos del diseño

Los elementos del diseño son las que lo componen, “estos elementos están muy relacionados entre sí no pueden ser fácilmente separados, tomados por separado pueden parecer bastante abstractos; pero unidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño” (Wong, 1995). Los elementos componen la plataforma visual de las prendas de vestir o una colección. Diseñar reside en fusionar elementos, para hallar así la composición perfecta para una propuesta vestimentaria.

6.8.1. Siluetas y tipologías de prendas

La silueta es la forma de las prendas lo que se percibe a primera vista, así; la silueta básica que maneja esta propuesta es la silueta amplia que resulta holgada y cómoda, pero hay una tipología de prenda que necesariamente debe llevar la silueta entallada o pegada al cuerpo y son los leggings.

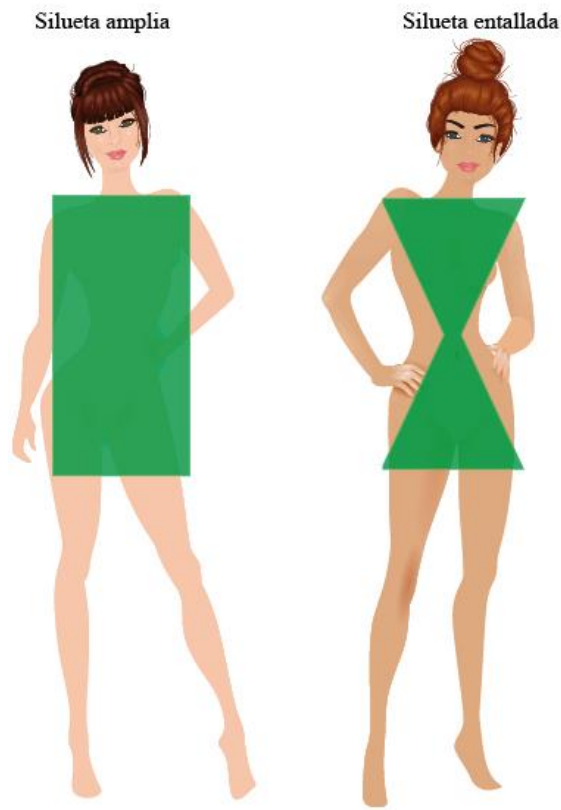


Figura 100. Siluetas

Las prendas para éste proyectos se seleccionaron en base a la encuesta realizada al usuario, se tomaron en cuenta las prendas con mayor coincidencia de uso y preferencia.

Prendas superiores

Hoodies y buzos: Son unas de las prendas más representativas de la moda de calle, se convierte en la protagonista del año 2021, ya sea en combinaciones formales o informales (Collado, 2021). Esta es la prenda básica en esta propuesta, se manejan siluetas rectas y curvas, formas que resalten la figura femenina, es una prenda cómoda, suave y versátil ya que se puede combinar con prendas de diferentes universos de vestuario.



Figura 101. Silueta hoodies

Prendas inferiores

Joggers y leggings: el jogger una pieza clave para realizar actividades físicas, es una prenda cómoda, suave y transpirable. Incluso, usarlo en el trabajo desde casa. Mientras que los leggings son ideales para mujeres que realizan varias actividades a lo largo del día ya que puede adaptarse a varios espacios y ocasiones: ejercicio en casa, running, o incluso salir a la calle. Tiene una silueta ajustada o entallada.



Figura 102. Silueta de joggers y leggings

6.8.2. Proporción y línea

La línea está formada por una infinidad es altamente expresiva y dinámica de puntos, “cunado un punto se mueve su recorrido se transforma en línea, tiene posición, dirección y está limitada por puntos, forma los bordes de un plano” (Wong, 1995). En los bordes de las piezas que formarán la prenda predomina las líneas rectas y semicurbas. Respecto a la proporción, estas prendas se pueden adaptar fácilmente sobre cualquier tipo de cuerpo debido a la silueta rectangular, ya que son prendas amplias y tienen un grado de elasticidad.

6.8.3. Función

La vestimenta puede ser detallada completamente en términos materiales como artículo que satisface ciertas necesidades de las personas, pues posee funciones en diferentes niveles de la cultura por ser también un elemento material de esta, un modelo social del grupo y, hasta cierto lugar, una expresión característica del temperamento. Pero la función de la vestimenta no es solo la de cubrir el cuerpo, sino que también se representa en ella la manera de existir y de descifrar el contexto de los grupos que conforman a la sociedad, por medio de los diseños, los colores y las formas que se le bordan y plasman (Hernández, 2012). La principal función de la creación de esta colección es la comodidad de los clientes, ofrecer un producto de calidad que proporcione seguridad y versatilidad.

6.8.4. Detalles

En cuanto a los detalles de las prendas Athleisure, se aplican estampados en vinilos textiles con diseños reelaborados a partir de la iconografía de las máscaras de los trompeteros de Saraguro, la composición de las prendas es funcional, posee amplitud, comodidad, se usa exclusivamente textiles de punto compuesto en su mayoría por algodón. Los detalles de costuras limpias, se trata de que todas las costuras queden asentadas.

6.8.5. Estilo



Figura 103. Moodboard del estilo athleisure

La línea Athleisure es básicamente nueva, el término quiere decir athletic = atlético y leisure = ocio; radica en una combinación de prendas deportivas y casuales, logrando prendas cómodas, versátiles y multifuncionales. Es el tipo de prendas con que el usuario puede estar cómodo en casa, en una salida con amigos, para hacer algún tipo de actividad física o incluso para una reunión, en cualquier momento del día. Es una línea donde el usuario conjuga, comodidad, estética y originalidad.

6.8.6. Estampados, acabados y terminados

Se aplican estampados mediante termofijación, en variedad de vinilos textiles en las prendas, con iconografía inspirada en las máscaras de los trompeteros de Saraguro, para dar forma a los diseños de figuras, se emplea una impresora o plotter de corte, que, realiza

cortes finos a detalle. Se realizan dos líneas en esta propuestas; una línea con prendas monocromáticas usando vinilos del mismo tono y otra línea cromática usando vinilos que contrastan con la prenda. Para las prendas con cremalleras se colocan tira cierres de distintos tamaños del mismo tono de la prenda, se utilizan reatas para prendas superiores en caso de ser necesario, cordones para las hoodies y los joggers, por último se coloca la etiqueta de cartón y se coloca las prendas en su respectivo empaque.

6.9. Materiales e insumos

Tabla 32. Bases textiles

Textil	Características	Proveedores
Fleece perchado	70% Algodón/30% Poliéster	Austrotex
Gymnastic	80% Poliéster / 20% Elastáno	Portofino
Rib	70% Algodón y 30%	Austrotex

Tabla 33. Insumos o avíos

Insumo	Características	Proveedor
Cierres	Poliéster100% llave metálica	Almacenes Lira
Hilos	Poliéster 100%	Comercializadora Briseño
Tira Cierres	Plásticos y Poliéster	Inmatex
Elásticos	80% Poliéster y 20% Elastano	Inmatex
Cordones	Polialgodón	Rio Sport - Ambato
Ojalillos	Metálicos	Unlimited

6.10. Fichas de producción

6.10.1. Estructura de la colección

FICHA DE ESTRUCTURA DE LA COLECCIÓN		
Colección: Ayni	Temporada: Comercial	Línea: Deportivo Casual
Usuario: M/Athleisure	Autor: L. Quizhpe	Referencia: FR01
PRENDAS VESTIMENTARIAS / TEXTILES	FLEECE PERCHADO	GYMNASTIC
Prendas superiores		
Hoodies	1	
Buzos	8	
Prendas inferiores		
Joggers	7	
Leggins		2
Prendas icónicas	2	
Prendas básicas	8	
Prendas de tendencia	8	
Total prendas del ropero	18	

Figura 104. Estructura de la colección

Para conocer de cuantas prendas en total abarca la colección se realizó el cuadro anterior. En el que se detalla, clasifica y organiza las prendas de la colección según el tipo de textil en el que se fabrican. En total son 18 prendas que conforma la colección y se emplea dos tipos de telas el *fleece perchado* que se compone de un 70 % de algodón y 30% de poliéster y *gymnastic* que se compone de 80% poliéster / 20% elastáno. Entre las prendas seleccionadas están el *hoodie*, *jogger*, *leggin* y buzos. Dentro de las cuales el *leggin* es la prenda icónica o protagonista de la colección, pues, ha obtenido un gran protagonismo durante la pandemia por su versatilidad y comodidad, como prendas básicas están los buzos y entre las prendas de tendencia *hoodies* que hacen una composición armónica con los *joggers*.

6.10.2. Figuras rediseñadas seleccionadas

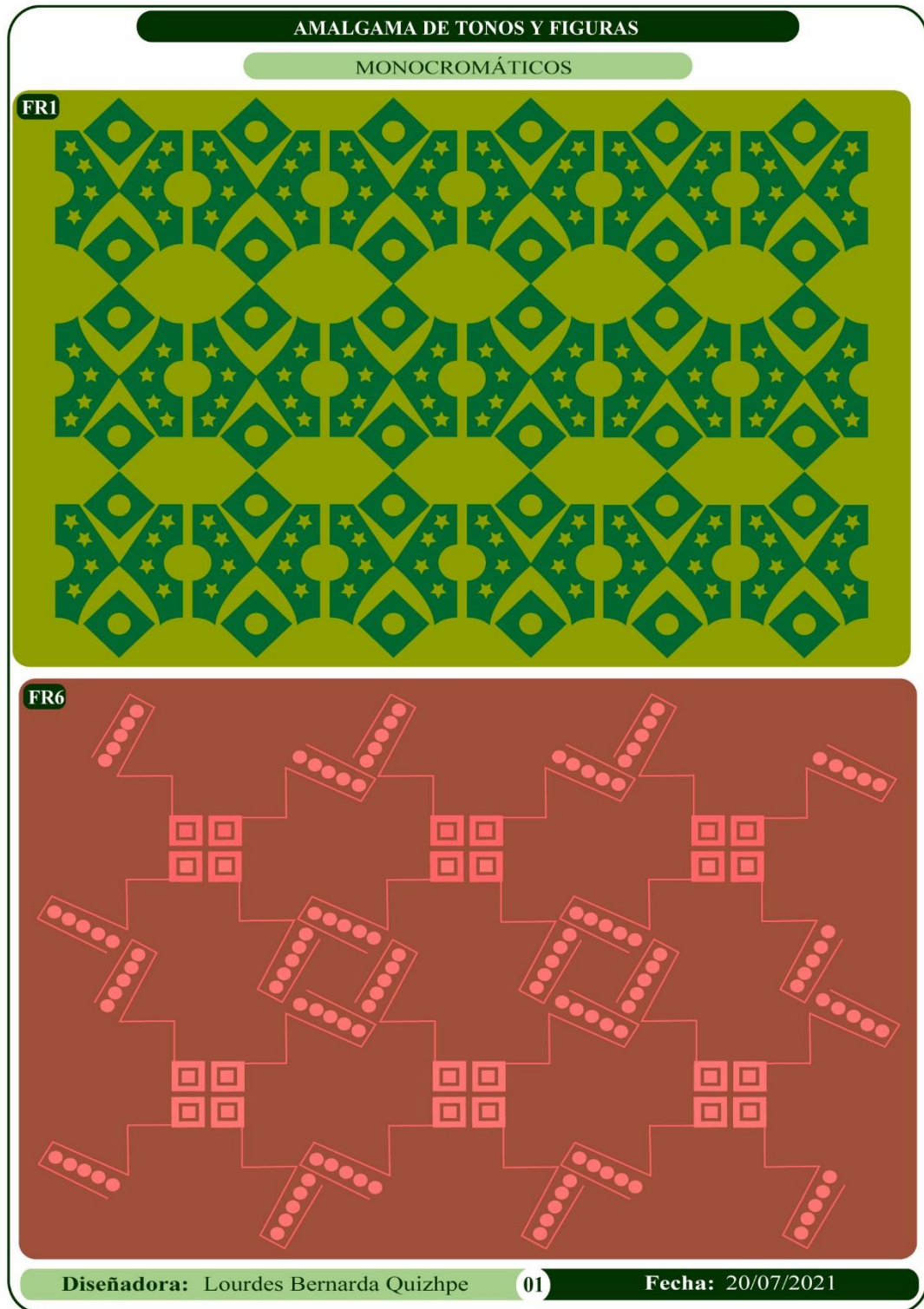
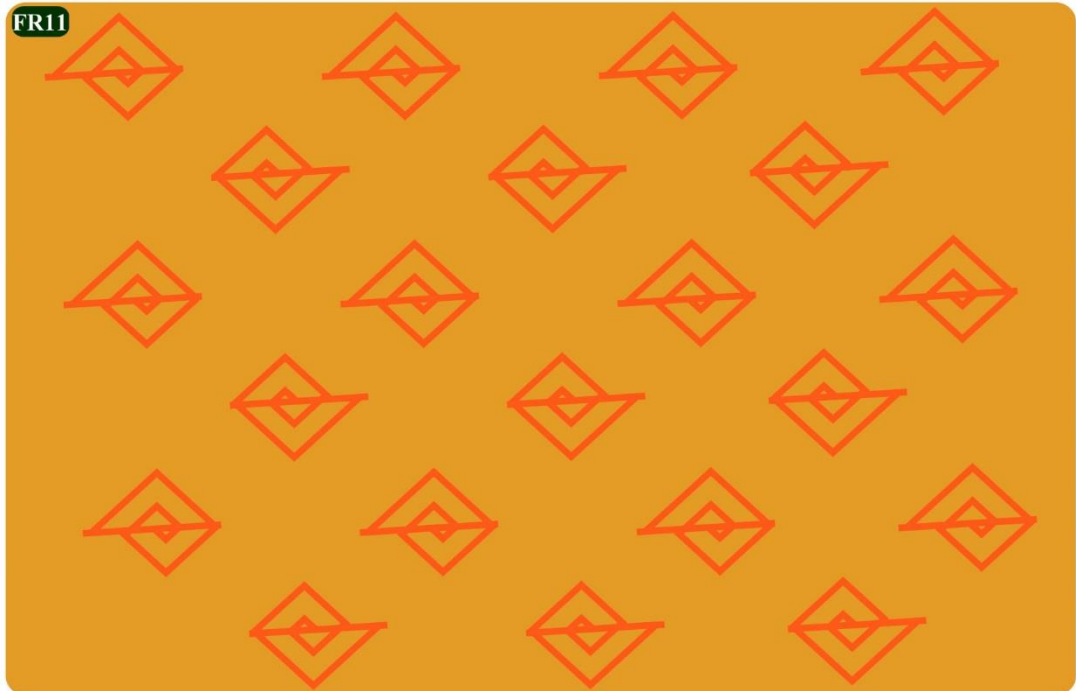


Figura 105. Amalgama de tonos y figuras FR1-FR6

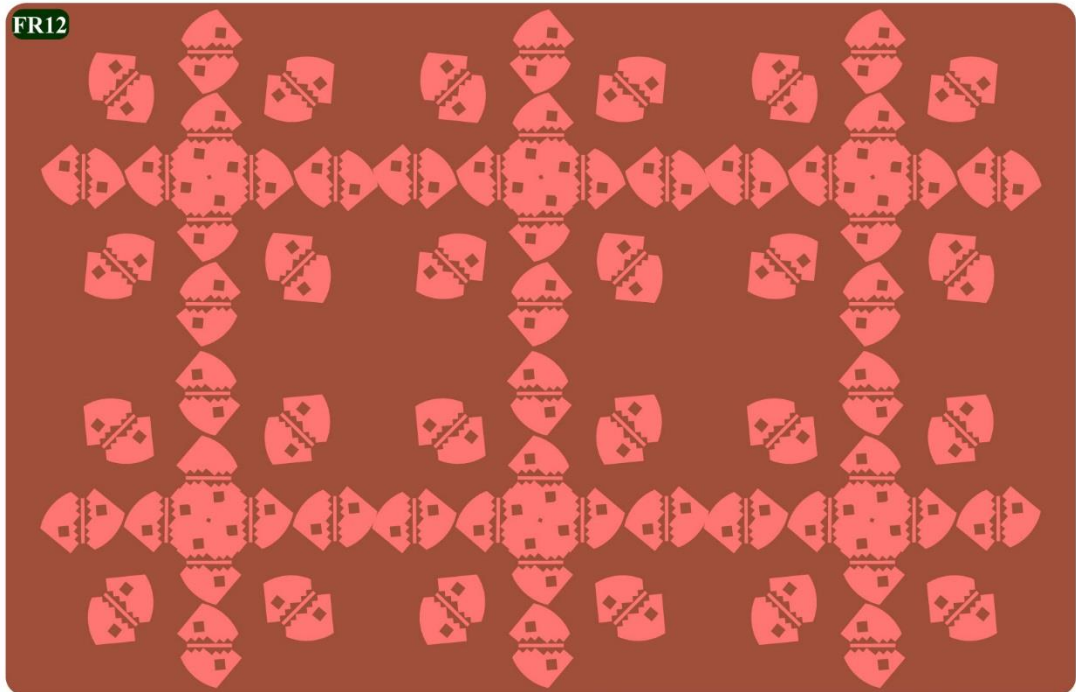
AMALGAMA DE TONOS Y FIGURAS

MONOCROMÁTICOS

FR11



FR12



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

02

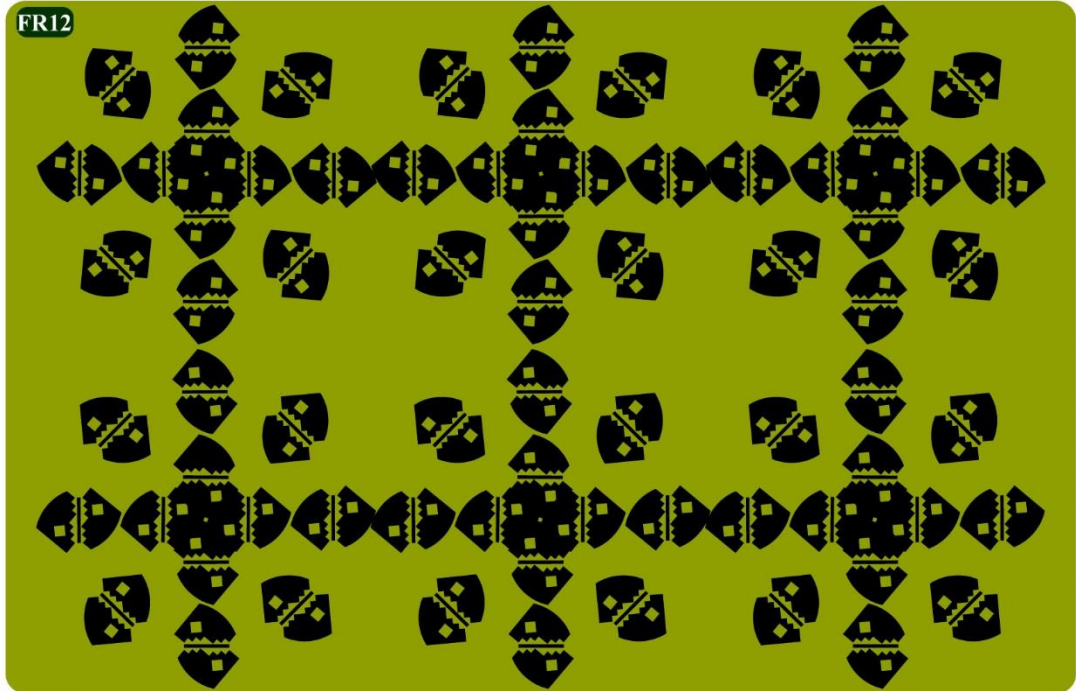
Fecha: 20/07/2021

Figura 106. Amalgama de tonos y figuras FR11-FR12

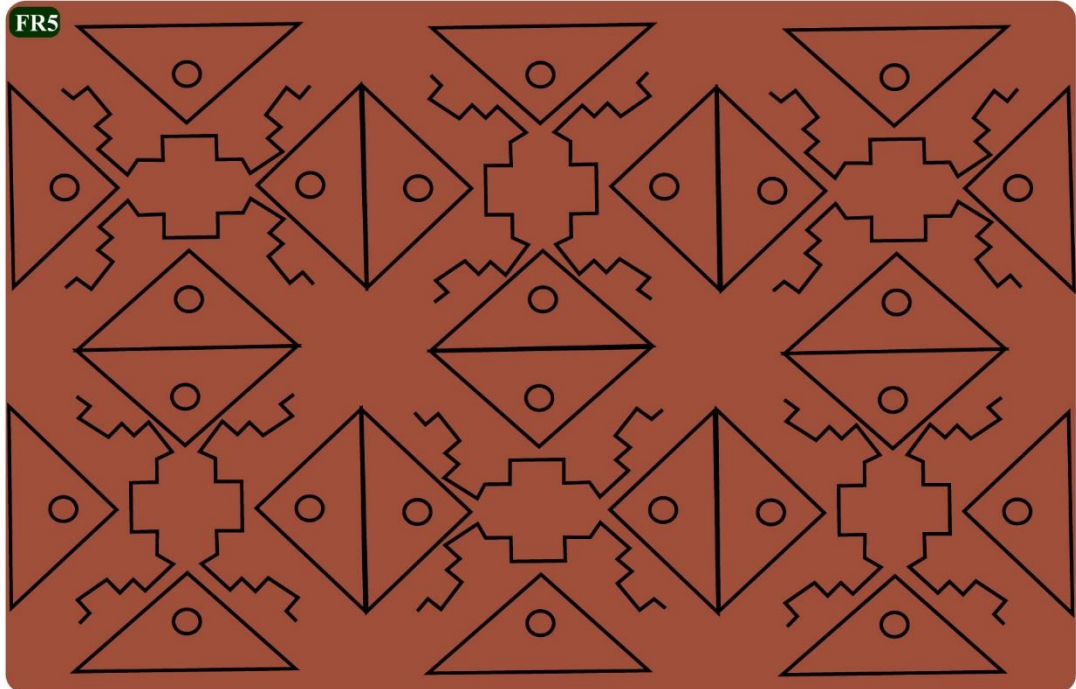
AMALGAMA DE TONOS Y FIGURAS

CROMÁTICOS

FR12



FR5



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 107. Amalgama de tonos y figuras FR12-FR5

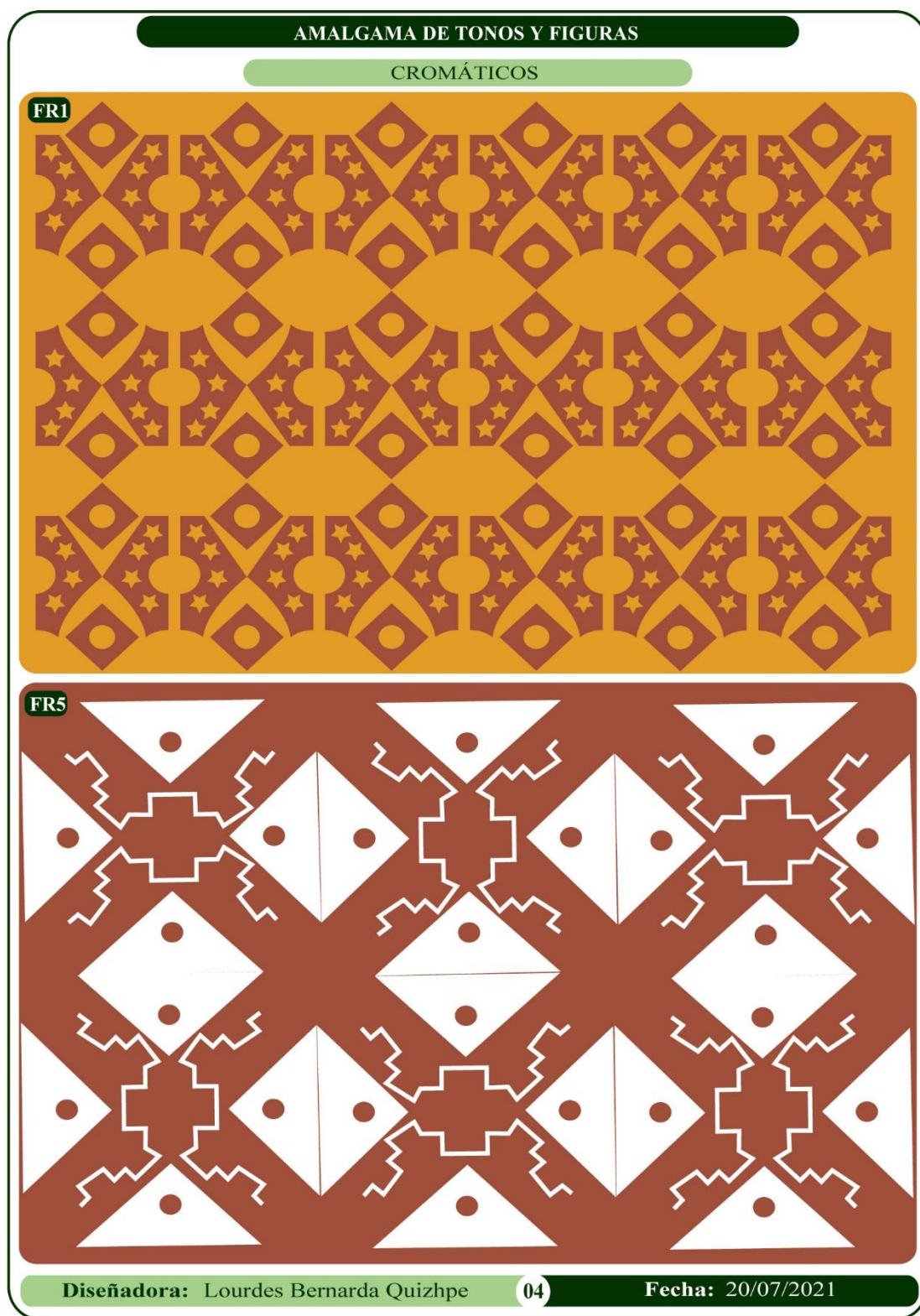
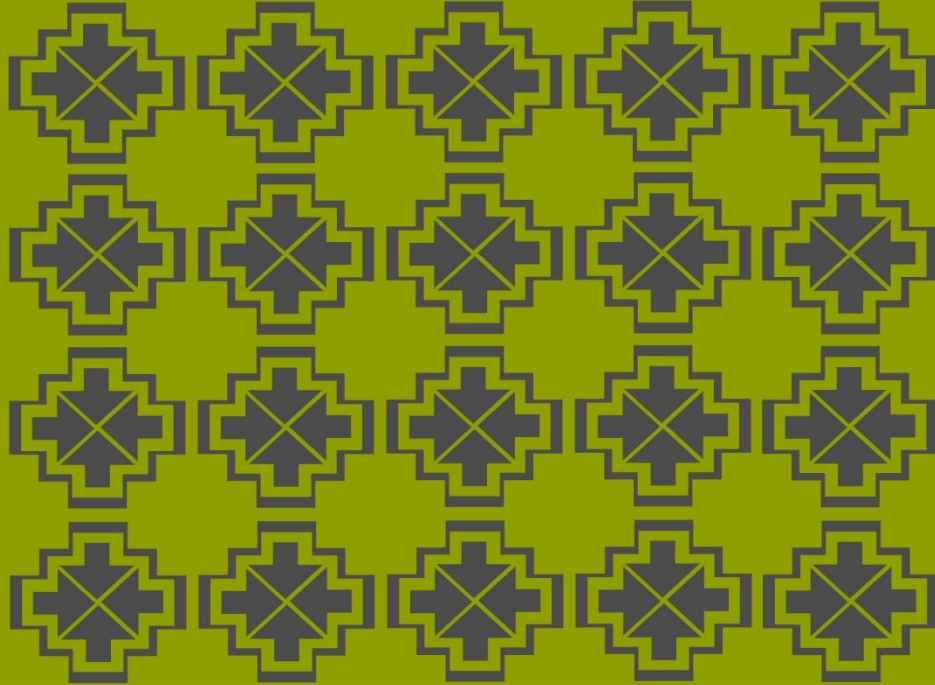


Figura 108. Amalgama de tonos y figuras FR1-FR5

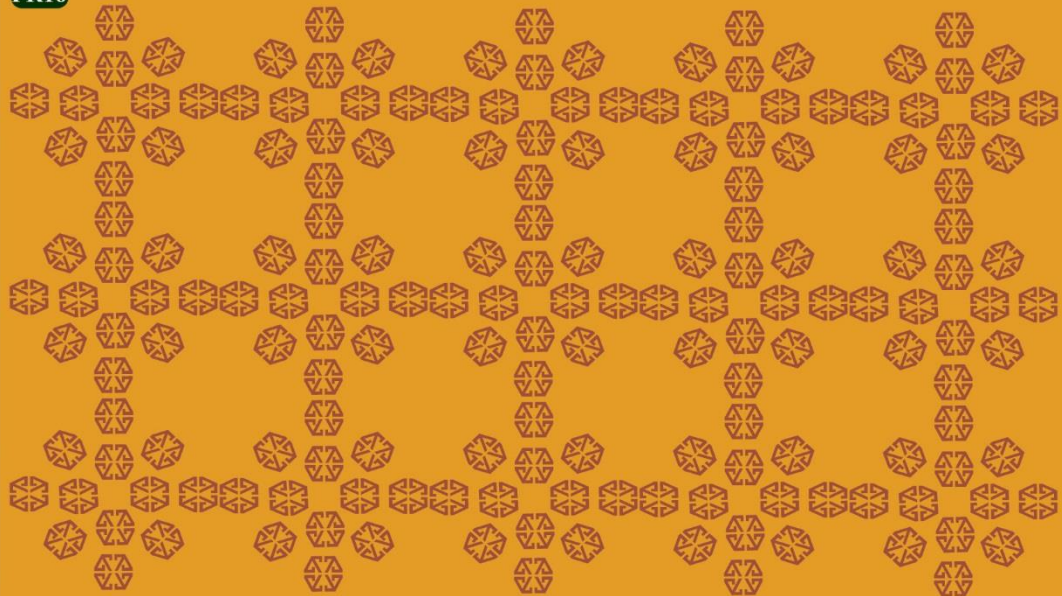
AMALGAMA DE TONOS Y FIGURAS

CROMÁTICOS

FR4



FR16



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

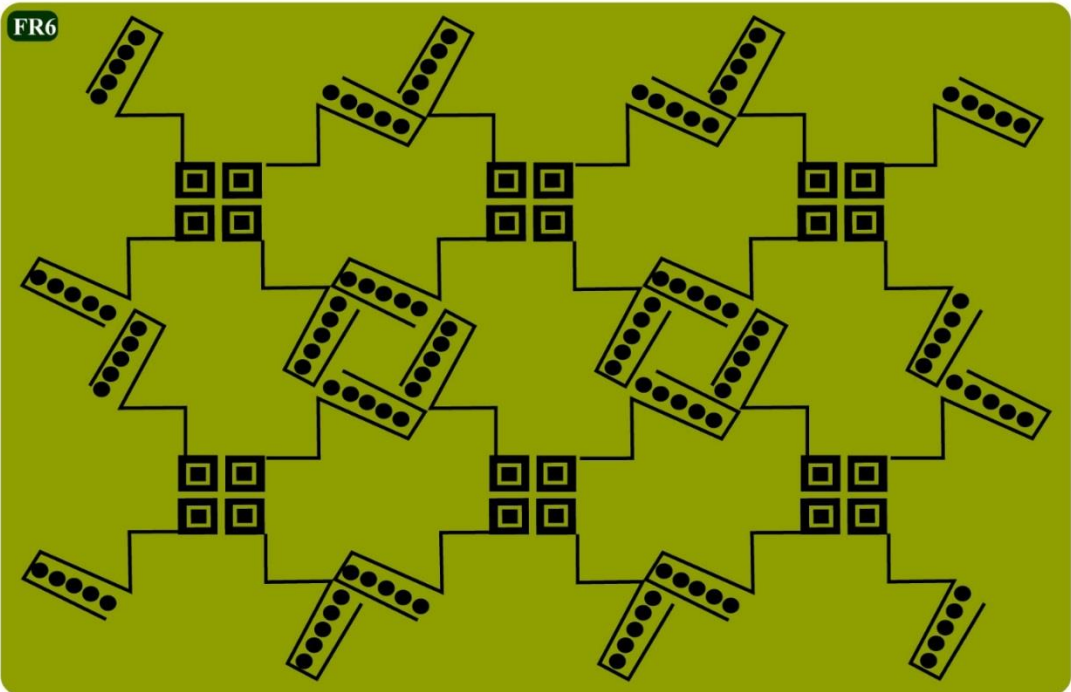
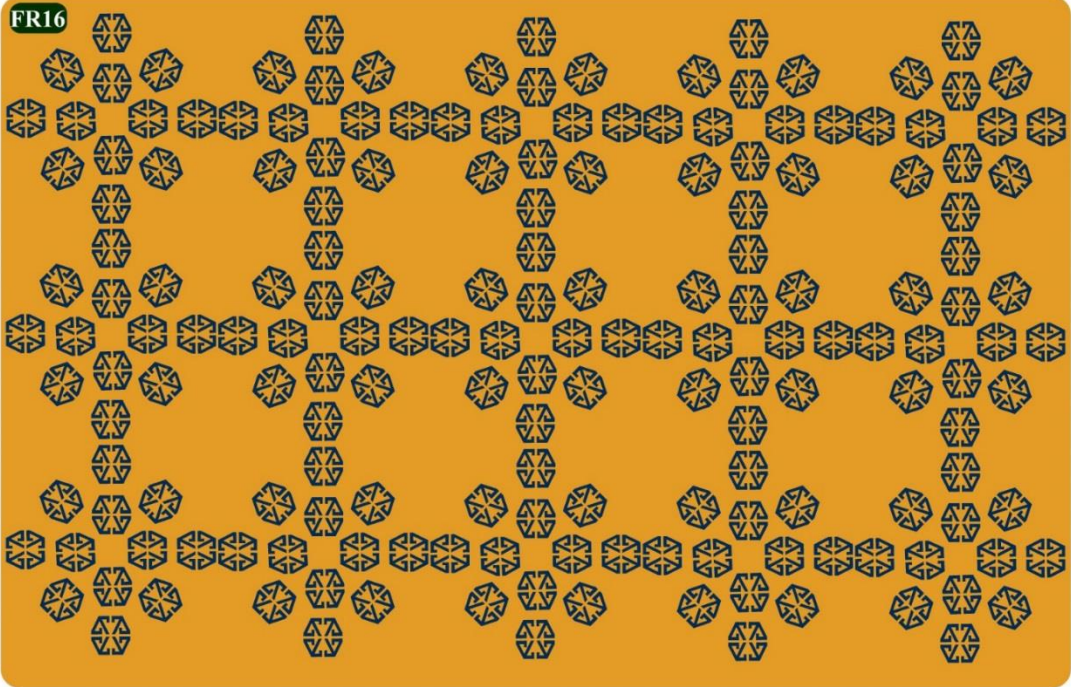
05

Fecha: 20/07/2021

Figura 109. Amalgama de tonos y figuras FR4-FR16

AMALGAMA DE TONOS Y FIGURAS

CROMÁTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

06

Fecha: 20/07/2021

Figura 110. Amalgama de tonos y figuras FR16-FR6

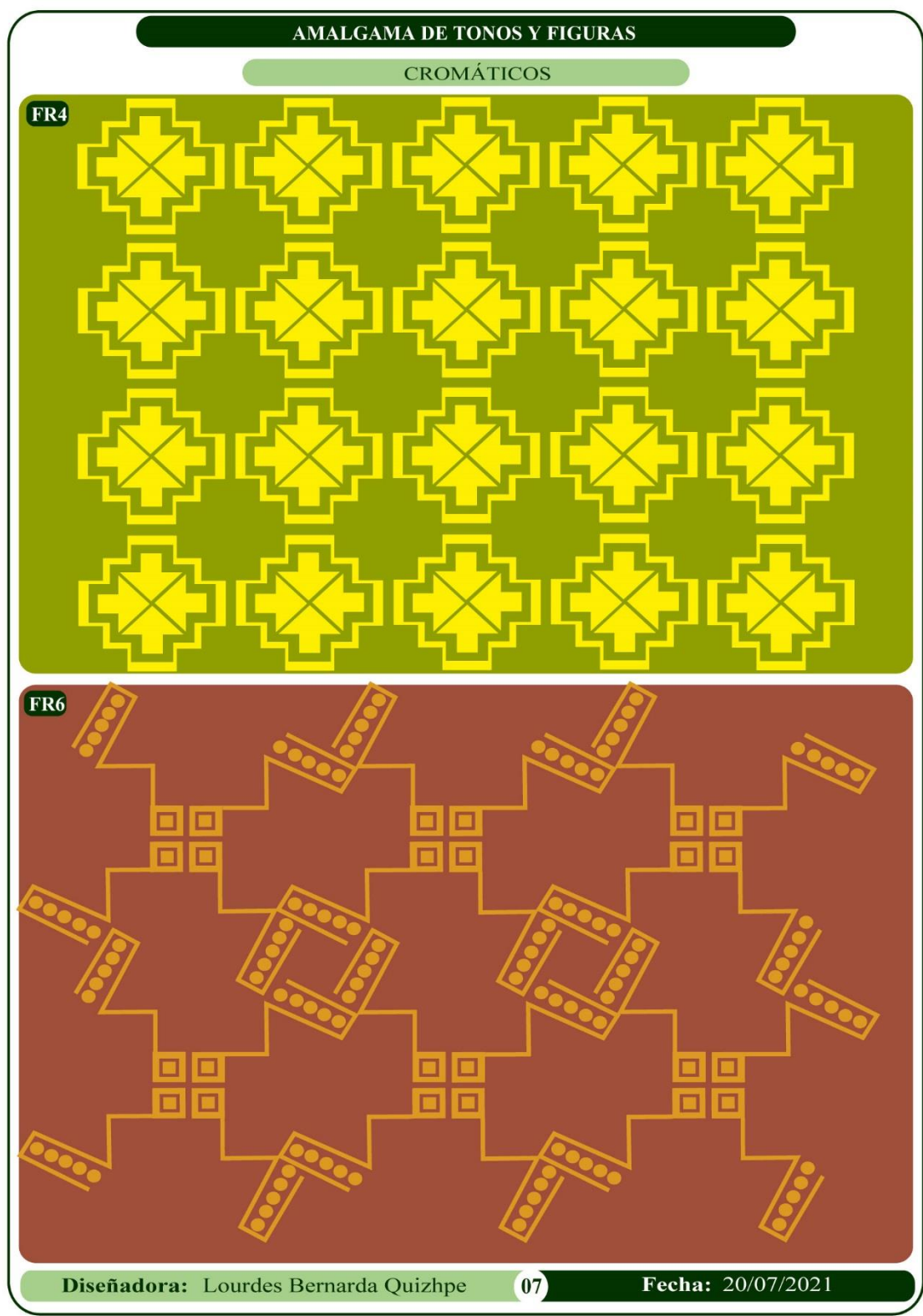


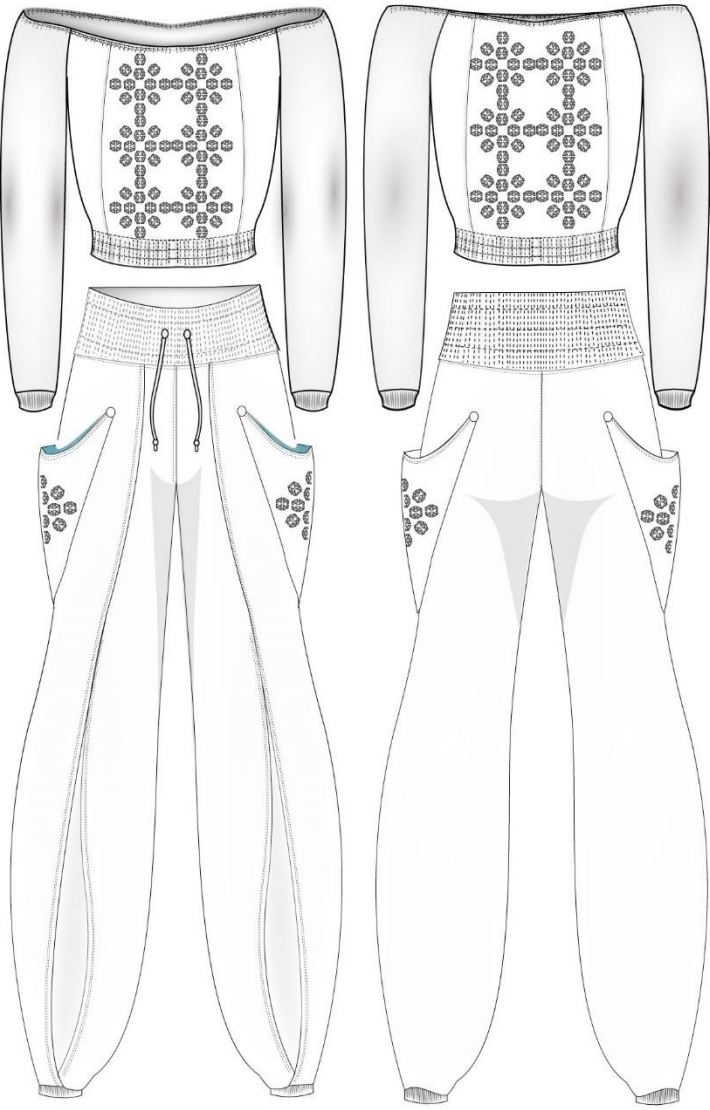
Figura 111. Amalgama de tonos y figuras FR4-FR6

6.10.3. Fichas de bocetos

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni

DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **01** **Fecha:** 20/07/2021

ANTH
VISTE TU CULTURA

Figura 112. Bocetos conjunto 1

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

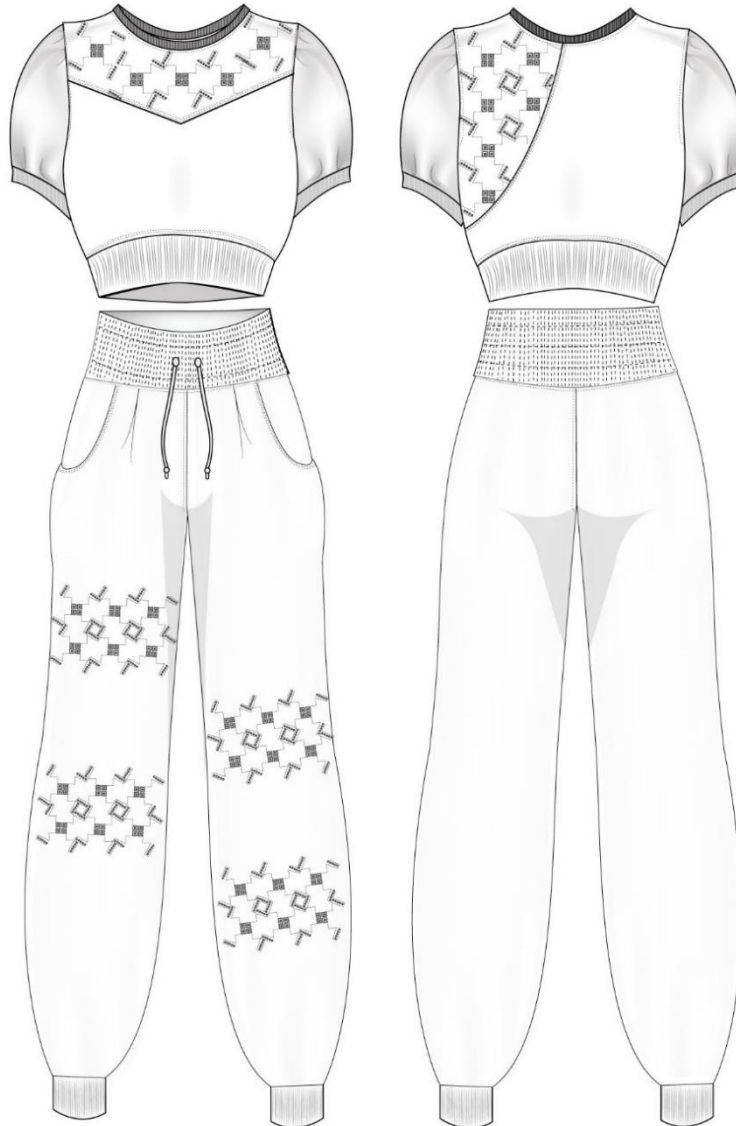
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

02

Fecha: 20/07/2021

Figura 113. Bocetos conjunto 2

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

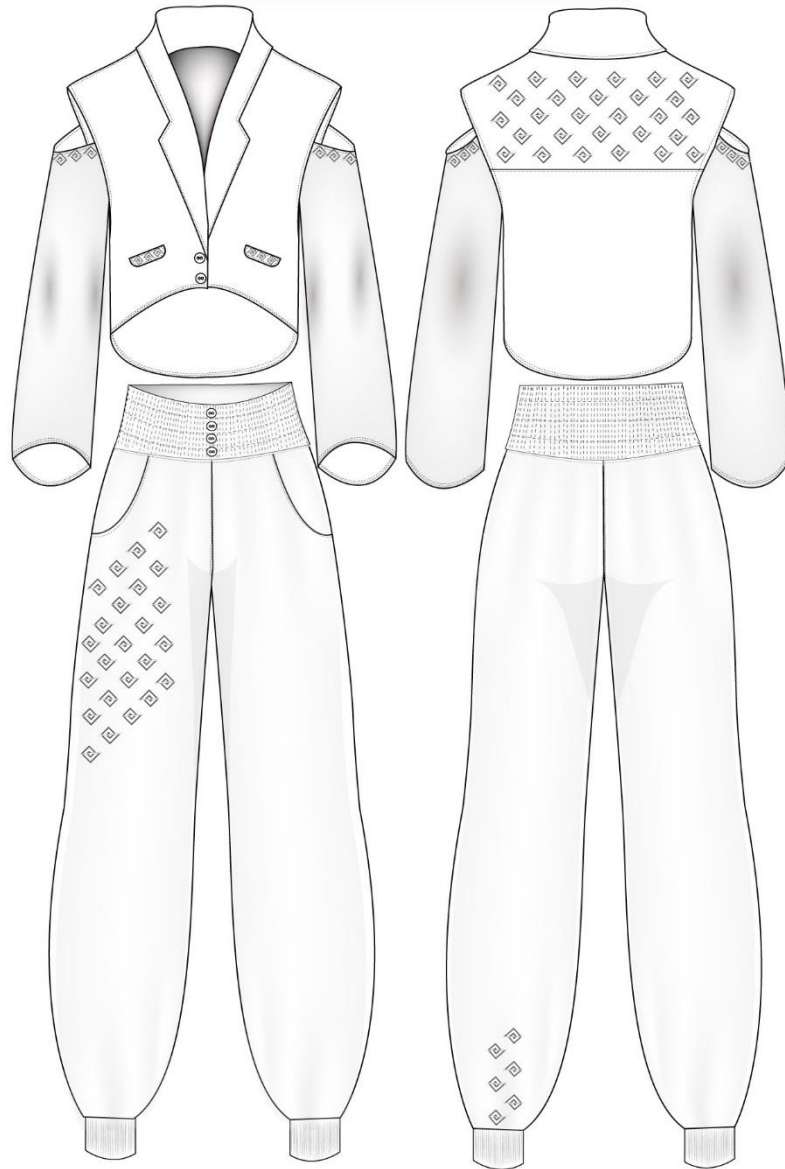
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 114. Bocetos conjunto 3

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

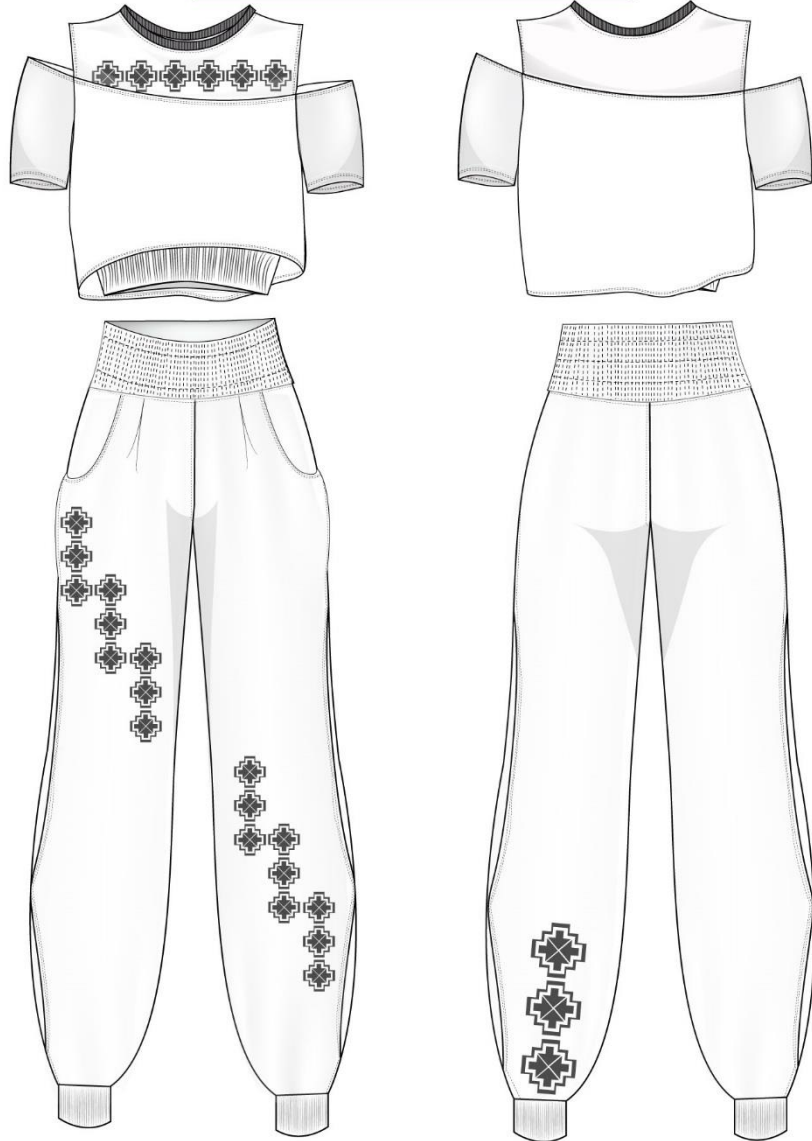
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

04

Fecha: 20/07/2021

Figura 115. Bocetos conjunto 4

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

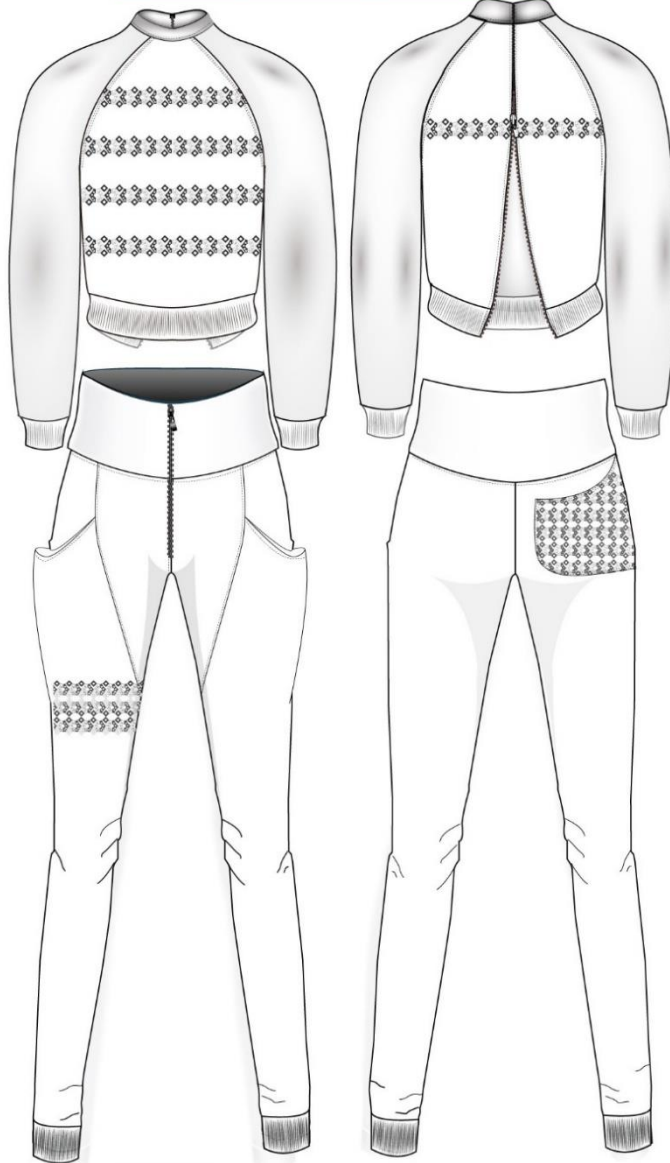
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

05

Fecha: 20/07/2021

Figura 116. Bocetos conjunto 5

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

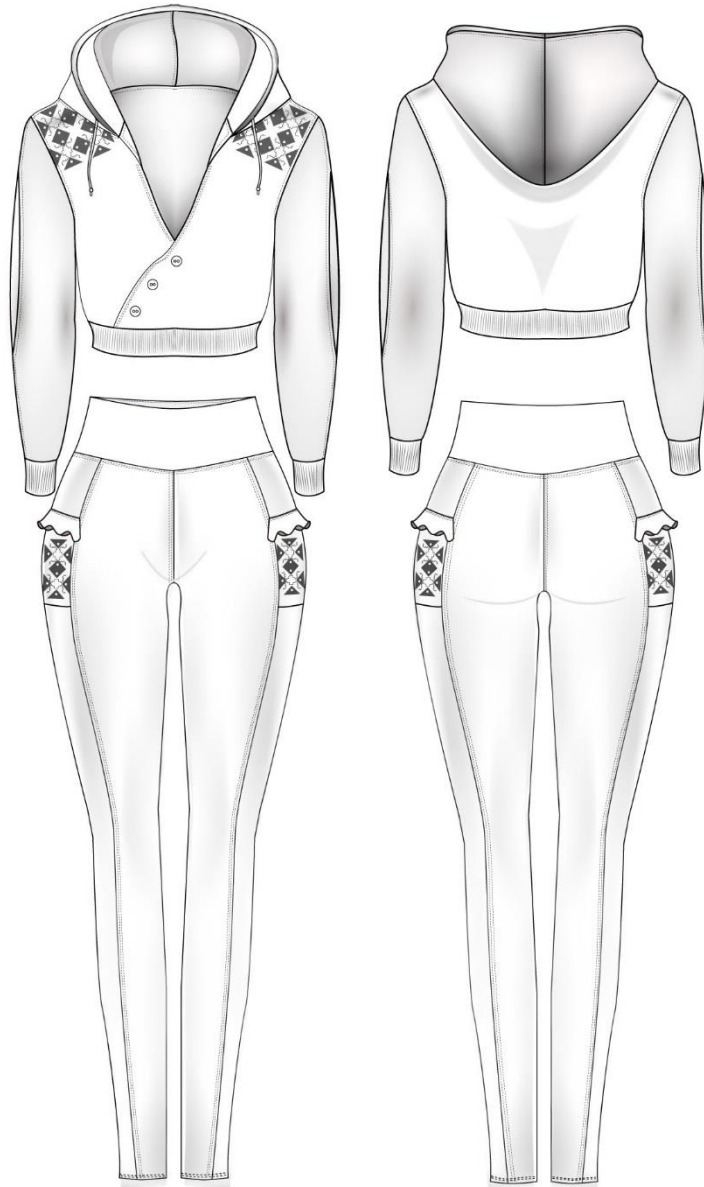
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

06

Fecha: 20/07/2021

Figura 117. Bocetos conjunto 6

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

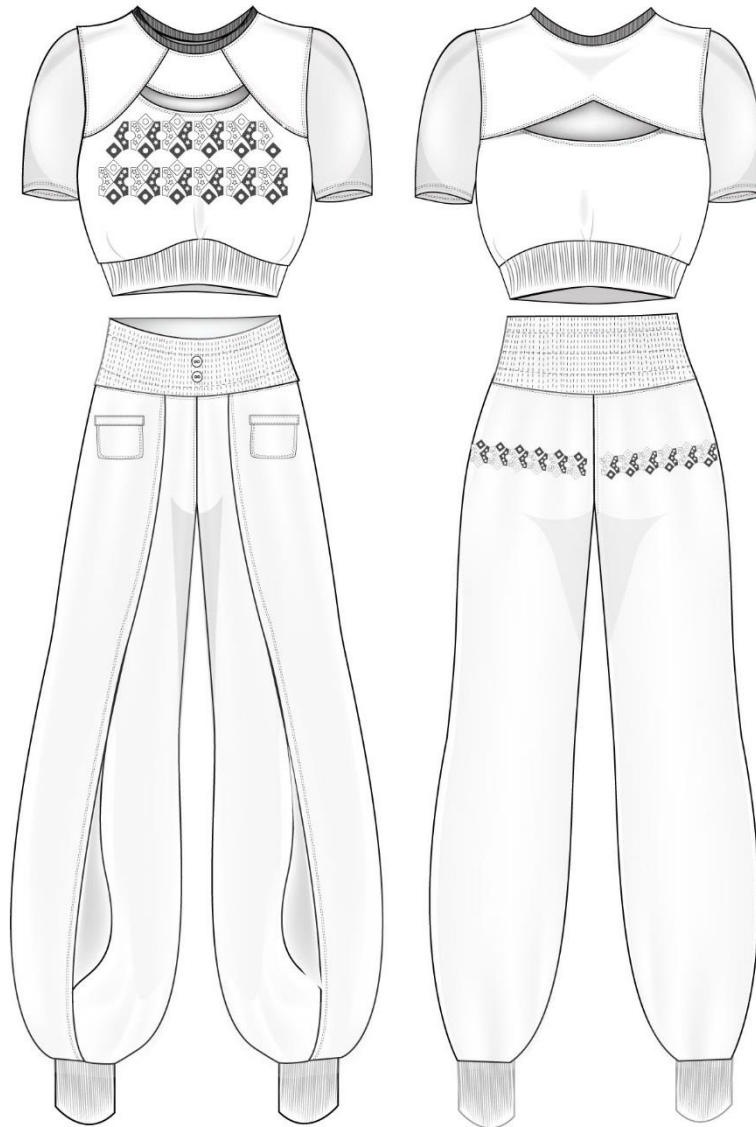
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

07

Fecha: 20/07/2021

Figura 118. Bocetos conjunto 7

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

08

Fecha: 20/07/2021

Figura 119. Bocetos conjunto 8

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

Tendencia: Esencial

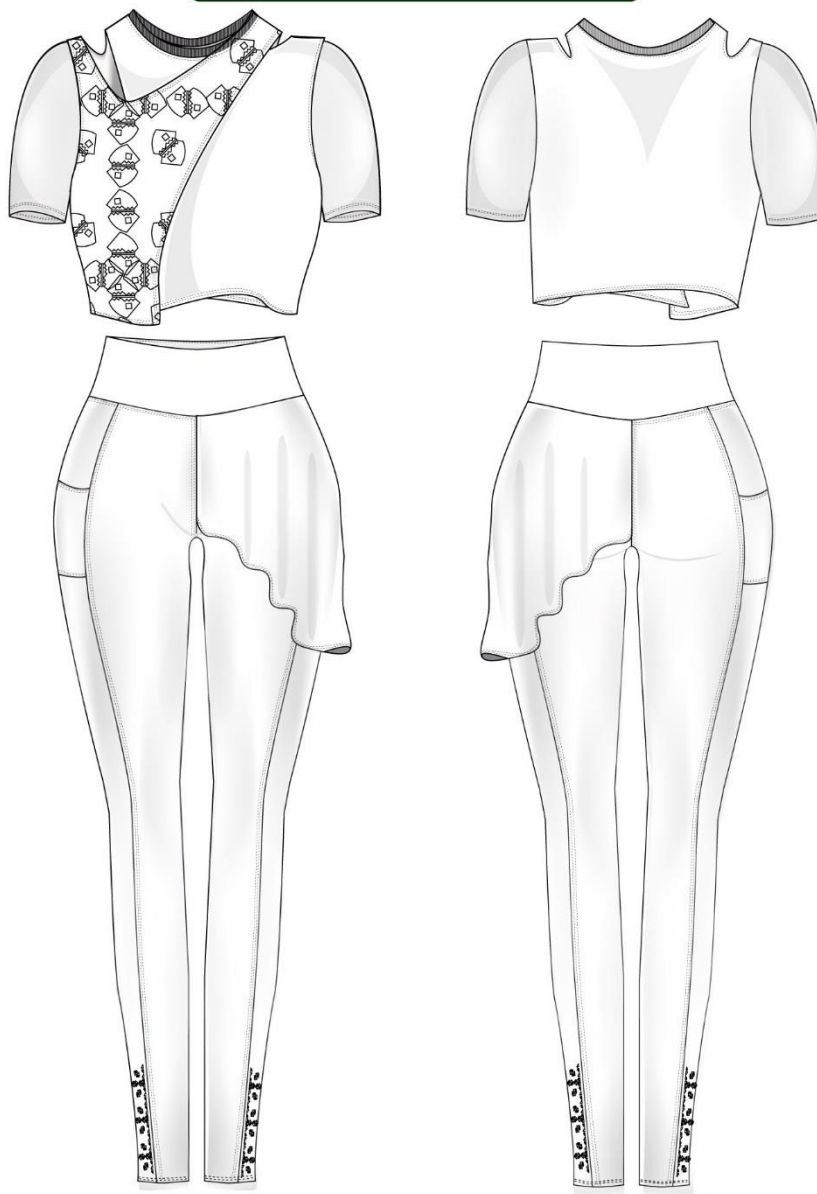
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

09

Fecha: 20/07/2021

Figura 120. Bocetos conjunto 9

6.10.4. Fichas de ilustración

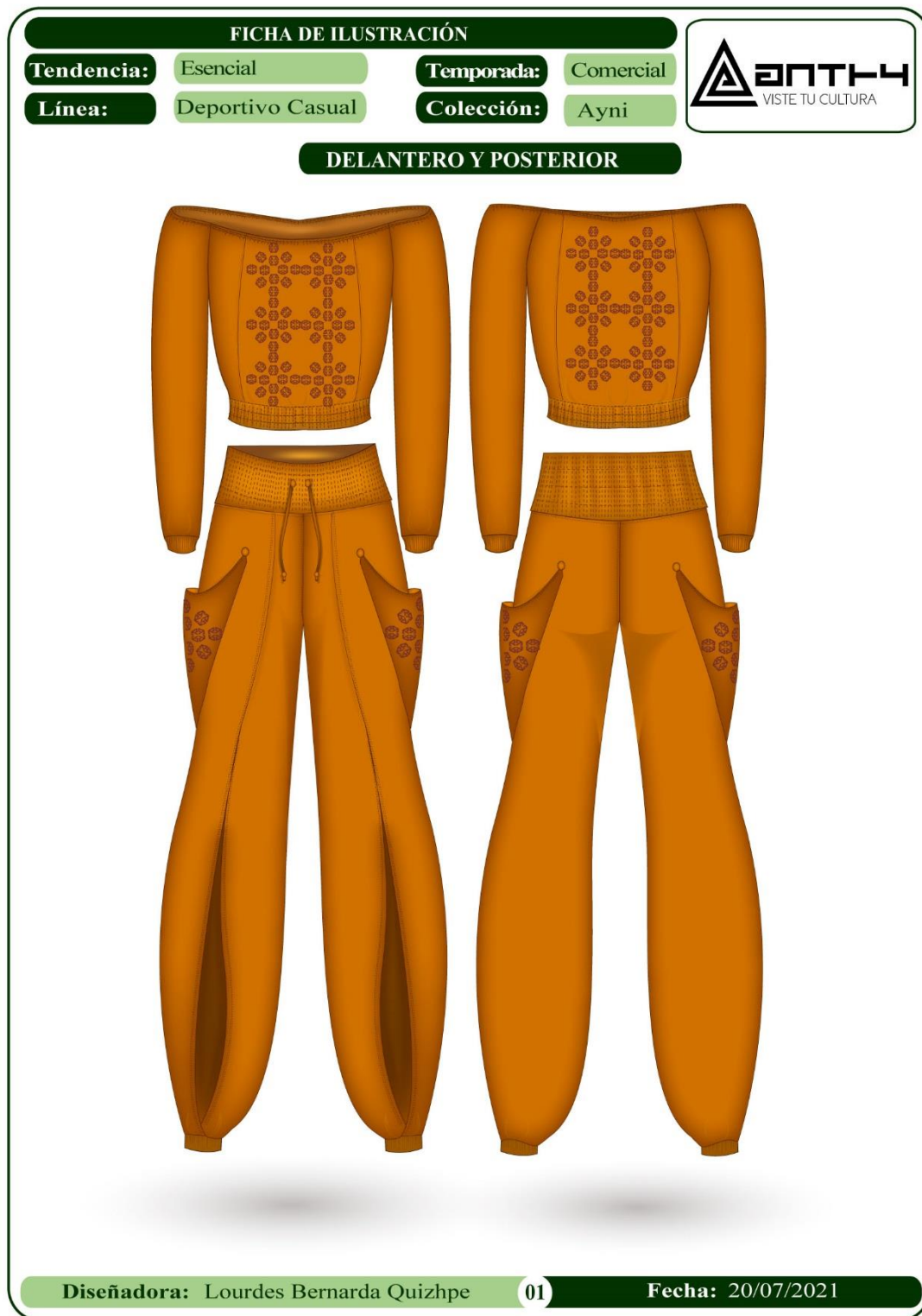


Figura 121. Ilustraciones conjunto 1

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe	02	Fecha: 20/07/2021
---	-----------	--------------------------

Figura 122. Ilustraciones conjunto 2

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Esencial	Temporada: Comercial
Línea: Deportivo Casual	Colección: Ayni

DELANTERO Y POSTERIOR

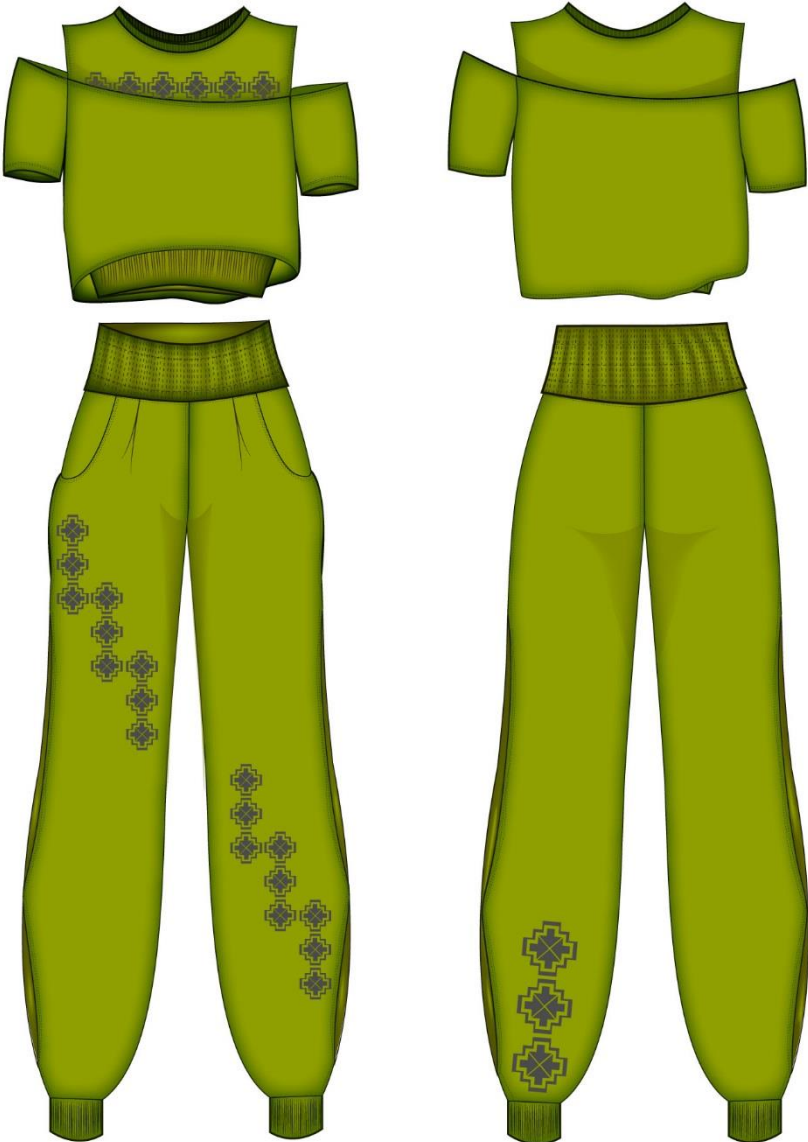
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **03** **Fecha:** 20/07/2021

Figura 123. Ilustraciones conjunto 3

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni

DELANTERO Y POSTERIOR




Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **04** **Fecha:** 20/07/2021


Figura 124. Ilustraciones conjunto 4

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



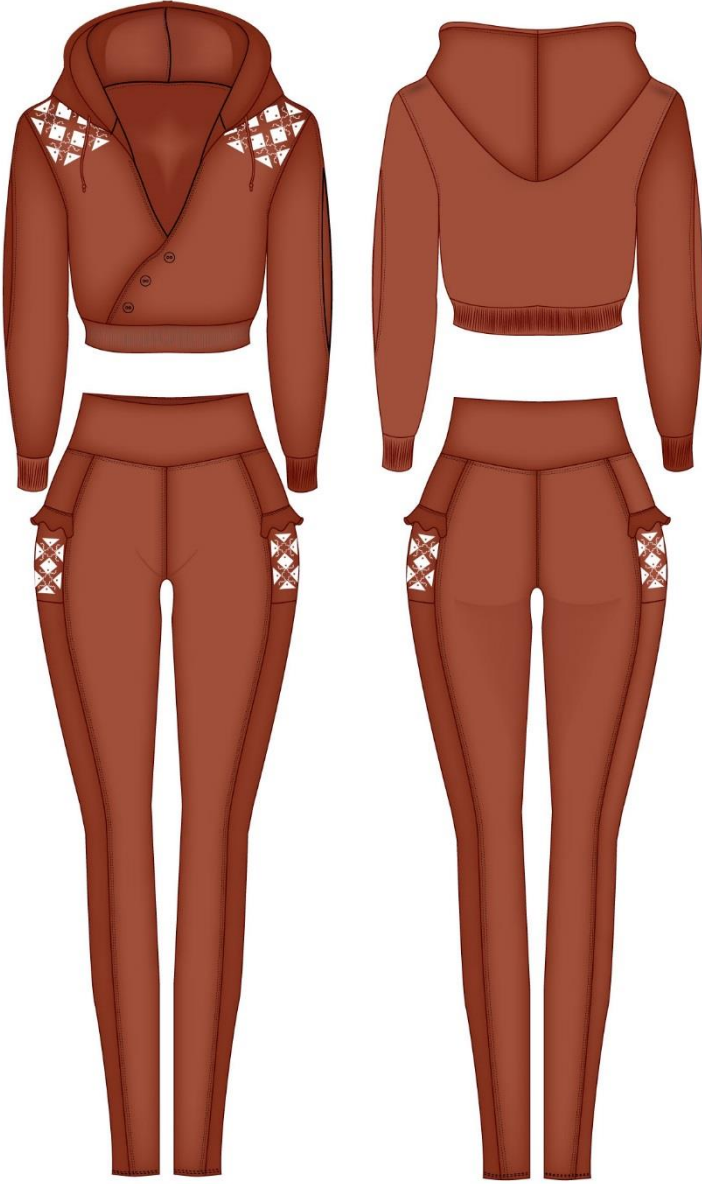
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe
05
Fecha: 20/07/2021

Figura 125. Ilustraciones conjunto 5

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni

DELANTERO Y POSTERIOR




Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **06** **Fecha:** 20/07/2021


Figura 126. Ilustraciones conjunto 6

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe


07

Fecha: 20/07/2021


Figura 127. Ilustraciones conjunto 7

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Esencial	Temporada: Comercial
Línea: Deportivo Casual	Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **08** **Fecha:** 20/07/2021

Figura 128. Ilustraciones conjunto 8

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Esencial	Temporada: Comercial
Línea: Deportivo Casual	Colección: Ayni

DELANTERO Y POSTERIOR

Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe **09** **Fecha:** 20/07/2021

Figura 129. Ilustraciones conjunto 9

6.10.5. Fichas de ilustración de las prendas seleccionadas



Figura 130. Conjunto seleccionado 1

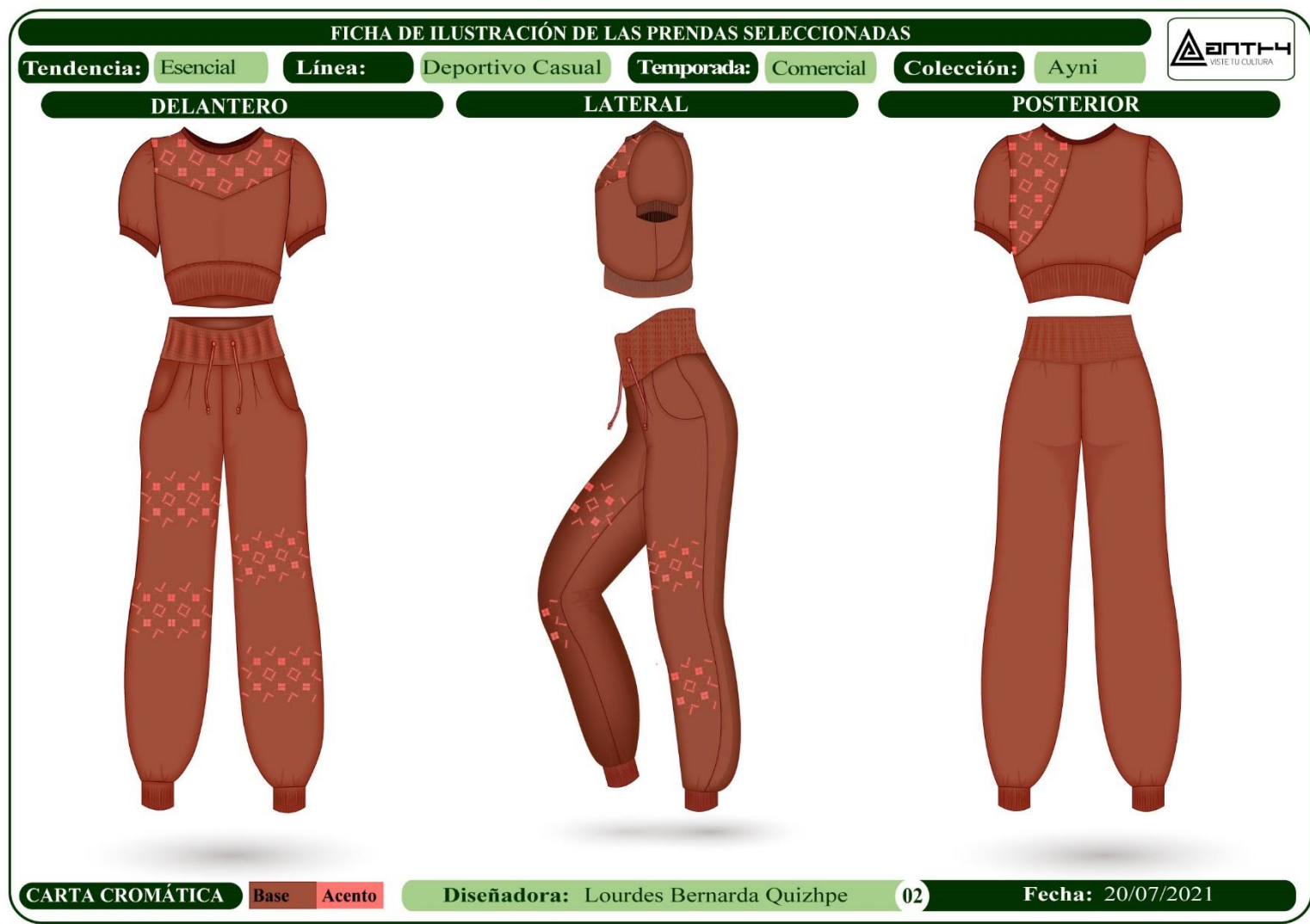


Figura 131. Conjunto seleccionado 2

FICHA DE ILUSTRACIÓN DE LAS PRENDAS SELECCIONADAS

Tendencia: Esencial **Línea:** Deportivo Casual **Temporada:** Comercial **Colección:** Ayni

DELANTERO **LATERAL** **POSTERIOR**

CARTA CROMÁTICA Base Acento **Diseñadora:** Lourdes Bernarda Quizhpe 03 **Fecha:** 20/07/2021

Figura 132. Conjunto seleccionado 3

6.10.6. Fichas de materiales e insumos


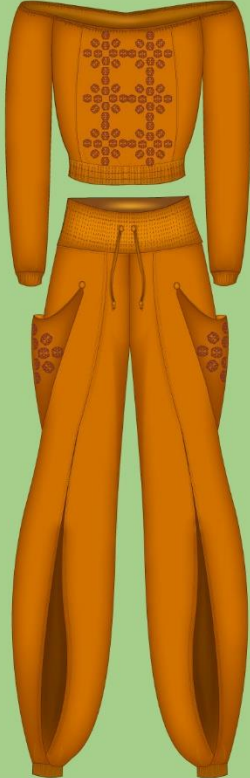


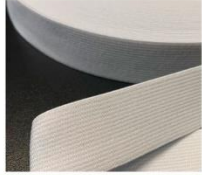


FICHA DE MATERIALES E INSUMOS			
Tendencia: Esencial	Temporada: Comercial		
Línea: Deportivo Casual	Colección: Ayni		
Descripción: Conjuntos Athleisure, crop-top y jogger		Referencia: 01CTJ20072021	
	CARACTERÍSTICAS GENERALES		
	Nombre comercial: Fleece perchado		
	Tipo de tejido: Tejido de punto		
	Composición: 70% CO-30% PL		
	Peso: 1,8 m/Kg.		
	Color comercial: Miel		
	Proveedor: Austrotex		
	Cantidad: 1,5 m Ancho: 1,22 m		
	Precio: 9,50 \$ Kg, rinde 1,8 m.	CARACTERÍSTICAS GENERALES	
	Nombre comercial: Rib grueso		
Tipo de tejido: Tejido de punto			
Composición: 70% CO-30% PL			
Peso: 3,8 m/Kg.			
Color comercial: Miel			
Proveedor: Austrotex			
Ancho: 50 Cm Cantidad: 1/2 m			
Precio: 11,70\$ el Kg.	INSUMOS		
Nombre: Elástico			
Cantidad: 2 m			
Ancho: 10 cm			
Composición: 80% PL y 20% PU			
Proveedor: Inmatex			
Precio: 0,50 Cent. m		HILOS	
	Nombre: Cordón		
	Cantidad: 1,3 m		
	Ancho: 1 Cm		
	Composición: 70% CO y 30% PL		
	Proveedor: Riosport		
Precio: 0,25 Cent. el metro	OBSERVACIONES		
<p>Se empleó hilo seda amarillo para la máquina overlock. Para la manufactura de estas prendas se usó máquinas overlock y recta livianas.</p>	Nombre: Ojales		
	Cantidad: 2 unidades		
	Tamaño: 7 mm		
	Color: Niquelado		
	Proveedor: Unlimited		
Precio: 0,05 Cent. el par	Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe 01 Fecha: 20/07/2021		

Figura 133. Materiales e insumos conjunto 1

FICHA DE MATERIALES E INSUMOS

Tendencia: Esencial

Línea: Deportivo Casual

Descripción: Conjuntos Athleisure, crop-top y jogger

Temporada: Comercial

Colección: Ayni

Referencia: 02CTMCJ20072021





CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Fleece perchado
Tipo de tejido: Tejido de punto
Composición: 70% CO-30% PL
Peso: 1,8 m/Kg.
Color comercial: Marrón claro
Proveedor: Austrotex
Cantidad: 1,5 m Ancho: 1,22 m
Precio: 9,50\$ por Kg.



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Rib grueso
Tipo de tejido: Tejido de punto
Composición: 70% CO-30% PL
Peso: 3,8 M/Kg.
Color comercial: Marrón claro
Proveedor: Austrotex
Ancho: 50 Cm Cantidad: 1/2 m
Precio: 11,70 \$ por Kg.



INSUMOS

Nombre: Elástico
Cantidad: 1/2 m
Ancho: 10 Cm
Composición: 80% PL y 20% PU
Proveedor: Inmatex
Precio: 0,50 cent. m



HILOS

Nombre: Cordón
Cantidad: 1,3 m
Ancho: 1 Cm
Composición: 70% CO y 30% PL
Proveedor: Riosport
Precio: 0,25 Cent. el metro



OBSERVACIONES

Se empleó hilo ceda rosada para la máquina overlock. Para la manufactura de estas prendas se usó máquinas overlock, Recta y recubridora. Además Se utilizó 25cm de reata gris para cubrir las costuras de cuello visibles.

Nombre: Ojales
Cantidad: 2 Unidades
Tamaño: 7 mm
Color: Niquelado
Proveedor: Unlimited
Precio: 0,05 Cent. el par



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

02

Fecha: 20/07/2021

Figura 134. Materiales e insumos conjunto 2

FICHA DE MATERIALES E INSUMOS			
Tendencia: Esencial	Temporada: Comercial		
Línea: Deportivo Casual	Colección: Ayni		
Descripción: Conjuntos Athleisure, buzo y jogger		Referencia: 05BJ20072021	
	CARACTERÍSTICAS GENERALES		
	Nombre comercial: Fleece perchado		
	Tipo de tejido: Tejido de punto		
	Composición: 70% CO-30% PL		
	Peso: 1,8 m/Kg.		
	Color comercial: Verde caña		
	Proveedor: Austrotex		
	Cantidad: 2 m Ancho: 1,22 m	CARACTERÍSTICAS GENERALES	
	Precio: 9,50 \$ Por Kg.		
	Nombre comercial: Rib grueso		
Tipo de tejido: Tejido de punto			
Composición: 70% CO-30% PL			
Peso: 3,8 m/Kg.			
Color comercial: Verde caña			
Proveedor: Austrotex	INSUMOS		
Ancho: 50 Cm Cantidad: 1/2 m			
Precio: 11,70 \$ Por Kg.			
Nombre: Elástico			
Cantidad: 1/2 m			
Ancho: 6 Cm			
Composición: 80% PL y 20% PU			
Proveedor: Inmatex			
Precio: 0,50 Cent. el metro			
Nombre: Cremallera metálica			
Cantidad: 1 Unidad			
Largo: 70 Cm			
Composición: Latón			
Proveedor: Almacenes Lira			
Precio: 1,45 \$ Por unidad			
Nombre: Cremallera metálica			
Cantidad: 1 Unidades			
Largo : 15 Cm			
Composición : Latón			
Proveedor: Almacenes Lira			
Precio: 1,00 \$ La unidad			
HILOS			
			
OBSERVACIONES			
<p>El buzo lleva una cremallera que se abre por completo en la espalda. Para la manufactura de estas prendas se usó máquinas overlock, recta y recubridora. Además se utilizó 25 cm de reata gris para cubrir las costuras visibles del cuello.</p>			
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe	03	Fecha: 20/07/2021	

Figura 135. Materiales e insumos conjunto 3

6.10.7. Fichas de diseño plano

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Esencial


Línea: Deportivo Casual

Descripción: Crop-top escote hombros caídos

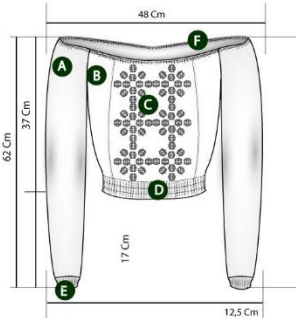
Temporada: Comercial

Colección: Ayni

Referencia: 01CTJ20072021

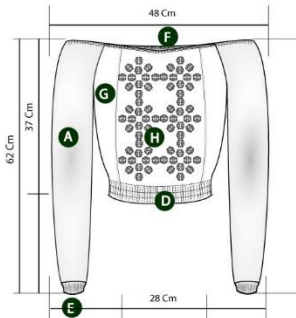


DELANTERO



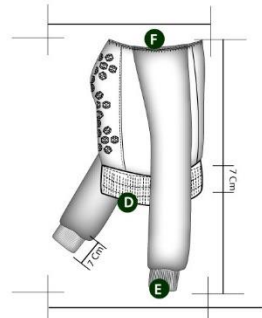
PIEZAS			
L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Pieza manga	Fleece/ Miel	2
B	Pieza costado delantera	Fleece/ Miel	2
C	Pieza central delantera	Fleece/Miel	1
D	Faja, doblado elasticado	Fleece/Miel	1
E	Puños de manga	Rib grueso/Miel	2
F	Doblado elasticado escote	Fleece/Miel	1

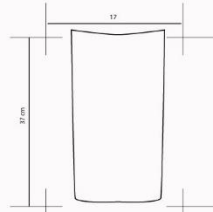
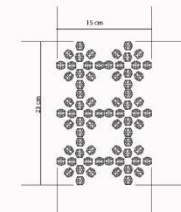
POSTERIOR



PIEZAS			
L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Pieza manga	Fleece/Miel	2
D	Doblado elasticado faja	Fleece/Miel	1
E	Puños manga	Rib grueso/Miel	2
F	Doblado escote elasticado	Fleece/Miel	1
G	Pieza costado posterior	Fleece/Miel	2
H	Pieza central posterior	Fleece/Miel	1

LATERAL



DETALLES ESTÉTICOS	
	

Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

01

Fecha: 20/07/2021

Figura 136. Dibujo plano conjunto 1-crop top

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia:

Esencial

Temporada:

Comercial

Línea:

Deportivo Casual

Colección:

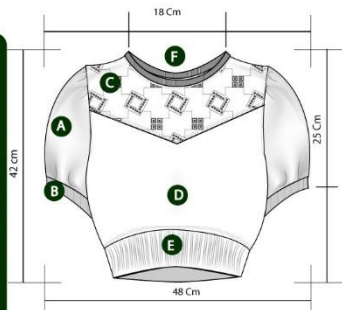
Ayni

Descripción: Crop-top manga tres cuartos

Referencia: 02CTMCJ20072021



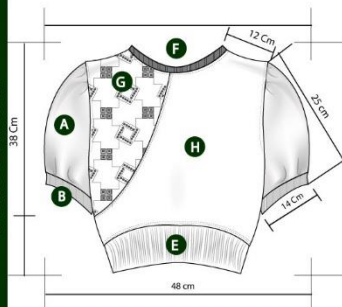
DELANTERO



PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Pieza manga	Fleece/ Marrón	2
B	Puño de la manga	Rib grueso/Marrón	2
C	Pieza delantera superior	Fleece/ Marrón	1
D	Pieza delantera inferior	Fleece/ Marrón	1
E	Faja	Rib grueso/Marrón	1
F	Cuello	Rib grueso/Marrón	1

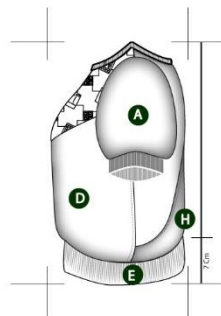
POSTERIOR



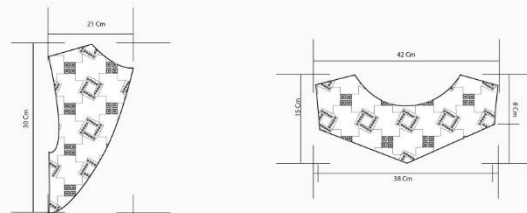
PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Pieza manga	Fleece/ Marrón	2
B	Puño de manga	Rib grueso/Marrón	2
E	Faja	Rib grueso/Marrón	1
F	Cuello	Rib grueso/Marrón	1
G	Pieza posterior lateral izquierda	Fleece/ Marrón	1
H	Pieza posterior lateral derecha	Fleece/ Marrón	1

LATERAL



DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

02

Fecha: 20/07/2021

Figura 137. Dibujo plano conjunto 2-crop top manga $\frac{3}{4}$

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Esencial

Temporada: Comercial

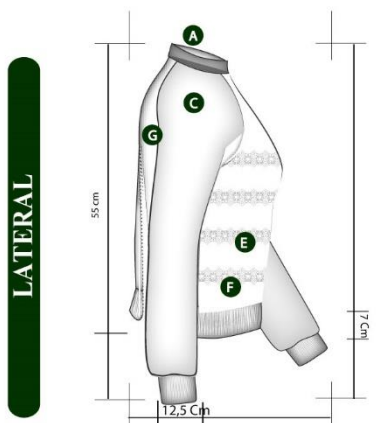
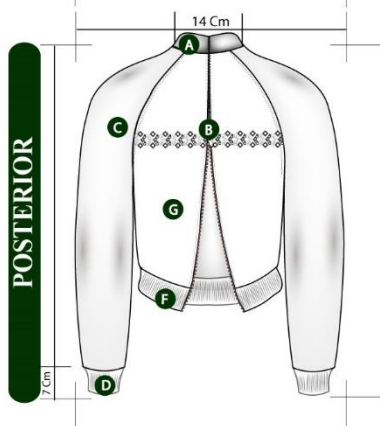
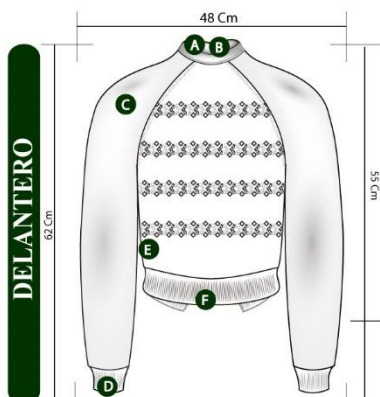
Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



Descripción: Buzo abierto en la espalda

Referencia: 05BJ20072021



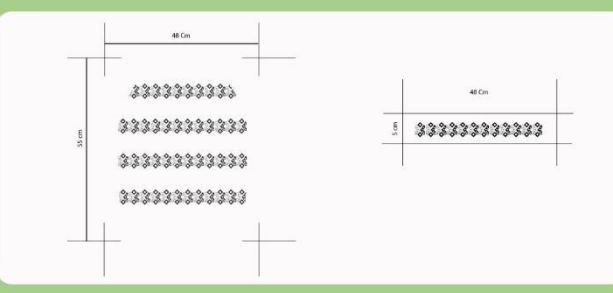
PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Cuello	Fleece/ Verde caña	1
B	Cierre posterior	Cremallera metálica	1
C	Pieza manga ranglán	Fleece/ Verde caña	2
D	Puño de manga	Rib grueso/Verde caña	2
E	Pieza delantera	Fleece/ Verde caña	1
F	Faja de la prenda	Rib grueso/Verde caña	1

PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Cuello	Fleece/ Verde caña	1
B	Cierre posterior	Cremallera metálica	1
C	Pieza manga ranglán	Fleece/ Verde caña	2
D	Puño de manga	Rib grueso/Verde caña	2
F	Faja de la prenda	Rib grueso/Verde caña	1
G	Pieza posterior	Fleece/Verde caña	2

DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 138. Dibujo plano conjunto 3-buzo

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Esencial

Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

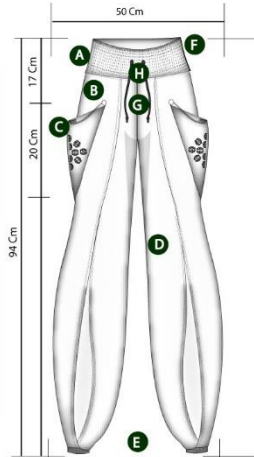
Colección: Ayni



Descripción: Jogger con abertura al frente

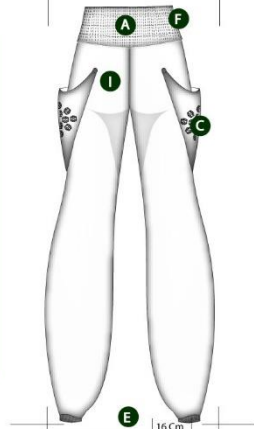
Referencia: 01CTJ20072021

DELANTERO



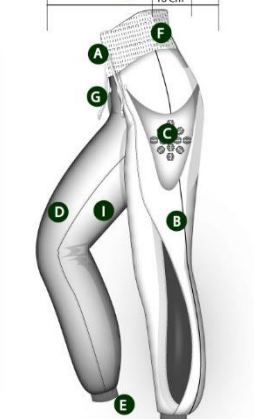
PIEZAS			
L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/ Miel	1
B	Pieza lateral delantera	Fleece/ Miel	2
C	Bolsillo lateral	Fleece/Miel	2
D	Pieza central delantera	Fleece/Miel	2
E	Puños de tobillo	Rib grueso/Miel	2
F	Pieza interior de la faja	Elástico/Blanco	1
G	Cordón de la faja	Cordón/ Miel	1
H	Ojales	Ojales/Niquelado	2

POSTERIOR

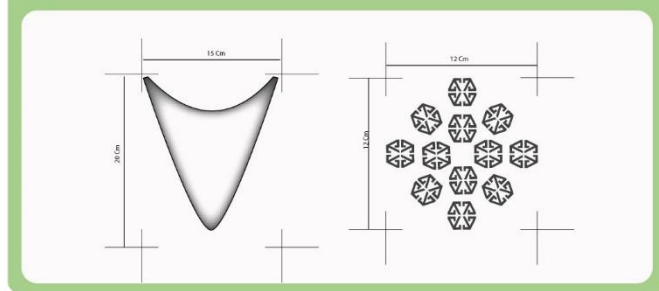


PIEZAS			
L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/Miel	1
C	Bolsillo lateral	Fleece/Miel	1
E	Puños	Rib grueso/Miel	1
F	Pieza interior de la faja	Elástico/Blanco	2
I	Pieza posterior	Fleece/Miel	2

LATERAL



DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

01

Fecha: 20/07/2021

Figura 139. Dibujo plano conjunto 1-jogger con aberturas

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Esencial

Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

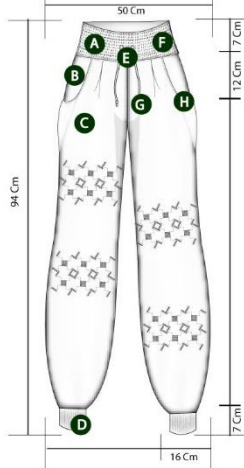
Colección: Ayni



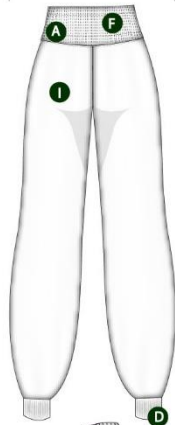
Descripción: Jogger cintura alta

Referencia: 02CTMCJ20072021

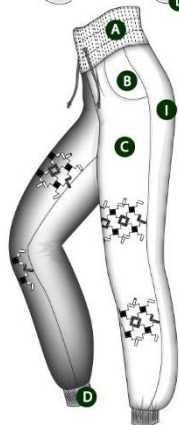
DELANTERO



POSTERIOR



LATERAL



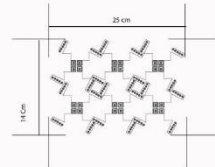
PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/ Marrón	1
B	Vista del bolsillo	Fleece/ Marrón	2
C	Pieza delantera	Fleece/ Marrón	2
D	Puño tobillo	Rib grueso/ Marrón	2
E	Ojales de la faja	Ojales metálicos/Niquelados	2
F	Pieza interior de la faja	Elástico/Blanco	1
G	Pasador	Cordón/ Marrón	1
H	Bolsillo lateral	Fleece/ Marrón	2

PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/Marrón	1
D	Puño de tobillo	Rib/Marrón	2
F	Pieza interna de faja	Elástico/Blanco	1
I	Pieza posterior de pantalón	Fleece/ Marrón	2

DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

02

Fecha: 20/07/2021

Figura 140. Dibujo plano conjunto2- jogger cintura alta

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Esencial

Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

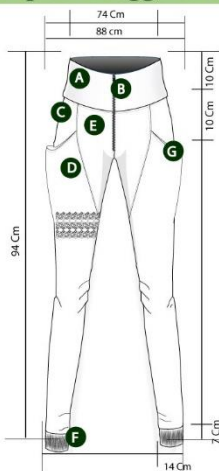
Colección: Ayni



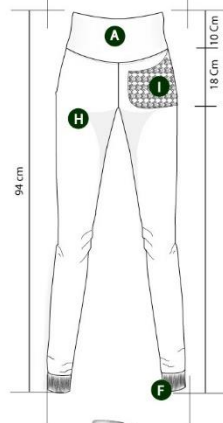
Descripción: Jogger tubular con cremallera

Referencia: 05BJ20072021

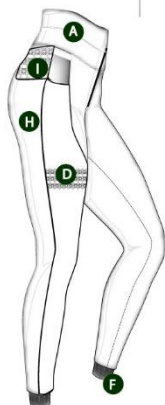
DELANTERO



POSTERIOR



LATERAL



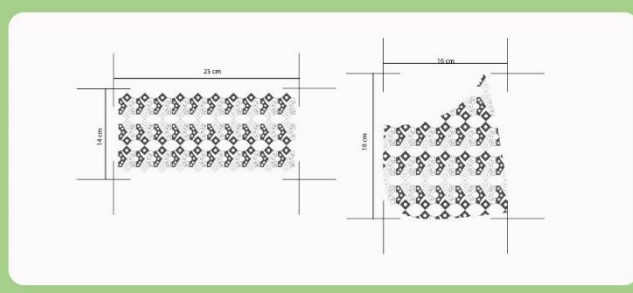
PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/ Verde caña	1
B	Cierre delantero	Cremallera metálica	1
C	Vista de bolsillo	Fleece/Verde caña	2
D	Pieza inferior delantera	Fleece/Verde caña	2
E	Pieza centra delantera superior	Fleece/Verde caña	2
F	Puño del tobillo	Rib grueso/Verde caña	2
G	Bolsillo	Fleece/Verde caña	2

PIEZAS

L	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Faja del pantalón	Fleece/Verde caña	1
F	Puño de tobillo	Rib grueso/Verde caña	2
H	Pieza posterior	Fleece/Verde caña	2
I	Bolsillo posterior sobrepuesto	Fleece/Verde caña	1

DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 141. Dibujo plano conjunto 3-jogger tubular

6.10.8. Fichas de patronaje

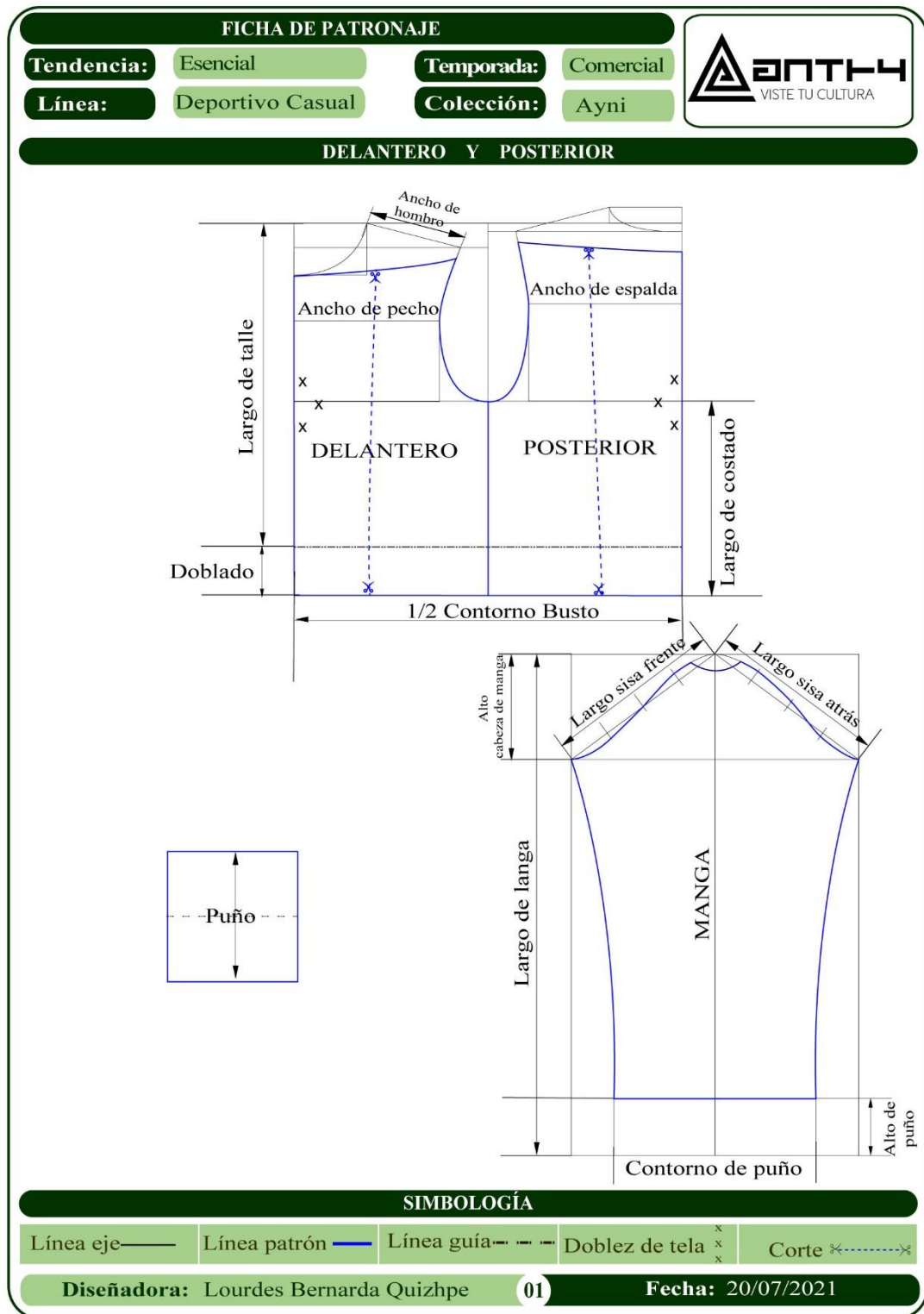


Figura 142. Patronaje conjunto 1-crop top

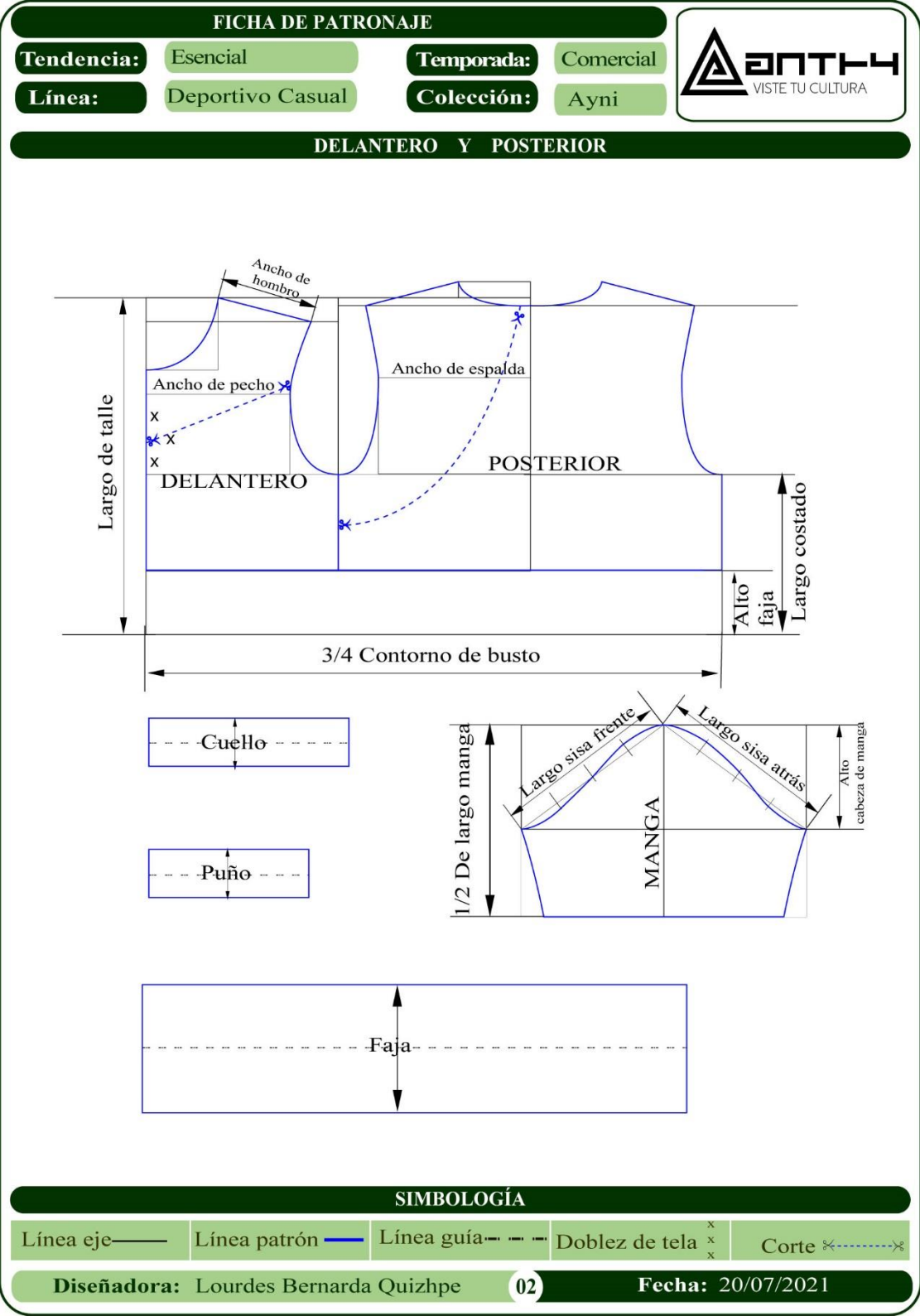


Figura 143. Patronaje conjunto 2-crop top manga 3/4

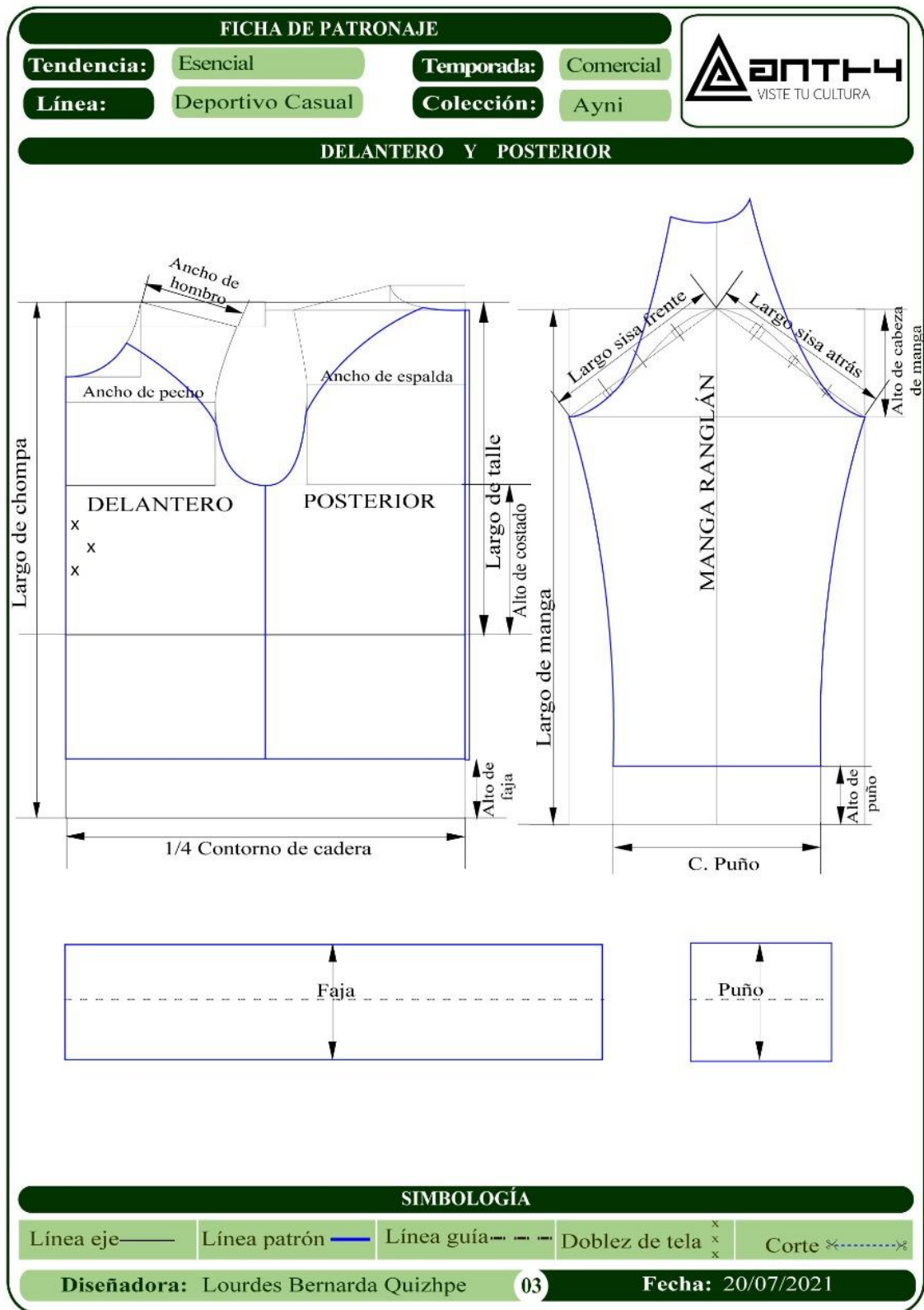


Figura 144. Patronaje conjunto 3-buzo

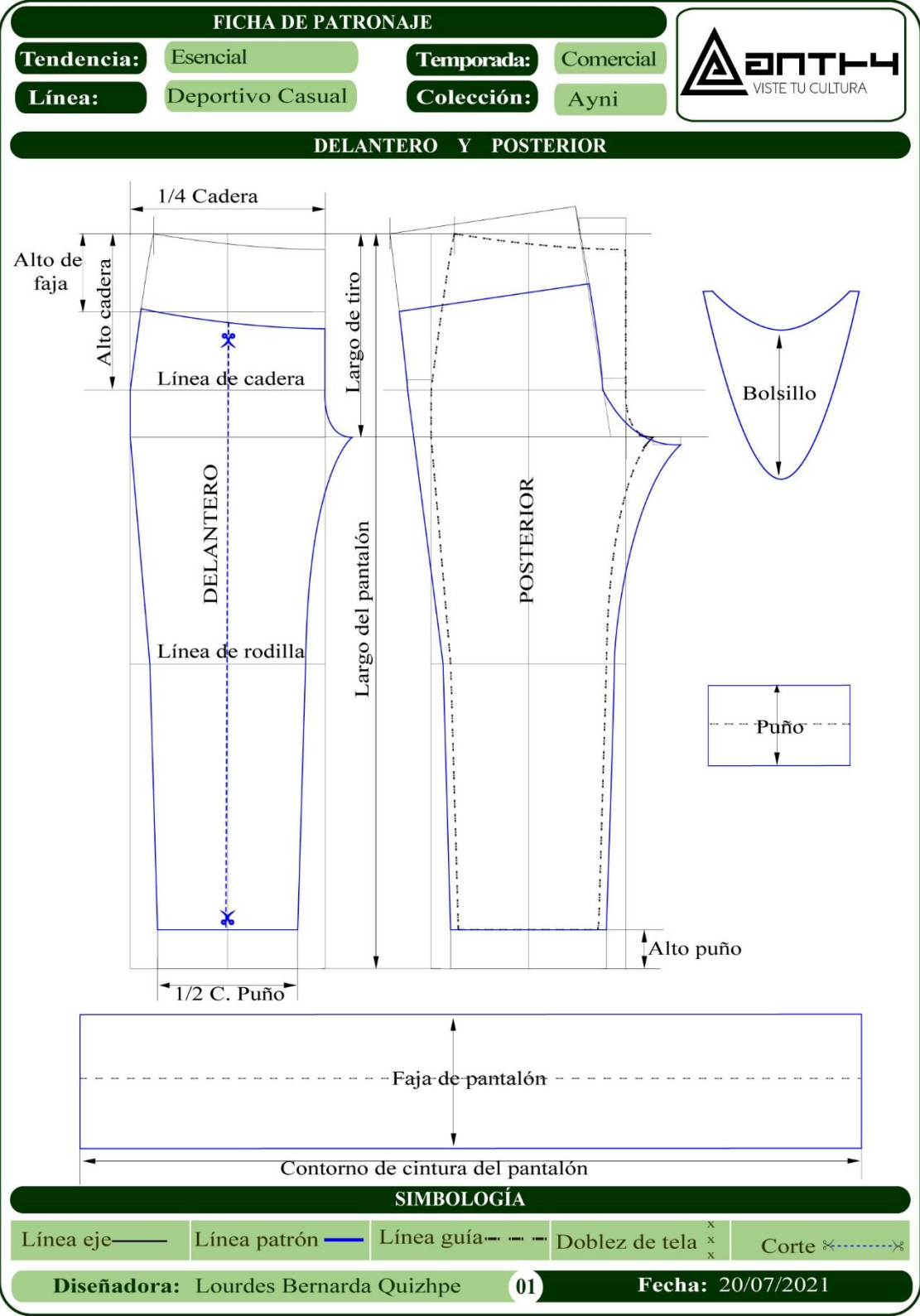


Figura 145. Patronaje conjunto 1-jogger con aberturas

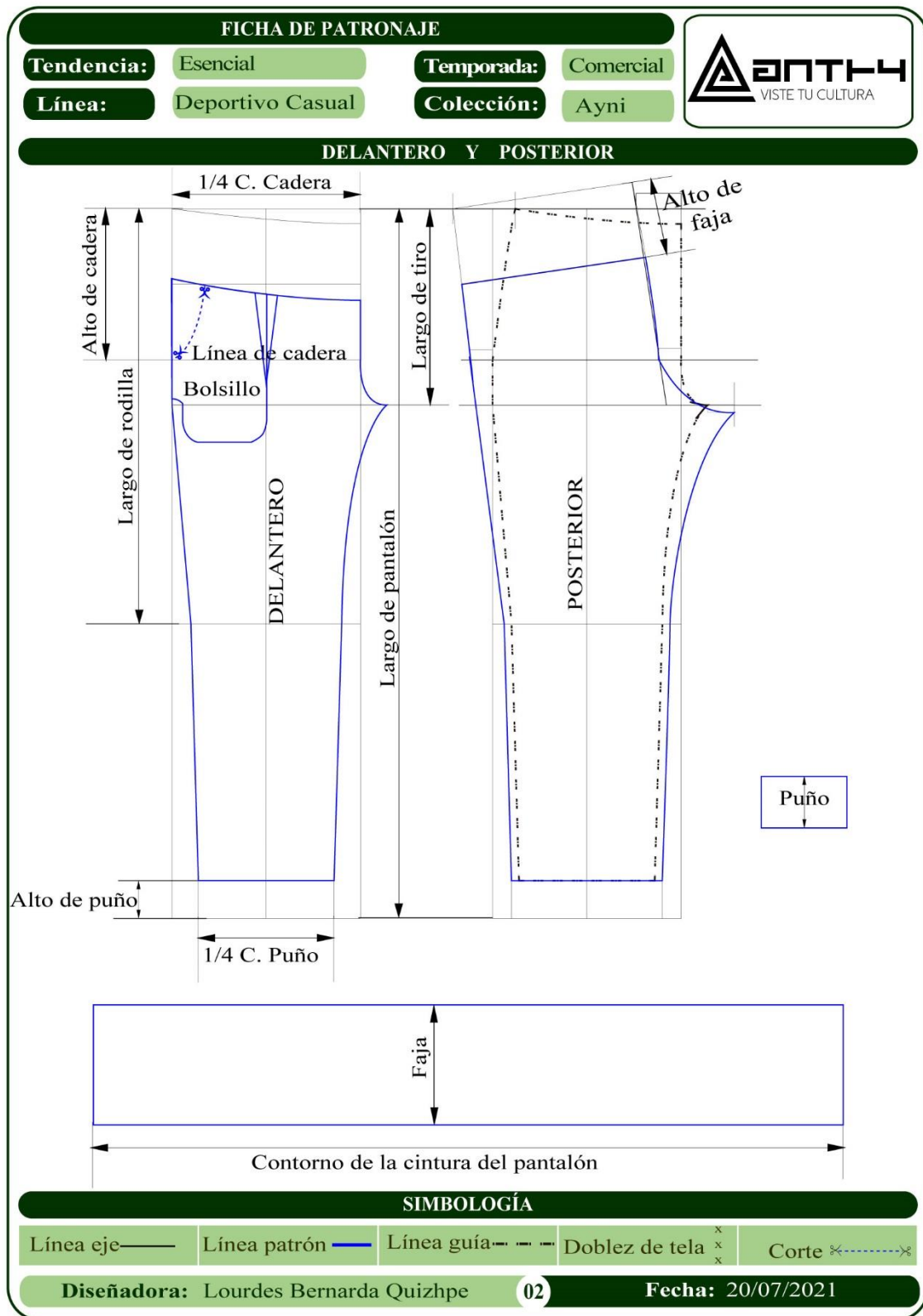


Figura 146. Patronaje conjunto 2-jogger cintura alta

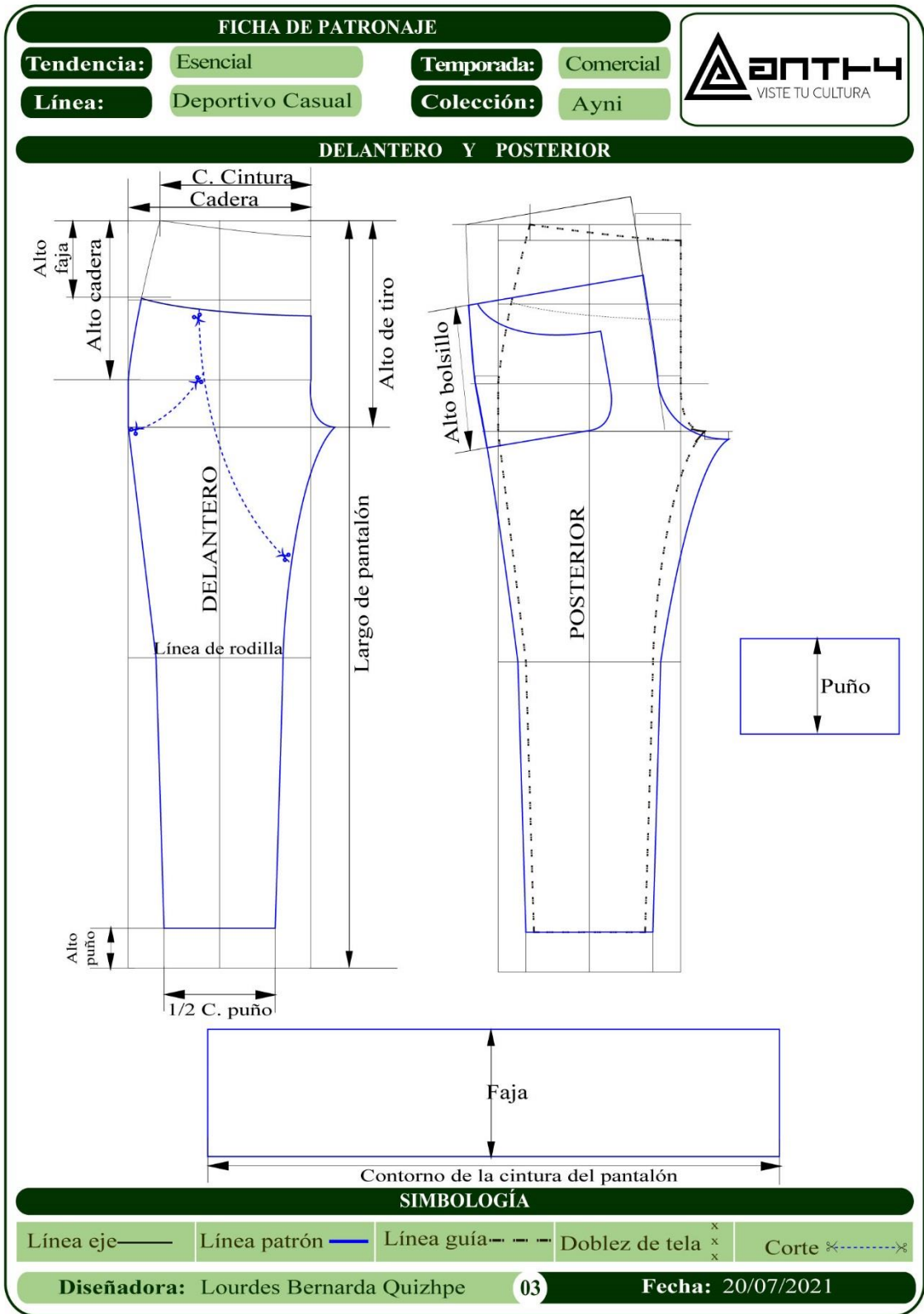


Figura 147. Patronaje conjunto 3-jogger tubular

6.10.9. Fichas de despiece


FICHA DE DESPIECE DE MOLDERÍA

Tendencia: Esencial

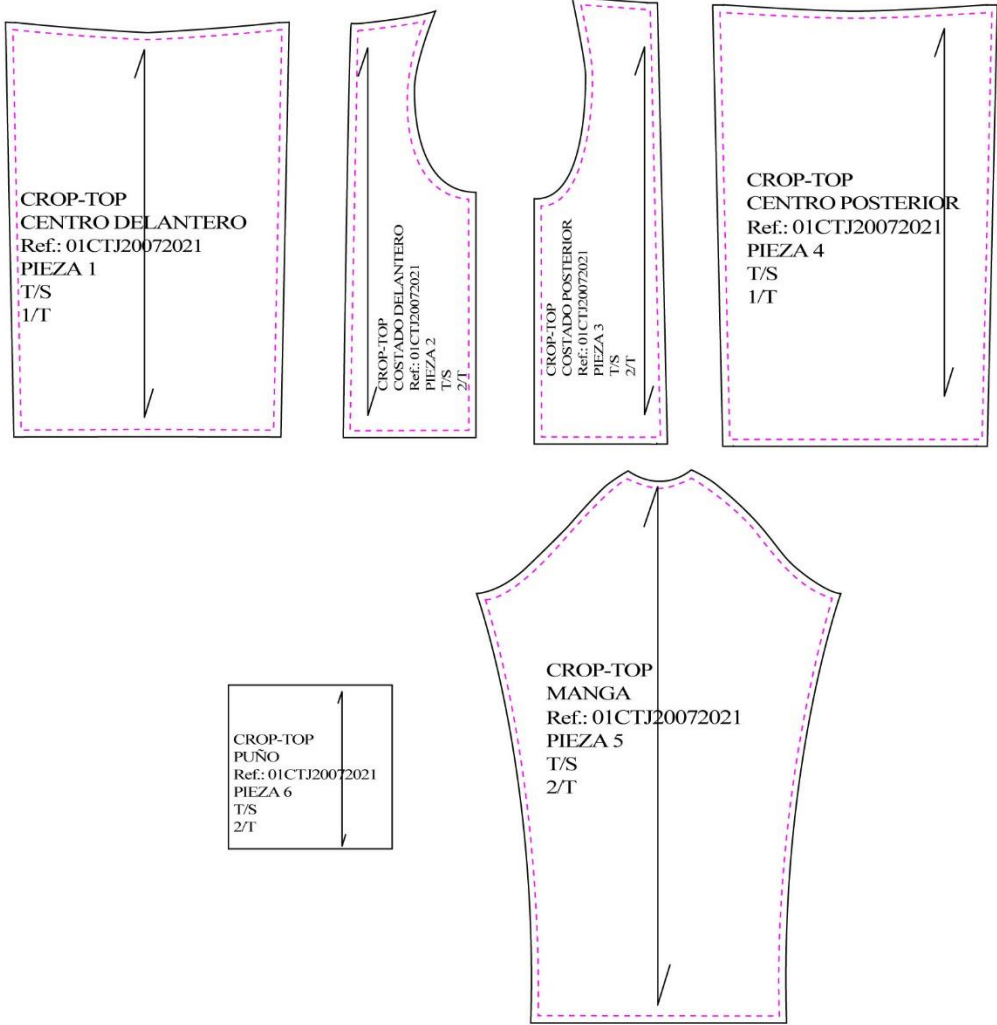
Línea: Deportivo Casual

Temporada: Comercial

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



SIMBOLOGÍA

Línea de corte—

Línea costura- - - -

Línea de hilo ↓

Nº de piezas por talla: n/T

Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

01

Fecha: 20/07/2021

Figura 148. Despiece conjunto 1-crop top

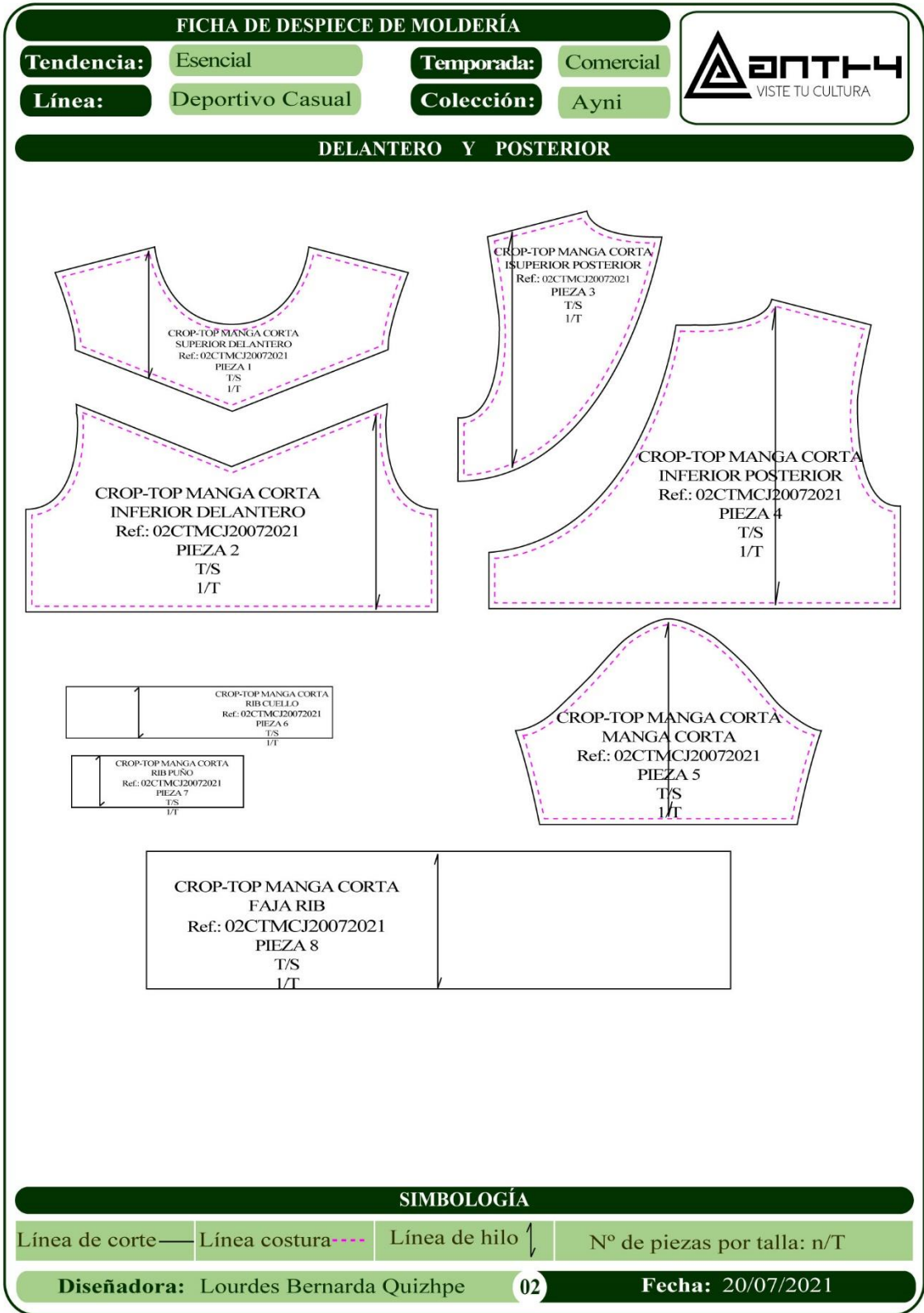


Figura 149. Despiece conjunto 2-crop top manga 3/4

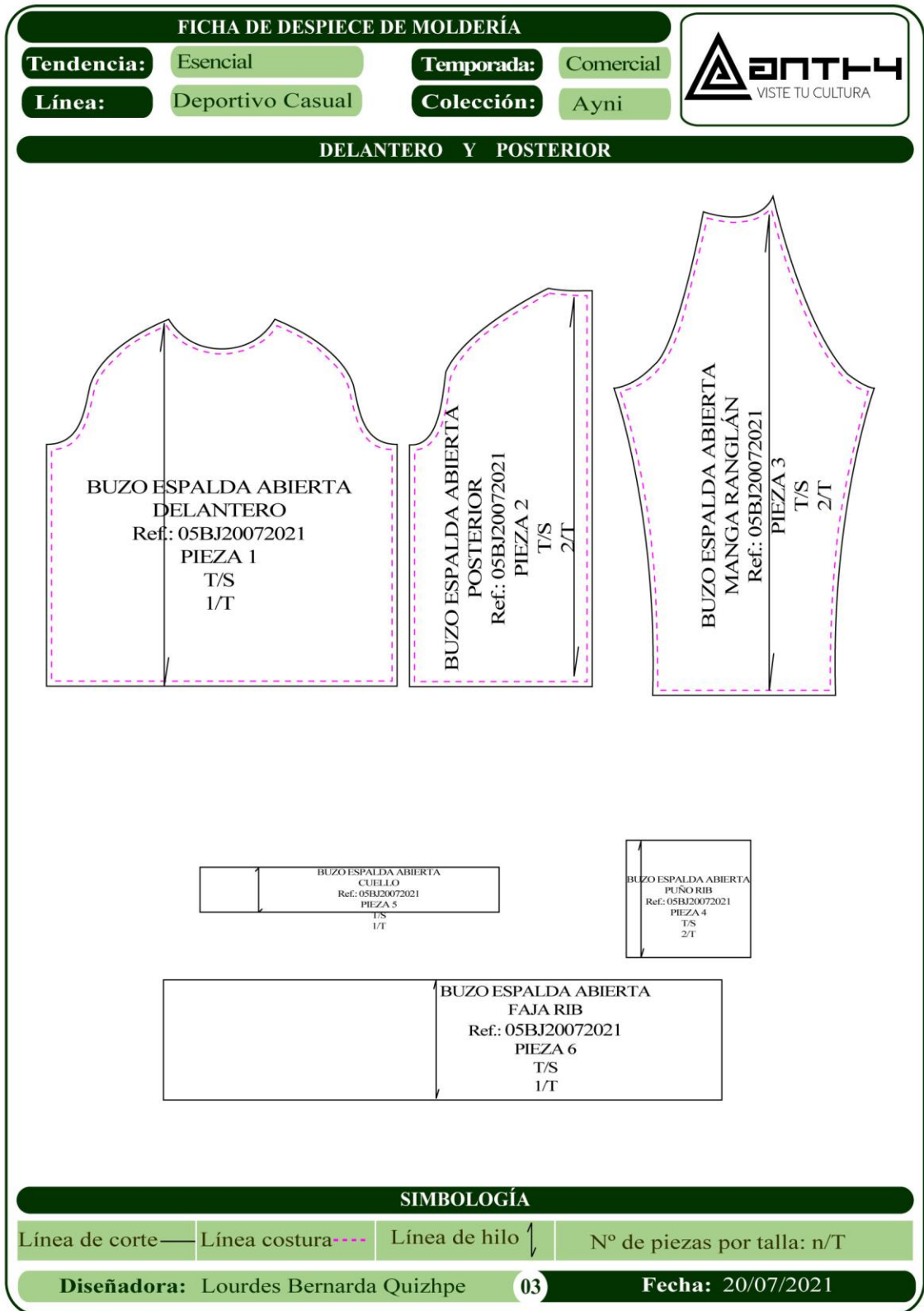


Figura 150. Despiece conjunto 3-buzo

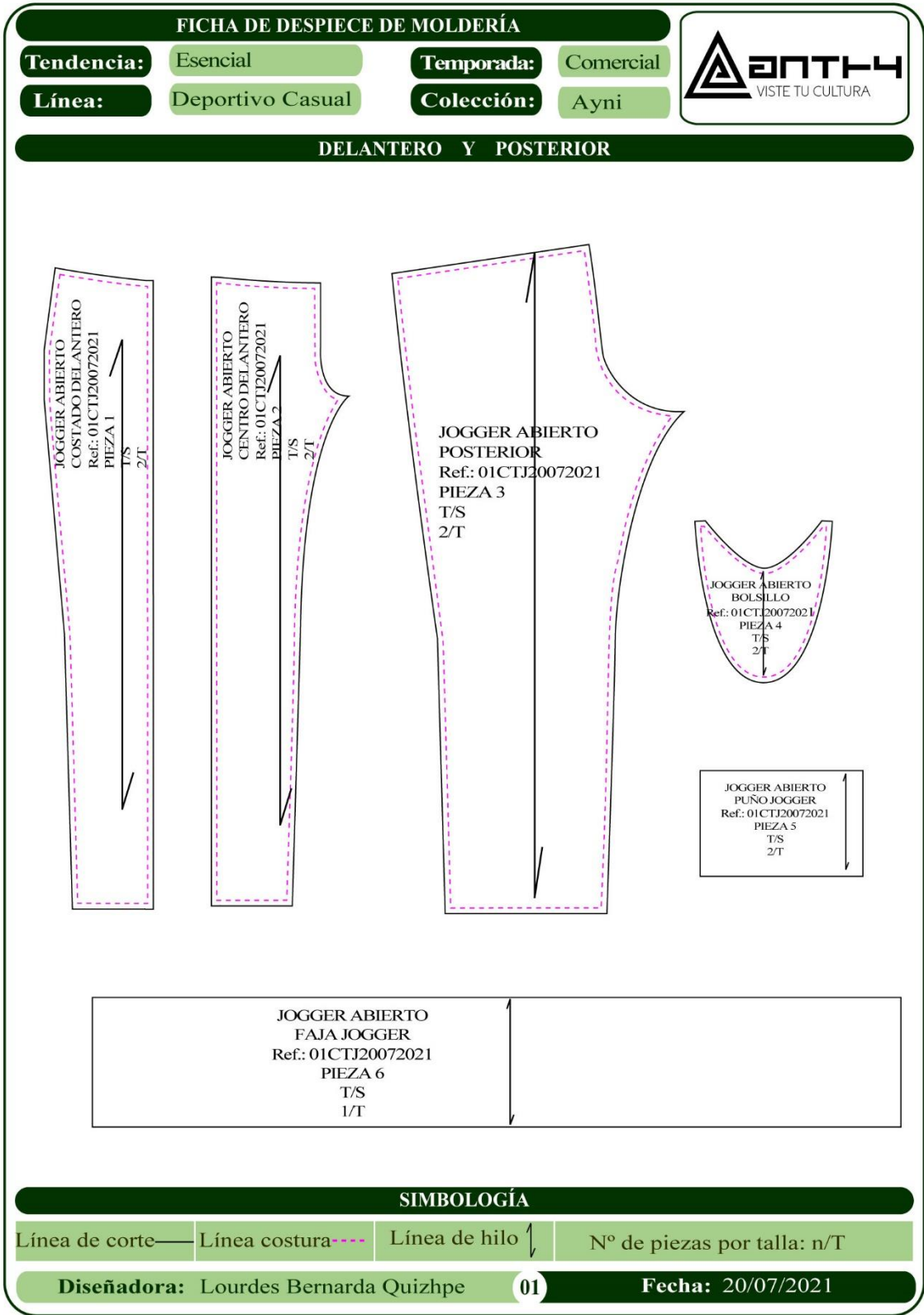


Figura 151. Despiece conjunto 1-jogger con aberturas

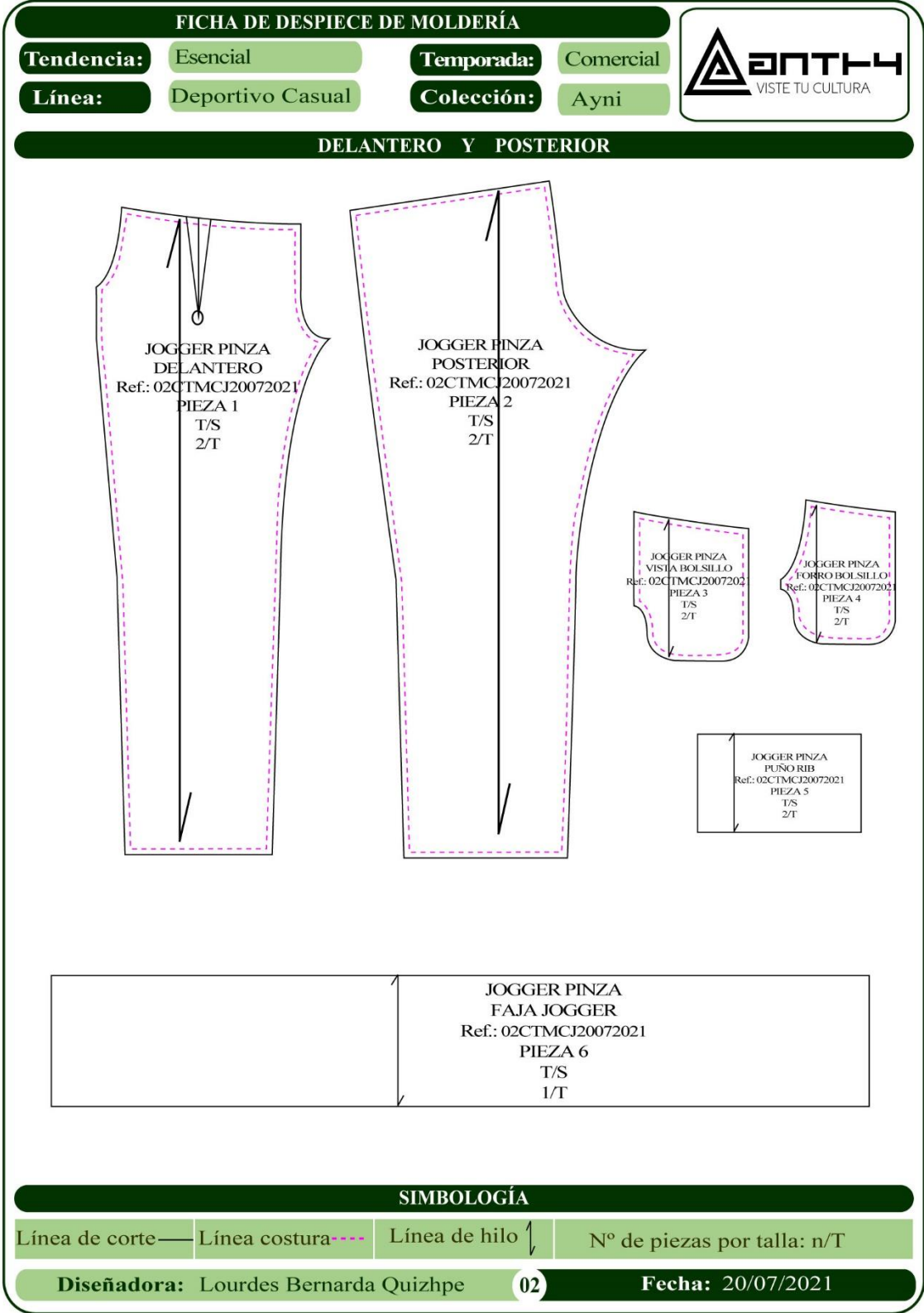


Figura 152. Despiece conjunto 2-jogger cintura alta

FICHA DE DESPIECE DE MOLDERÍA

Tendencia: Esencial

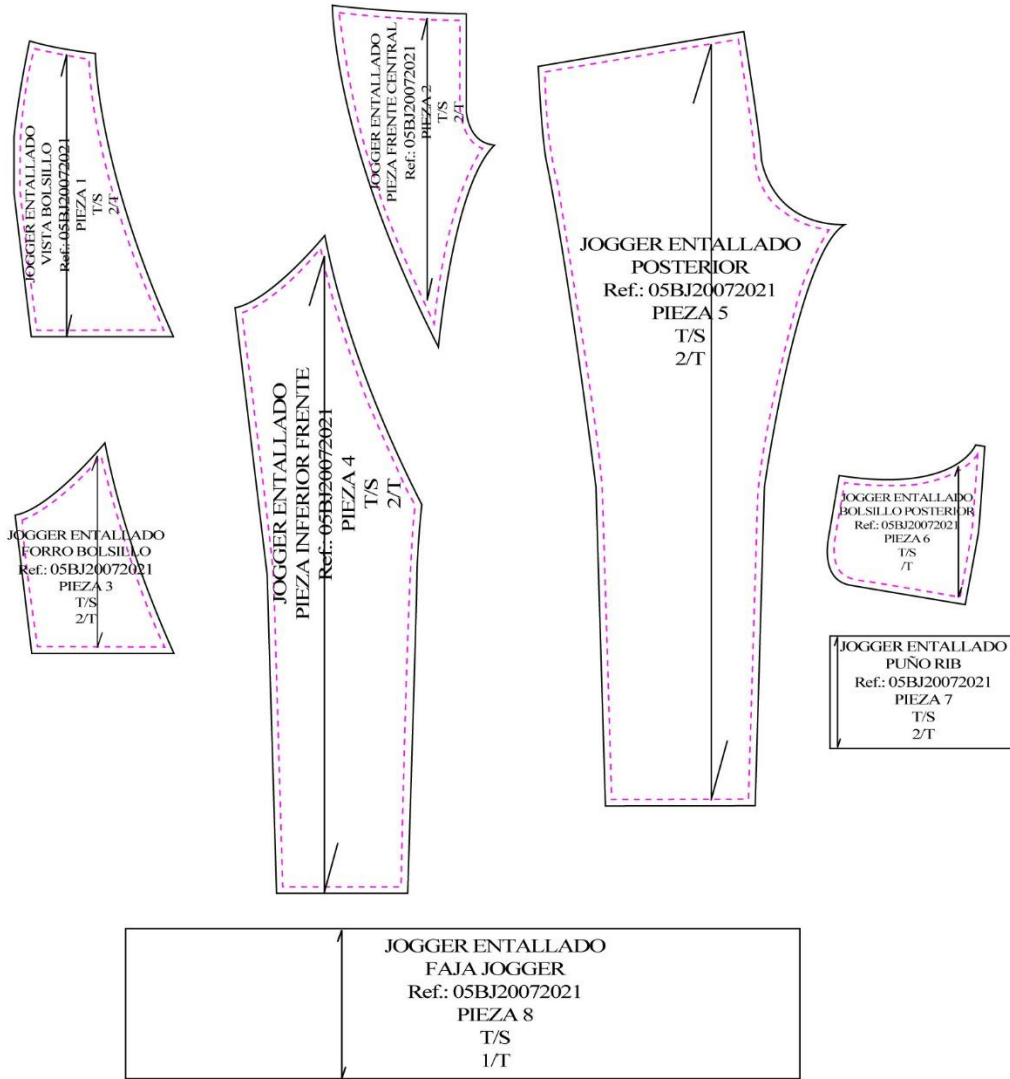
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



DELANTERO Y POSTERIOR



SIMBOLOGÍA

Línea de corte — Línea costura - - - Línea de hilo ↕ N° de piezas por talla: n/T

Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 153. Despiece conjunto 3-jogger tubular

6.10.10. Fichas de ruta operacional


FICHA DE RUTA OPERATIVA

Tendencia: Esencial

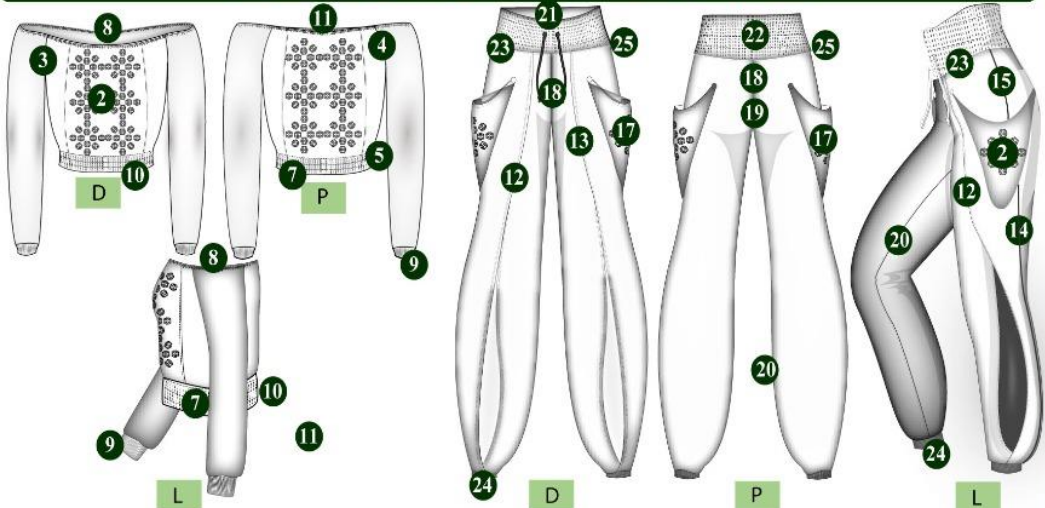
Línea: Deportivo Casual

Temporada: Comercial

Colección: Ayni



CONJUNTO 1 DELANTERO, POSTERIOR Y LATERAL



Descripción	Puntada	Máquina	P.P.P	Nº Aguja	Tiempo
1. Corte de piezas	Ninguna	Tijera	Ninguna	Ninguna	20 min
2. Estampado de piezas	Ninguna	Plancha	Ninguna	Ninguna	15 min
Armado de Crop-top					
3. Unir mangas a las piezas delanteras y posterior	512	Overlock	10-12	75	2 min
4. Pasar pespunte en las costuras de la unión	301	Recta	10-12	75	2 min
5. Cerrar costado y ubicar etiqueta	512	Overlock	10-12	75	3 min
6. Cerrar elásticos	301	Recta	10-12	75	2 min
7. Unir elástico a al dobladillo	512	Overlock	10-12	75	4 min
8. Unir elástico al escote	512	Overlock	10-12	75	4 min
9. Pegar puños	512	Overlock	10-12	75	2 min
10. Asentar pespunte de dobladillo	301	Recta	10-12	75	3 min
11. Asentar pespunte en el escote	301	Recta	10-12	75	3 min
Armado de Jogger					
12. Armar piezas delanteras	512	Overlock	10-12	75	5 min
13. Asentar pespuntes en la unión de las piezas delanteras	301	Recta	10-12	75	2 min
14. Unir costados delantero y posterior	512	Overlock	10-12	75	3 min
15. Pasar pespuntes en la unión de los costados	301	Recta	10-12	75	2 min
16. Preparar bolsillos, hacer dobladillo	301	Recta	10-12	75	2 min
17. Pegar bolsillos en los costados del jogger	301	Recta	10-12	75	4 min
18. Unir tiros delantero y posterior	512	Overlock	10-12	75	2 min
19. Asentar pespuntes en tiros	301	Recta	10-12	75	2 min
20. Cerrar entrepierna	512	Overlock	10-12	75	2 min
21. Preparar faja, ubicar ojales	Ninguna	Troqueladora	Ninguna	Ninguna	5 min
22. Unir faja al elástico, pespuntes	301	Recta	10-12	75	5 min
23. Pegar la faja al jogger	512	Overlock	10-12	75	4 min
24. Pegar puños	512	Overlock	10-12	75	2 min
25. Asentar pespunte en la costura de la faja y jogger	301	Recta	10-12	75	2 min
TIEMPO TOTAL EMPLEADO			1 Hora y 42 minutos		
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe		01	Fecha: 20/07/2021		

Figura 154. Ruta operacional conjunto 1

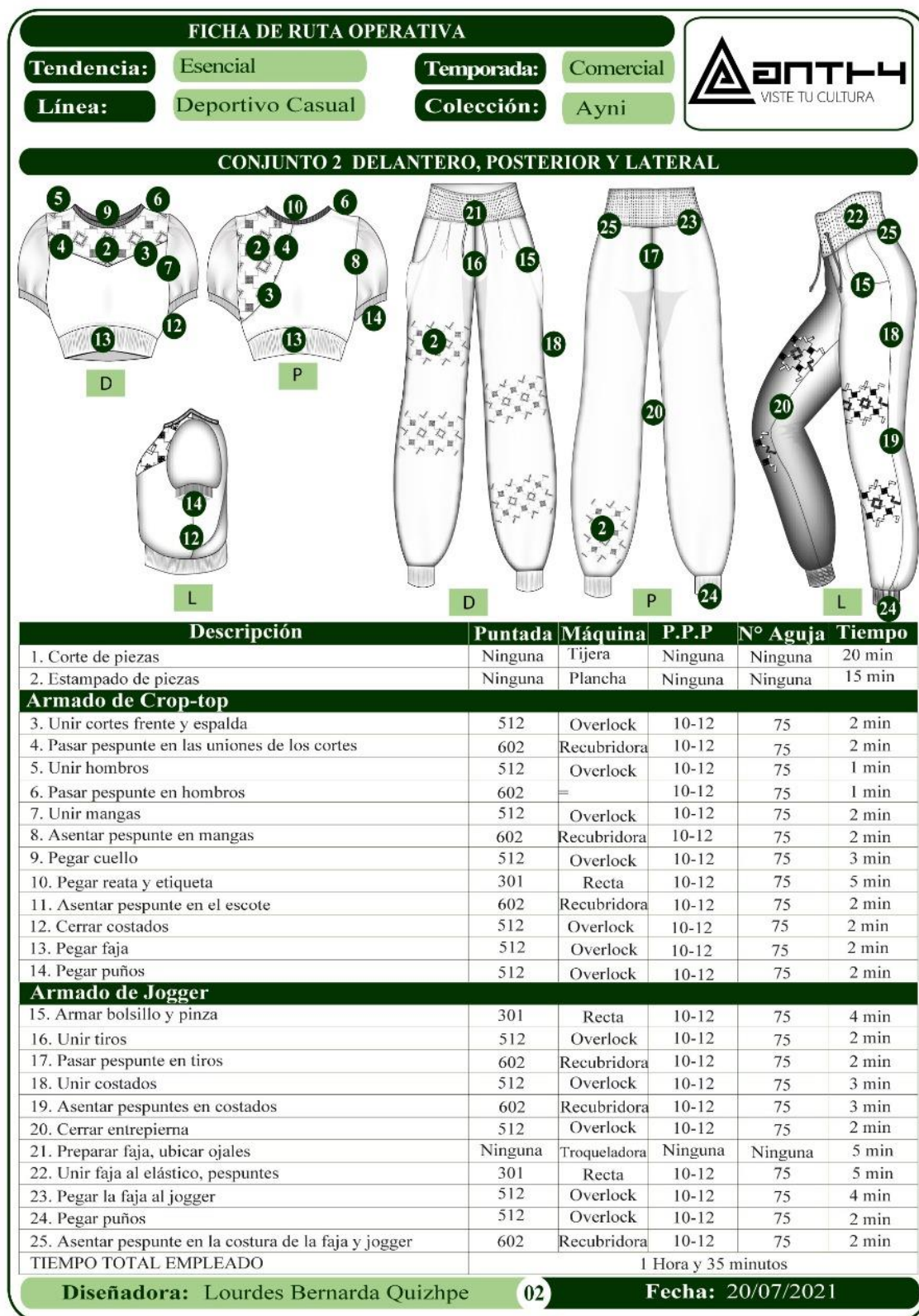


Figura 155. Ruta operacional conjunto 2

FICHA DE RUTA OPERATIVA

Tendencia: Esencial

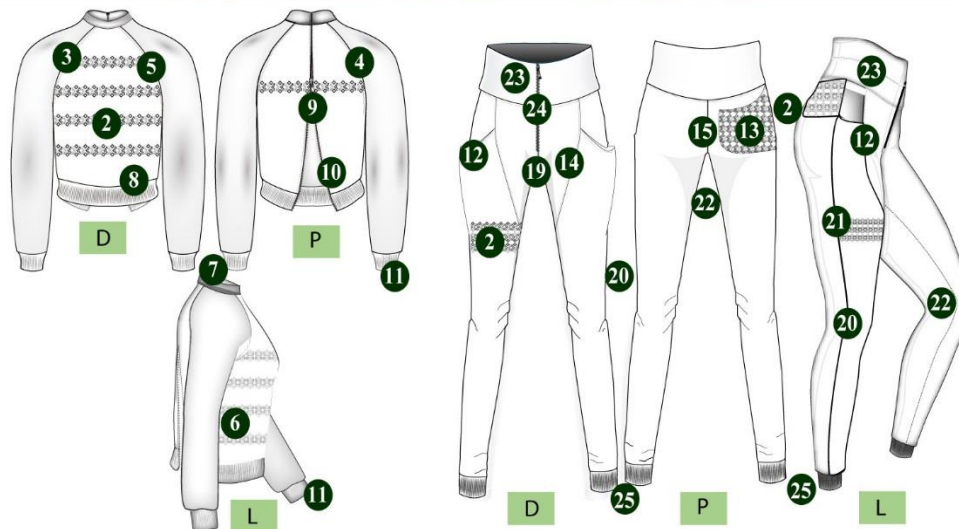
Temporada: Comercial

Línea: Deportivo Casual

Colección: Ayni



CONJUNTO 2 DELANTERO, POSTERIOR Y LATERAL



Descripción	Puntada	Máquina	P.P.P	N° Aguja	Tiempo
1. Corte de piezas	Ninguna	Tijera	Ninguna	Ninguna	20 min
2. Estampado de piezas	Ninguna	Plancha	Ninguna	Ninguna	15 min
Armado de Crop-top					
3. Unir mangas con la pieza delantera	512	Overlock	10-12	75	2 min
4. Unir mangas con las piezas posteriores	512	Overlock	10-12	75	2 min
5. Pasar pespuntos en la unión de mangas	301	Recta	10-12	75	2 min
6. Cerrar costados y ubicar etiqueta	512	Overlock	10-12	75	2 min
7. Pegar cuello	301	Recta	10-12	75	4 min
8. Pegar faja	512	Overlock	10-12	75	2 min
9. Pegar cremallera	301	Recta	10-12	75	10 min
10. Asentar pespunte de cremallera	301	Recta	10-12	75	5 min
11. Pegar puños	512	Overlock	10-12	75	2 min
Armado de Jogger					
12. Armar bolsillo delantero	301	Recta	10-12	75	5 min
13. Armar bolsillo posterior	301	Recta	10-12	75	5 min
14. Unir piezas delanteras	512	Overlock	10-12	75	3 min
15. Asentar pespuntos en las uniones de las piezas	301	Recta	10-12	75	3 min
16. Unir tiro posterior	512	Overlock	10-12	75	2 min
17. Pasar pespunte en el tiro posterior	301	Recta	10-12	75	2 min
18. Filetear los tiros delanteros	512	Overlock	10-12	75	1 min
19. Unir tiro delantero dejando abierto cm en la parte superior	301	Recta	10-12	75	1 min
20. Cerrar costados	512	Overlock	10-12	75	2 min
21. Pasar pespunte en los costados	301	Recta	10-12	75	2 min
22. Cerrar entrepierna	512	Overlock	10-12	75	3 min
23. Pegar la faja al jogger	301	Recta	10-12	75	5 min
24. Pegar cremallera	301	Recta	10-12	75	8 min
25. Pegar puños	512	Overlock	10-12	75	2 min
TIEMPO TOTAL EMPLEADO	1 Hora y 50 minutos				

Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe

03

Fecha: 20/07/2021

Figura 156. Ruta operacional conjunto 3

6.10.11. Roperos de la colección



Figura 157. Primer ropero de la colección



Figura 158. Segundo ropero de la colección



Figura 159. Tercer ropero de la colección

6.10.12. Photobook



Figura 160. Primer photobook de la colección



Figura 161. Segundo photobook de la colección



Figura 162. Tercer photobook de la colección

6.11. Costos de producción

6.11.1. Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes y no varían, se deben cubrir produzca o no la empresa.

Tabla 34. Costos fijos mensuales

COSTOS Y GASTOS FIJOS		
Descripción	Frecuencia de pago	Costo
Arriendo	Por mes	200 \$
Luz	Por mes	12\$
Agua	Por mes	5\$
Internet	Por mes	10\$
Salario	Por mes	400\$
Combustible	Por mes	80\$
Mantenimiento	Por mes	100\$
Papelería	Por mes	10\$
SUBTOTAL		817\$

6.11.2. Costos variables

Estos costos son variables según los niveles de producción, es decir son proporcionales, a mayor producción mayor será el costo, en este caso los materiales e insumos.

Tabla 35. Mano de obra (3 conjuntos)

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Corte vinilos	Metros	10	0,15\$	1,50\$
Estampado	Unidad	11	0,25\$	2,75\$
Corte	Cantidad	6	0,10\$	0,60\$
Costura	Cantidad	6	1,05\$	6,30\$
Acabados	Cantidad	6	0,05\$	0,30\$
Subtotal				11,45\$

Tabla 36. Materiales e insumos (3 conjuntos)

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Costo
Fleece perchado	Kilogramos	2,83	9,50\$	26,91\$
Rib grueso	Kilogramos	0,27	11,70\$	3,14 \$
Elástico	Metro	2,25	0,50 \$	1,25\$
Cordón	Metro	2,64	0,25\$	0,66\$
Ojales	Par	4	0,05\$	0,10\$
Cremallera 60cm	Unidad	1	1,45	1.45
Cremallera 20cm	Unida	1	1,00	1,00
Vinilos	Metro	3	8,96\$	20,16\$
Hilos	Metros	720	0,0005\$	0,36\$
Reata	Metros	3	0,25	0,75\$
Marquilla	Unidad	6	0,02	0,12
Etiqueta	Unidad	6	0,04	0,24
Empaque	Unidad	3	0,20	0,60
Subotal				56,72 \$

Tabla 37. Total de costos directos (3 conjuntos)

Descripción	Costo
Materiales e insumos	56,72
Mano de obra	11,45
Total	68,17

6.11.3. Fichas de costos


FICHA DE COSTOS						
Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial			
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni			
Referencia:	01CTJ20072021					
COSTOS DEL CONJUNTO 1						
COSTOS DIRECTOS						
1. MATERIA PRIMA E INSUMOS						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Fleece perchado	Austrotex	Tejido de punto	Kilogramos	9,50	1	9,5
Rib	Austrotex	Punto acanalado	Kilogramos	11,70	0,32	1,22
Elástico	Inmatex	Cinta elástica	Metro	0,50	1,5	0,75
Cordón	Riosport	Polialgodón	Metro	0,25	1,30	0,33
Ojales	Unlimited	Nikel	Par	0,05	1	0,05
Reata	Briseño	Polialgodón	Metro	0,25	1	0,25
Hilos	Inmatex	Poliéster	Metro	0,0005	245	0,12
Vinilos textiles	Imevi	Láminas vinil	Metros	8,96	0,5	4,48
Marquilla	Sumak	Nylon	Unidad	0,02	2	0,04
Etiqueta	Sumak	Cartón	Unidad	0,04	2	0,08
Empaque	Sumak	Bolsa papel	Unidad	0,20	1	0,20
TOTAL COSTO 1						17,00
2. MANO DE OBRA DIRECTA						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Corte de vinilo	AWAQ	Plotter de corte	Tiempo y tamaño	0,15	3	0,45
Estampado	AWAQ	Termofijado	Unidad	0,25	4	1
Corte de telas	AWAQ	Manual	Cantidad	0,1	2	0,2
Manufactura	AWAQ	Armar prendas	Cantidad	1,05	2	2,10
Acabados	AWAQ	Planchado	Cantidad	0,05	2	0,1
TOTAL COSTO 2						3,85
3. TOTAL DE COSTOS 1 + 2: 16,96 + 3,85 = 20,85						
4. TOTAL DE COSTOS FIJOS/200						4,085
5. TOTAL DE COSTOS 3 + 5						24,94
6. UTILIDAD DEL 30%						7,48
7. UTILIDAD DEL 40%						9,98
8. IVA 12%						2,99
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 30% + IVA 12%						35,41
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 40% + IVA 12%						37,91
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe				01	Fecha: 20/07/2021	

Figura 163. Costos de conjunto 1


FICHA DE COSTOS						
Tendencia:	Esencial	Temporada:	Comercial			
Línea:	Deportivo Casual	Colección:	Ayni			
Referencia:	02CTMCJ20072021					
COSTOS DEL CONJUNTO 2						
COSTOS DIRECTOS						
1. MATERIA PRIMA E INSUMOS						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Fleece perchado	Austrotex	Tejido de punto	Kilogramos	9,50	0,83	7,91
Rib	Austrotex	Punto acanalado	Kilogramos	11,70	0,32	1,22
Elástico	Inmatex	Cinta elástica	Metro	0,50	0,5	0,25
Cordón	Riosport	Polialgodón	Metro	0,25	1,30	0,33
Ojales	Unlimited	Nikel	Par	0,05	1	0,05
Reata	Briseño	Polialgodón	Metro	0,25	1	0,25
Hilos	Inmatex	Poliéster	Metro	0,0005	245	0,12
Vinilos textiles	Imevi	Láminas vinil	Metros	8,96	1	8,96
Marquilla	Sumak	Nylon	Unidad	0,02	2	0,04
Etiqueta	Sumak	Cartón	Unidad	0,04	2	0,08
Empaque	Sumak	Bolsa papel	Unidad	0,20	1	0,20
TOTAL COSTO 1						19,41
2. MANO DE OBRA DIRECTA						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Corte de vinilo	AWAQ	Plotter de corte	Tiempo y tamaño	0,15	4	0,60
Estampado	AWAQ	Termofijado	Unidad	0,25	4	1
Corte de telas	AWAQ	Manual	Cantidad	0,1	2	0,2
Manufactura	AWAQ	Armar prendas	Cantidad	1,05	2	2,10
Acabados	AWAQ	Planchado	Cantidad	0,05	2	0,1
TOTAL COSTO 2						4,00
3. TOTAL DE COSTOS 1 + 2: 19,41 + 4,00 = 23,41						
4. TOTAL DE COSTOS FIJOS/200						4,085
5. TOTAL DE COSTOS 3 + 5						27,50
6. UTILIDAD DEL 30%						8,25
7. UTILIDAD DEL 40%						11,00
8. IVA 12%						3,30
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 30% + IVA 12%						39,05
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 40% + IVA 12%						41,80
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe				02	Fecha: 20/07/2021	

Figura 164. Costos de conjunto 2

FICHA DE COSTOS						
Tendencia:	Esencial		Temporada:	Comercial		
Línea:	Deportivo Casual		Colección:	Ayni		
Referencia: 05BJ20072021						
COSTOS DEL CONJUNTO 3						
COSTOS DIRECTOS						
1. MATERIA PRIMA E INSUMOS						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Fleece perchado	Austrotex	Tejido de punto	Kilogramos	9,50	1	9,50
Rib	Austrotex	Punto acanalado	Kilogramos	11,70	0,06	0,70
Elástico	Inmatex	Cinta elástica	Metro	0,50	0,5	0,25
Cremallera	Lira	Cierre 60 cm	Unidad	1,45	1	1,45
Cremallera	Lira	Cierre 20 cm	Unidad	1	1	1
Reata	Briseño	Polialgodón	Metro	0,25	1	0,25
Hilos	Inmatex	Poliéster	Metro	0,0005	245	0,12
Vinilos textiles	Imevi	Láminas vinil	Metros	8,96	0,75	6,72
Marquilla	Sumak	Nylon	Unidad	0,02	2	0,04
Etiqueta	Sumak	Cartón	Unidad	0,04	2	0,08
Empaque	Sumak	Bolsa papel	Unidad	0,20	1	0,20
TOTAL COSTO 1						20,31
2. MANO DE OBRA DIRECTA						
MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Corte de vinilo	AWAQ	Plotter de corte	Tiempo y tamaño	0,15	3	0,45
Estampado	AWAQ	Termofijado	Unidad	0,25	3	0,75
Corte de telas	AWAQ	Manual	Cantidad	0,1	2	0,2
Manufactura	AWAQ	Armar prendas	Cantidad	1,05	2	2,10
Acabados	AWAQ	Planchado	Cantidad	0,05	2	0,1
TOTAL COSTO 2						3,60
3. TOTAL DE COSTOS 1 + 2: 20,31 + 3,60 = 23,91						
4. TOTAL DE COSTOS FIJOS/200						4,085
5. TOTAL DE COSTOS 3 + 5						28,00
6. UTILIDAD DEL 30%						8,40
7. UTILIDAD DEL 40%						11,20
8. IVA 12%						3,36
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 30% + IVA 12%						39,76
PRECIO DE VENTA UTILIDAD 40% + IVA 12%						42,56
Diseñadora: Lourdes Bernarda Quizhpe			03	Fecha: 20/07/2021		

Figura 165. Costos de conjunto 3

6.12. Punto de equilibrio

Encontrar el punto de equilibrio es vital para un negocio, para conocer la cantidad de que debe producir sin tener pérdidas, es acción sirve de aporte para la planificación de una producción y para conocer la suma de inversión y lo que debe recuperar. Para encontrar el punto de equilibrio se presenta la siguiente fórmula con valores del conjunto número 1.

$$PE = \frac{\text{Total costo fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}}$$

$$PE = \frac{817}{38,05 - 22,72}$$

$$PE = 54$$

Valores:

Total, de costos fijos: 817

Precio de venta (30%): $114,22/3 = 38,05$

Costos variables: $68,17/3 = 22,72$

Para obtener un punto de equilibrio la empresa debería producir 54 conjuntos al mes, pero esta empresa se caracteriza por producir máximo 6 prendas del mismo diseño, por esta razón para producir los 54 conjuntos debería variar los estampados y bases textiles.

Tabla 38. Ganancia mensual utilidad 30%

Nombre	Ganancia	por	Cantidad	Total utilidad
Conjunto 1	7,48		54	403,92
Conjunto 2	8,25		54	445,50
Conjunto 3	8,40		54	453,60
			Total	1303,02

Tabla 39. Ganancias aspiracionales

Nombre	Ganancia	por	Cantidad	Total utilidad
Conjunto 1	8,04		80	643,20
Conjunto 2	8,04		120	964,80
Conjunto 3	8,04		100	804
			Total	2.412,00

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- A partir de las indagaciones realizadas sobre los trompeteros en Saraguro se puede decir que este pueblo posee una riqueza iconográfica amplia, que se ha mantenido oculta y se ha estado desvaneciendo, éstas se pueden evidenciar en sus fajas, en sus utensilios, en los atuendos y accesorios de los personajes populares y religiosos, en sus artesanías, atuendo, etc. En las creencias y saberes empíricos de su gente hay gran sabiduría que es poco valorada y solo es visible para personas investigadoras u observadoras.
- Con la realización de la investigación de campo y bibliográfica se pudo comprobar la reducida información sobre los trompeteros de Saraguro, los adultos mayores que conocían su historia han fallecido y alguno que conservan su memoria intacta narran su conocimiento sobre este personaje. Hay trabajo que realizar e información que documentar sobre este pueblo, ya que los sus conocimientos se evaporan con los taytas y mamas que se van.
- El análisis iconográfico permitió reunir una cantidad considerable de figuras con las que se logró rediseñar diferentes formas que son aplicadas en este caso en prendas athleisure y que puede ser aplicadas en cualquier base ya sea; textil, papel, madera, cerámica entre otros; se pueden emplear bajo distintos métodos de estampación u otras técnicas que permitan grabar una imagen sobre una base.
- Este proyecto, además, puede servir de referente para futuros proyectos de emprendimiento del pueblo Saraguro, ya que este lugar tiene notable acogida turística y mucha gente vive de ello.

7.2. Recomendaciones

- En los pueblos indígenas como Saraguro tiene la costumbre de conversar o es más llamado como un compartir y aprender, no es común el término entrevista, por ello es

conveniente saber qué términos usar al momento de acercarse a una comunidad e ir preparado con tiempo y buscar la hora adecuada, pues en el proceso de conversar se pueden ir horas y los temas pueden ser variados, no solo centrados en el tema de investigación; otro detalle entorno a las costumbres de éste lugar es, que cuando una persona obtiene un “favor” de otra debe llevar un pequeño presente a cambio y es importante para evitar pagar costos monetarios como en algunos casos.

- Es importante realizar investigaciones que incluyan pueblos indígenas para promover con el desarrollo y conservación de su riqueza y por tanto al desarrollo de la nación. Además, que estos poseen una amplia riqueza iconográfica que puede servir de base para múltiples proyectos.
- Dentro del área de diseño de moda es recomendable trabajar en prendas atemporales, multifuncionales y versátiles, pues el mundo se encuentra cruzando una época difícil por la crisis sanitaria donde el usuario busca comodidad, durabilidad y economía, estar en paz y cuidar la salud tanto física como mental.
- Es importante conocer diferentes técnicas de estampado, escoger la más conveniente y saber sobre qué bases se pueden aplicar y sobre cuales no se pueden aplicar. Así mismo en el momento de realizar las propuestas es aconsejable tener un conocimiento de las telas y tonos que existen en el mercado o que se pueden obtener.
- En cuanto a la técnica de la estampación con vinilos textiles, es totalmente recomendable, ya que es tanto o más durable que otras técnicas, además de que sus cortes son limpios y los colores vibrantes. Es una técnica donde se puede realizar colecciones reducidas incluso desde una sola prenda de vestir sin elevar su valor. Es decir, el costo del vinil es permanente ante cualquier cantidad de producciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril Moda. (1 de julio de 2010). *Estilo Glam Rock*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.abrilmoda.com/estilo-glam-rock-caracteristicas-y-ejemplos/>
- Abril, V. H. (s.f.). *Técnicas e Instrumentos de la Investigación*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?1453407764=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases.pdf&Expires=1605419059&Signature=Ex7YaImR3wYBwnznY2616m~
- Abundancia, R. (23 de agosto de 2013). *El Pais*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de Las Betches: <http://smoda.elpais.com/moda/las-betches-inmensamente-superficiales-y-orgullosas-de-serlo/>
- Agostini, S. (27 de marzo de 2020). ¿Cuál es la diferencia entre ropa deportiva y athleisure ? Te lo explicamos y te contamos sus historias. *Vogue*. Obtenido de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/la-diferencia-entre-ropa-deportiva-y-athleisure>
- Aguero Servin, M. d. (2017). *Manual de técnicas experimentales para la creación de telas de corto metraje*. México: Universidad Iberoamericana ciudad de México.
- Alarcón, L. M. (s.f.). *Soy Actitud*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de ¿Eres una betch?: <http://www.actitudfem.com/tecnologia/viral/redes-sociales/que-es-una-betch>
- Almeida Durán, N., & CIDAP, C. I. (1999). *La Cultura Popular en el Ecuador; Loja*. CIDAP.
- Almeida Vinuesa, J. (1995). *Identidades Indias en el Ecuador Contemporáneo*. (J. Almeida Vinuesa, Ed.) Cayambe, Ecuador: Abya-Yala. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/12941>

- Almeida, C., Possso, M., & Carrascar, R. (2016). *Iconografía de los Pueblos Ancestrales de Imbabura*. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <https://issuu.com/utnuniversidad/docs/ebook-iconografia-pueblos-ancestral>
- Andina. (24 de octubre de 2013). *Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-instrumento-musical-waqra-se-suma-al-patrimonio-cultural-de-nacion-479715.aspx>
- Annis, S. (1987). *God and Production in a Guatemalan Town*. Austin: University of Texas Press.
- Arenas, N. (1997). Globalización e identidad latinoamericana. *Nueva Sociedad*, 147, 120-131.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6ta ed.). República Bolivariana de Venezuela: Episteme. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=el+proyecto+de+investigacion+arias&ots=kYiMcqvvn7&sig=cqlN6QNkYyAJcnQeWIALPutLyPg#v=onepage&q=el%20proyecto%20de%20investigacion%20arias&f=false>
- Arnld, & Y., D. (2016). Una reconsideración metodológica de los estudios iconográficos de los Andes. *Estudios Sociales del NOA*(17), 7-18. Obtenido de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/esnoa/article/view/4213/3749>
- Arnold, D. Y. (2015). Del Hilo al Laberinto: replanteando el debate sobre los diseños textiles como escritura. *Entre cajones, textiles, cueros, papeles y barro*, 39-64.
- Asociación de Industria Textileros del Ecuador. (2016). *Industria Textil y Confección: El reto de Subsistir*. AITE.
- Association of Textile, Apparel & Materials Professionals. (s.f.). *AATCC History Highlights*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://www.aatcc.org/abt/history/highlights/>

- Association of Textile, A. &. (2014). *Materiales de Control de Calidad y Publicaciones. AATCC Materiales De Control De Calidad Espanol*, 1, 2. Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de https://issuu.com/aatcc/docs/aatcc_quality_control_catalog_spani
- ASTM INTERNACIONAL. (Julio de 2021). *ASTM en la región de América Latina*. Recuperado el 16 de mayo de 2017, de Estándares de ASTM : <https://www.astm.org>
- Atipikal. (s.f.). *Técnicas de estampación Textil*. Recuperado el 17 de 08 de 2016, de <http://www.atipikal.com/noticias/100-tecnicas-de-estampacion-textil.html>
- AUDACES. (20 de Diciembre de 2016). *La importancia de la investigación, inspiración y creatividad en el mercado Competitivo De La Moda*. Obtenido de <https://audaces.com/es/la-importancia-de-la-investigacion-inspiracion-y-creatividad-en-el-mercado-competitivo-de-la-moda/>
- Babalú. (s.f.). *Babalú fashion*. Obtenido de <https://babalufashion.com>
- Bacacela Gualán, M. S. (2000). *Ecuador Chinchasuyupi Quichacunapac Ñaupá Rimai*. Cuenca: Casa de la Cultura Ecuatoriana "benjamín Carrión".
- Bacacela Gualán, S. P. (2010). *La Cultura Espiritual: Una resistencia de los Saraguros en la actualidad; Las ofrendas Florales*. Cuenca: Grafisum.
- Ballivián, F. (s.f.). *AllinKausay; el camino de los justos*. Bolivia. Obtenido de <https://espanol.free-ebooks.net/search/allinkausay>
- Bárraza Lescano, S. (2009). Apuntes Histórico-arqueológicos entorno a la danza del Huacon. *Anthropológica*, 27(27), 93-121. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92122009000100006
- Barraza Lescano, S. (Diciembre de 2009). Apuntes histórico-arqueológicos entorno a la danza del Huacón. *ANTHROPOLOGICA/AÑO XXVII(27)*, 93-121.

- Barreiro, A. (13 de Diciembre de 2007). *Hacia un nuevo sistema de la moda: El modelo Zara*. Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de Reinventando la sociología: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/111/112>
- BBCL. (17 de mayo de 2015). *Noticias Mujer*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de Betches: La superficial tendencia que atrapó a muchas jóvenes de las grandes ciudades: <http://www.biobiochile.cl/noticias/2015/05/17/betches-la-superficial-tendencia-que-atrapo-a-muchas-jovenes-de-las-grandes-ciudades.shtml>
- BELELU. (1 de Septiembre de 2006). *Historia de la moda*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de Las grandes creaciones de ayer y la copia de hoy: <https://www.belelu.com/2010/09/1-historia-de-la-moda-las-grandes-creaciones-de-ayer-y-la-copia-de-hoy/>
- Belote, J., & Belote, L. (2000/2004). *Saraguro*. Obtenido de Arqueología de Saraguro: <http://www.saraguro.org/archaeology.htm>
- Belote, L. &. (1977). *El sistema de cargos de fiestas en Saraguro: El sistema de cargos de fiestas en Saraguro. Temas sobre la continuidad y adaptación cultural ecuatoriana*. Quito: Abya-Yala.
- Belote, L., & Belote, J. (1994). *Los saraguros: Fiesta y ritualidad*. Quito: Abya-Yala.
- Bermejo, G. y. (2012). La máscara del diablo, como elemento simbólico, en la celebración de corpus christi (Atánquez-Colombia). *Boletín Antropológico*, 30(83), 73-103. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/712/71225438004.pdf>
- Besnier, N., Brownell, S., & Carter, T. (2019). *Antropología del deporte: Emociones, poder y negocios en el mundo contemporáneo*. Siglo XXI Editores. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mG7ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=antropología+del+deporte+blanchard&ots=_Wbz0HaAZc&sig=hHMIx_ioe2JeyXerHBY8k7Rl3cY#v=onepage&q=antropología%20del%20deporte%20blanchard&f=false

- Betches. (28 de Febrero de 2011). *WTF es Betches*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de Cómo todo empezó: <http://www.betches.com/about>
- Bonilla Roldan, S. (2012). *écnicas de bordado punto smock para la produccion pret a porter de vestidos de niñas de cinco a diez años, aplicado en las estudiantes del 9no. año del centro de formación artesanal Juan Pablo II del cantón Guaranda durante el período 2011-2012*. Bachelor's thesis, Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias de la Educación, Sociales, Filosóficas y Humanísticas. Carrera Educación Básica.
- Bras, P. d. (27 de Julio de 2021). *Tienda Port de Bras*. Obtenido de Productos: <https://www.portdebras.com/>
- Brisset Martín, D. E. (2004). Antropología visual y análisis fotográfico. *Gazeta de antropología*, 20. Obtenido de http://www.gazeta-antropologia.es/wp-content/uploads/G20_01DemetrioE_Brisset_Martin.pdf
- CaballeroEscribano, C. (2011). *Historia de los curtidos de las pieles*. San Vicente: Editorial Club Universitario.
- Caldas, D. (2004). *Observatorio de Sinais:Teoria e practica de pesquita de tendencias*. Brasil: Senac Rio Editorial.
- Cánepa Koch, G. (Diciembre de 1992). Una propuesta teórica para el estudio de la máscara Andina. *Anthropologica del Departamento de Ciencias Sociales*, 10(10), 139-170. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/11323>
- Cánepa Koch, G. (1998). *Máscara, Transformación e Identidad en los Andes la Fiesta de la Virgen del Carmen*. Cánepa Koch, G. (1998). *Máscara, transformación e identidad en los Andes: Paucartambo–Cuzco*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Castillo, L. (22 de Septiembre de 2016). *Saraguro se muestra cada mes en una feria cultural*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/saraguro-feria-loja-turismo-intercultural.html>
- Castro Muyancela, M., & Conejo Maldonado, M. (1995). *Identidades Indias en el Ecuador Contemporáneo*. (J. Almeida Vinueza, Ed.) Caymbe, Ecuador: Abya Yala. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/12941>
- Centro Caren Neurorehabilitación. (s.f.). *Paralisis Cerebral Infantil*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de http://www.neurorehabilitacion.com/paralisis_cerebral_infantil1.htm
- Charles T. Horngren, S. M. (2007). *Contabilidad de Costos Un enfoque gerencial*. Naucalpan de Juárez: PEARSON EDUCACIÓN DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
- Chirán Caipe, R. A., & Burbano Hernandez, M. (2013). La dualidad andina del pueblo Pasto, principio filosófico ancestral inmerso en el tejido en guanga y la espiritualidad. *Instituto Pedagógico- Plumilla Educativa*, 136-156.
- Clark, M. (2001). *Dyeing for a living: A History of the American Association of Textile Chemists and Colorists, 1921–1996*. Carolina del Norte: AATCC.
- Coba, G. (25 de Junio de 2020). *Primicias*. Obtenido de Así serán las tendencias de consumo y negocios en la nueva normalidad.: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tendencias-consumo-negocios-nueva-normalidad/>
- Códigos visuales de las pinturas rupestres Cueva Blanca: Formas, simetría y contexto. (2005). *Boletín del Museo Chileno de Arte Precolombino*, 10(1), 55-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3599/359933351004.pdf>
- COLARTE. (s.f.). *MODAS Historia de la moda*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de <http://www.colarte.com/colarte/conspintores.asp?idartista=7134>

- Collado, V. (16 de Abril de 2021). *Vogue, México*. Obtenido de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/hoodies-sudaderas-como-usarlas-en-primavera-verano-2021>
- Coltejer. (2018). *Manual de calidad: Textiles*. Medellín: Coltejer.
- Columbus, C. K. (1995). Madre-padre-criatura: el dios andino transcorriente, Wiracocha. *Anthropologica del Departamento de Ciencias Sociales*, 13(13), 55-79. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/971/936>
- Colzani, G. (Marzo de 2014). *Scielo*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de Tejiendo Identidades Latinoamericanas: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232014000100013
- Comercio, D. e. (Ed.). (Enero de 2016). Los wikis ponen la alegría en las celebraciones. *IDENTIDAD;CELEBRACION;DIA DE REYES;NAVIDAD*, pág. 4 Tendencias. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/702>
- Comisar, J. M. (2010). *Mejorando el modelo de negocio*. Brcelona: Profit.
- Coordinador), M. J. (2001). *Temas de Sociología II*. Murcia: Huerga y Fierro.
- Cordero Cobos, M. B. (2013). *Realización de Remanentes Textiles: modelo de gestión para la ciudad de Cuenca*. Bachelor's thesis, universidad del Azuay.
- Córdoba Cely, D. C. (2012). Comunicación visual en la iconografía andina Protopasto. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 3(3), 66-84.
- Córdoba Cely, D. C. (2012). Comunicación Visual en laIconografía Andina Protopasto. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 3(3), 66-84.
- Cosas de Moda. (s.f.). *Ideas para conseguir un estilo Urban Chic*. Recuperado el mayo 23 de 2017, de <https://www.cosasdemoda.es/ideas-para-conseguir-un-estilo-urban-chic/>

- Cosgrave, B. (2005). *Historia de la moda desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta*. Florida: CECSA.
- Cultura 10. (15 de Marzo de 2012). *La vestimenta Judia*. Recuperado el 9 de Enero de 2017, de <http://www.cultura10.com/la-vestimenta-judia/>
- Cultura, L. O. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. (H. D. Barrezuela, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional.
- Dávila, D. (25 de Mayo de 2019). *Reducción del presupuesto para Cultura fue un reto en estos dos años, destaca Ministro Pérez Torres*. Obtenido de Pichincha Comunicaciones: <http://www.pichinchacomunicaciones.com.ec/reduccion-del-presupuesto-para-cultura-fue-un-reto-en-estos-dos-anos-destaca-ministro-perez-torres/>
- De la Torre, L. M., & Sandoval Peralta, C. (2004). *La reciprocidad en el mundo andino: el caso del pueblo de Otavalo. Runapura makipurarinamanta, otavalokunapak kawsaymanta*. Editorial Abya Yala.
- De Rojas Silva, D. V. (2008). *Los Tocado: Graficación de la emblemática Inca*. La Paz: Cima.
- De Rojas Silva, D. V. (2008). *Los Tocado: Graficación de la emblemática Inca*. Lima: Cima.
- DefiniciónABC tu diccionario hecho fácil. (s.f.). *General Dicotomía*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://www.definicionabc.com/general/dicotomia.php>
- Del Popolo, F. (Ed.). (2017). *Los Pueblos Indígenas en América Abya Yala): Desafíos para la igualdad en la Diversidad*. Santiago: CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43187-pueblos-indigenas-america-abya-yala-desafios-la-igualdad-la-diversidad>

- Deming, W. y. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Diario El Tiempo. (15 de Septiembre de 2008). *El reciclaje está de moda en las pasarelas mundiales*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4530858>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones. (2012). *Análisis sectorial de textiles y confecciones*. Quito: PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- Discapnet. (s.f.). *Parálisis Cerebral*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <http://salud.discapnet.es/Castellano/Salud/Discapacidades/Desarrollo%20Motor/Paralisis%20cerebral/Paginas/Descripcion.aspx>
- Doria, P. (2012). Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 101-106.
- El Comercio. (s.f.). *Los Ángeles de Victoria's Secret*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/angeles-victorias-secret-historia-alas.html>
- El Mercurio. (23 de Julio de 2020). *Reinventarse o rendirse es el reto de los textileros*. Obtenido de <https://elmercurio.com.ec/2020/07/26/reinventarse-o-rendirse-es-el-reto-de-los-textileros/>
- El sueño de mamá. (15 de Septiembre de 2015). *La moda infantil en la Edad Media*. Recuperado el 06 de Octubre de 2016, de <http://www.elsuenodemama.com/post/moda-infantil-ii>
- El Telégrafo. (6 de Agosto de 2016). La producción de jeans en Pelileo bajó 50% por 2 factores externos. (C. Noboa, Ed.) *La devaluación del peso colombiano y del sol peruano, y la preferencia de marcas textiles extranjeras, según los productores, provocaron la caída de ventas*, pág. I. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/la-produccion-de-jeans-en-pelileo-bajo-50-por-2-factores-externos>

El Universo. (2018). *Quince empresas textiles firmaron un acuerdo para tratar desechos en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/06/08/nota/6798710/quince-empresas-firmaron-acuerdo-tratar-desechos/>

El Universo. (3 de Enero de 2021). *Educación, ropa y calzado lo que más ha bajado de precio en Ecuador que está en un proceso de deflación, según la última medición del INEC*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2021/01/03/nota/9227140/precios-mas-baratos-ecuador-2021/>

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica, S. A.,.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda, Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Erner, G. (2010). *Sociología de la Tendencias*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.

Espinosa Pereira, C. (2 de Diciembre de 2017). *Crónica: las noticias al día*. Obtenido de <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/21000-iconografia-historica-y-cultural-para-loja>

Estermann, J. (2006). *Filosofía Andina; Sabiduría indígena para un mundo nuevo*. Bolivia: Instituto Superior Ecuménico Andino de Teología.

Farías, G. (11 de Diciembre de 2016). *Blog Aprovechamiento y Sourcing*. Obtenido de Obtenido de calidad y reciclaje para una industria textil responsable: <https://gabrielfariasiribarren.com/calidad-y-reciclaje-para-una-industria-textil-responsable/>

- Fascinante. (27 de Julio de 2021). *Tienda Fascinante*. Obtenido de Productos Fascinante: <https://es-fascinante.com/>
- Fashion Vegneta. (12 de Abril de 2017). *Trends munich fabric start - SS 2018*. Recuperado el 23 de Mayo de 2017, de Fv Desing Estudio: <https://fashionvignette.blogspot.com/2017/04/trends-munich-fabric-start-ss-2018.html?m=1>
- Fiorini, V. (2015 de 2015). Tendencia de consumo, innovación e identidad en la moda: Transformaciones en la enseñanza del diseño latinoamericano. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 79-89.
- Física en línea. (s.f.). *Rapidéz y Velocidad*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <https://sites.google.com/site/timesolar/cinematica/rapidezvelocidad>
- Física Lab. (s.f.). *Gráficas Movimiento Rectilineo Uniforme*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <https://www.fisicalab.com/apartado/mru-graficas#contenidos>
- Física Periodo I. (31 de Mayo de 2012). *Movimiento Circular: Elementos*. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de <http://rodolfo-p.blogspot.co.id/2012/05/verbo-tobe.html>
- Física Práctica. (2007). *Plano Inclinado*. Recuperado el 07 de Julio de 2016, de <http://www.fisicapractica.com/plano-inclinado.php>
- Fisicalab. (s.f.). *Gráficas del movimiento rectilíneo uniformemente acelerado*. Recuperado el 22 de junio de 2016, de <https://www.fisicalab.com/apartado/mrua-graficas#contenidos>
- FísicaLab. (s.f.). *Movimiento Circular Uniforme*. Recuperado el 06 de Juli de 2016, de <https://www.fisicalab.com/apartado/caracteristicas-mcu#contenidos>
- Fisicalab. (s.f.). *Movimientos Rectilíneos: Convenio de Signos*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <https://www.fisicalab.com/apartado/signos-mr#convenio>
- Flacso, Ecuador. (2016). *Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador*. Guía Módulos de Capacitación.

- Fletcher, K. (2009). *Moda Lenta: Un Manual Para Profesores*. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de http://doku.cac.at/modalenta_katefletcher.pdf
- Flores, D., Barrionuevo, J., Palacios, J. C., & Nuñez, G. (2018). *Indumentaria masculina basada en los elementos iconográficos de la cultura salasaka*. Guayaquil: Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Flores, D., Barrionuevo, J., Palacios, J. C., & Nuñez, G. (2019). *Indumentaria masculina basada en los elementos iconográficos de la cultura Salasaca*. Ambato: Tesis de Licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2644>
- Foullon Inzunza, J. J. (2020). *Segmentación del Mercado*. Universidad de Guadalajara, Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco.
- Frank Martinez Belz, K. P. (2013). *Marketing de Sostenibilidad*. Barcelona: Profit .
- Frasquet Alcaraz, M. (2016). Tirar del hilo: Una aproximación al bordado subversivo. (5), 18-43.
- Fundación para el Desarrollo Social Integral Jatari. (2012). *Memoria Oral del Pueblo Saraguro*. Loja: Regional 7, Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura.
- García Blanco, S. (1994). Origen del Concepto Deporte. *Facultad de Educación, Universidad de Salamanca*, 6, 61-66. Obtenido de https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/69125/Origen_del_concepto_deporte.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garcia, A. M. (2007). *Distinción Social y Moda*. Eunsa: Ediciones Universidad de Navarra.
- Garcia, R. (2015). *El estilo Romántico*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://rogeliogarcia.mx/el-estilo-romantico/>
- Gerlings, C. (2014). *Bordados*. HISPANO EUROPEA.

- Gil Calvo, E. (1991). *Estado de Fiesta*. Madrid: Espasa.
- Girela, J. (12 de Marzo de 2019). Qué significa vestir casual. *Revista GQ*.
- Girela, J. (14 de Diciembre de 2020). *Los 10 retos que afronta la industria de la moda en 2021 para recuperar sus ganancias cuanto antes*. Obtenido de <https://www.revistagq.com/moda/articulo/retos-industria-moda-2021-estrategia-negocio>
- Gisbert, T. (1994). *Iconografía y mitos indígenas en el arte* (2ª ed.). La Paz, Bolivia: GISBERT Y CIA.
- Glamou. (22 de octubre de 2014). *Los 10 esenciales de un look siempre chic*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.glamour.mx/moda/guia-de-estilo/articulos/ropa-accesorios-moda-tips-tendencias-looks-street-style/2771>
- Glamour. (2010). *Los 10 esenciales de un look siempre chic*.
- Gnecco, C., & Ayala Rocabado, P. (2010). *Academia*. Bogotá, Colombia: Cesó. Obtenido de https://www.academia.edu/3515572/PUEBLOS_INDIGENAS_Y_ARQUEOLOGIA_EN_AMERICA_LATINA
- Gonzales Holguín, D. (1989). *Vocabulario de la lengua general de todo el Perú llamada lengua qquichua o del Inca*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- González Carvajal, P. (2013). *Arte y Cultura Diaguita Chilena; simetría, simbolismo e identidad*. Santiago, Chile: Ucayali.
- Gonzalez Litman, T. (7 de Enero de 2021). *Fashionnetwork*. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-textil-ecuatoriana-cae-en-2020-y-ve-en-la-bioseguridad-una-oportunidad-de-crecimiento,1270348.html>

- González Terreros, M. I. (2009). Diferencias culturales en el mundo global: cuestiones irresueltas para los pueblos indígenas de América Latina. *Revista Folios*(30), 75-88.
- Grupo Képler Asesoría en Ciencias Básicas. (16 de 06 de 2016). *Movimiento de los Cuerpos*. Obtenido de <http://grupokepler.blogspot.co.id/2012/06/movimiento-de-los-cuerpo.html>
- Gualán, L. (20 de febrero de 2020). Tradiciones de los Saraguros. (L. Quizhpe, Entrevistador)
- Head Start. (9 de octubre de 2014). *La Parálisis Cerebral*. Recuperado el 30 de junio de 2016, de https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/hslc/Espanol/educacion/disabilities/servicios/disabl_fts_00009ea_061105.html
- Hernán Blanco, B. B. (2014). *Normalización y Comercio Sustentable en Sudamérica*. Chile: Rides.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collao, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILLINTERAMERICANA DE MÉXICO.
- Hernandez, N. F., & Carballo, C. J. (2002). Acerca del concepto de deporte: Alcances de su (s) significado (s). *Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Humanidades y ciencias de la Educación. Departamento de Educación Física y Ciencia*, 6, 87-102.
- Hernández, R. (2012). La vestimenta indígena: una manifestación cultural mexicana. *Temas de Nuestra América* . *Revista de Estudios Latinoamericanos*, 151-159.
- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica* (5ta ed.). Ambato, Ecuador: Gráficas Coron Quito.

- Herrera, G., C. M., & Torres, A. (2005 [1978]). *La migración ecuatoriana: Transnacionalismo, redes e indentidades*. Quito: FLACSO.
- Historia De La Psicología. (21 de Octubre de 2010). *Jonh Locke*. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de <http://historiadela psicología1ersemestre.blogspot.co.id/2010/10/john-locke.html>
- Historia del Vestido. (8 de diciembre de 2014). *Indumentaria Israel*. Recuperado el 9 de enero de 2017, de <https://unapizcadehistoria.wordpress.com/2014/12/08/indumentaria-israel/>
- Historia Y Biografías HD. (s.f.). *Historia Universal*. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de Mitología griega: Diose griegos; El Olimpo: http://historiaybiografias.com/mitologia_griega1/
- Holcombe, R. M. (2005). *ASTM Standardization News*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de Métodos Generales para la Prueba de Textiles: <https://www.astm.org/SNEWS/SPANISH/holcombe.html>
- Illades Nieto, A. E. (2015). *El textil: del mito del origen a la era multimedia (Doctoral dissertation)*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, Facultad de Bellas Artes de San Carlos, Departamento de Escultura.
- INCINEROX. (2018). *Importancia de la gestión de residuos peligrosos*. Quito: Cerrox.
- INEC. (23 de Junio de 2021). *Contador Poblacional*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEN, Norma Técnica Ecuatoriana. (2012). *Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos*. Quito: NTN INEN. Obtenido de <http://normaspdf.inen.gob.ec/pdf/nte/1875-3R.pdf>
- Inexmoda. (8 de Febrero de 2017). *12-Macrotendencias Otoño-Invierno 2017 /2018_Martha Cálad*. Obtenido de <https://youtu.be/Y5b5N3FYwtU>

- Inexmoda (Dirección). (2021). *Tendencias Primavera-Verano 2022. Sentimientos culturales para el mercado de la moda* [Película].
- INEXMODA. (s.f.). *El nuevo status del Jeanswear*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.inexmoda.org.co/Comunicadosoficiales/Colombiamoda/2007/Elnuevoestatusdeljeanswear/tabid/381/Default.aspx>
- Inexmoda. (s.f.). *Informe de tendencias fashion snoops*. Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/informe-de-tendencias-fashion-snoops/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (s.f.). *Reseña histórica*. Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de <http://www.normalizacion.gob.ec/resena-historica/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2001). *Cant{on Cuenca*. Cuenca: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Fascículo Provincial Azuay, Resultados del Censo 2010 de Población Y Vivienda en el Ecuador*. INEC.
- Instituto Nacional de Salud. (s.f.). *Paralisis Cerebral: Esperanza en la Investigación*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <http://espanol.ninds.nih.gov/trastornos/paraliscerebral.htm>
- Itfashion. (22 de Octubre de 2015). *Moda que se descarga*. Recuperado el 23 de Mayo de 2017, de <http://www.itfashion.com/moda/colecciones/the-post-couture-collective-moda-que-se-descarga/>
- Jacket, D. (s.f.). *Andrea Vilallonga*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de <http://www.andreavilallonga.com/blog/denim-jacket/>
- Janina Elizabeth Simbaña León. (Junio de 2010). *Manual de Guía Diseño, Patronaje y Confección*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/4456/1/43596_1.pdf
- Javier Girela. (16 de Agosto de 2012). *Revista GQ*. Recuperado el 28 de Marzo de 2017, de ¿Por qué los llamamos tejanos cuando queremos decir vaqueros?:

<http://www.revistagq.com/moda/tendencias/articulos/por-que-lo-llamamos-tejano-cuando-queremos-decir-vaquero/17181>

Jelin, E. (2012). La fotografía en la investigación social: algunas reflexiones personales. *Memoria y sociedad*, 16(33), 55-57.

Jiménez Borja, A. (1996). *Máscaras Peruanas*. Ausonía S.A.

Jimenez, C. (12 de Mayo de 2017). *Moda Sostenible, ropa con historia*. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de <https://okdiario.com/look/estilo/moda/2017/05/12/moda-sostenible-iou-project-95280>

Jungsook, K. (2016). Un estudio sobre las características del athleisure en la moda moderna. (D. d. Prof., Ed.) *Revista de la moda de Corea y Asociación de Diseño de Vestuario*, 18(4), 101-116.

Juram, J. y. (1993). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A.

Kaplinsky, L. (Julio de 2010). *Universidad de Palermo*. Recuperado el 28 de Marzo de 2017, de *Jeans Transformables, nuevos conceptos de diseño en Denim*: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=716

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul: Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante*. Profit.

Kompernass. (s.f.). *Máquina Overlock SON 90 A1 Tagliacuci*. Recuperado el 17 de Agosto de 2016, de <http://www.kompernass.com/admin/view/manual/5ad6bb599f211555a24b63f0eac7b5de.pdf>

Kvale, S. (2011). *La entrevista en investigación cualitativa*. Mejía Lequerica , Madrid: Morata. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xZtyAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT>

24&dq=investigacion+entrevistas&ots=8MNJD9E6vO&sig=103K3x4c6ioEC02
KCTCv_ZkaDYY#v=onpage&q=investigacion%20entrevistas&f=false

Laffayette. (25 de Julio de 2020). *Laffayette Sports*. Obtenido de Textiles de alto
desempeño: Prendas Athleisure:
<https://www.lafayettesports.com.co/cr/noticias/prendas-clave-para-athleisure/>

Lavado, F. E. (2012). *LA INDUSTRIA TEXTIL Y SU CONTROL DE CALIDAD I. Aspectos Preliminares*. Creative Commons.

Lefébure, E. (2006). *Lefébure, Ernest*. Madrid: MAXTOR.

Lemus, W. J. (2010). *Contabilidad de costos*. Bogotá: Fundación para la Educación Superior San Mateo.

Lionel, V. (1982). *El discurso mitico de Santa Cruz Pachacuti Yamqui*. España: AKTOULF.

Llamazares, A. M. (2011). Metáforas de la dualidad en los Andes: cosmovisión, arte, brillo y chamanismo. *Las imágenes precolombinas: reflejo de saberes. Instituto de Investigaciones Filológicas, Centro de Estudios Mayas, Universidad Nacional Autónoma de México*, 461-468.

LLYC. (4 de Febrero de 2021). *Tendencias consumidor 2021*. Obtenido de <https://ideas.llorenteycuenca.com/2021/02/tendencias-consumidor-2021/>

Lopez, A. (2011). Simbología del mundo andino: la presencia de la Chakana y la Wiphala en el imaginario colectivo chileno. *Taypi Aru*, 39-47.

Luis Aurelio Chalán Guamán, A. P. (1994). *Saraguro: Fiesta y Ritualidad*. (L. Y. Belote, Trad.) Quito: Abya Yala.

Luján Marrazzi, A. (2009). *Evolución de la máscaras y su aporte social*. Buenos Aires, Argentina: Kurz. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/136_libro.pdf

- Luna Altamirano, K. A., Sarmiento Espinosa, W. H., & Ordoñez Parra, J. (2020). Innovación en empresas de CuencaEcuador: Empleo de modelística inteligente. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 148-162.
- Macas, L. (14 de Septiembre de 2019). El Trompetero de Saraguro. (L. Quizhpe, Entrevistador)
- MAGAZINE FARMAOPTICS. (26 de junio de 2013). *stilo urban chic*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.magazinefarmaoptics.com/el-urban-chic/>
- Maldonado Ruilova, M. V. (2016). *Innovación en serigrafía para vestuario nacional infantil*. Cuenca: Bachelor's thesis, Universidad del Azuay.
- Malo Piedra, M. (2015). Los Textiles en El Mundo Andino. *Revista Artesanias de América*(74), 81-87.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta Theoría.
- María Donati, F. G. (s.f.). *Jean: de la tela a la prenda como icono de consumo masivo*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/7651_18952.pdf
- Marinelli, P. (2019). *Athleisure: Cuerpo e indumento en vínculo comfortable*". Universidad del Este, Facultad de Diseño y COmunicación,.
- Marínez Pedros, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Análisis del entorno*. Albasanz-Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez, G. (2014). *La ingeniería en la industria de la confección*. : . México: Programas productivos, S.A de C. V.
- Martinez, K. S. (2018). Espacio Diseño. VI Encuentro entre Artistas, Artesanos y Diseñadores: Patrimonio Cultural fuente de desarrollo sustentable. *Tu espacio*, 43-46.

- Martinez, S. y. (2015). Los niveles de inversión e innovación y tecnología y la competitividad en las mipymes textiles de la ciudad de ambato. *Investigación y Desarrollo. Universidad Técnica de Ambato*, 8, 37-47. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/94-37-224-1-10-20180517.pdf
- Mayer, F. (1984). *Pedagogía comparada*. Mexico: Pax.
- Menéndez, P. (2015). Alexander Wang. *Vogue España*.
- Mercurio, D. E. (Ed.). (Julio de 2016). Las artesanías de Saraguro tienen el sello de su cultura. *SARAGURO-ARTESANÍAS*, pág. 4B. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1020>
- Mérida, M. (8 de Enero de 2020). *Vogue*. Obtenido de Master Vogue: Qué es el athleisure: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/todo-sobre-la-tendencia-deportiva-althleisure/21582>
- Merino Sanz, M. J., & Pintado Blanco, T. (2015). *Herramientas para dimensionar los mercados: la investigación cuantitativa*. Madrid: ESIC.
- Mi Primera Constitución. (s.f.). *Un proyecto de ConcienciaCívica, Los deberes del Estado con los ciudadanos*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://miprimeraconstitucion.blogspot.co.id/2008/11/7-los-deberes-del-estado-con-los.html>
- Milla Euribe, Z. (2008). *Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino*. Asociación de investigación y comunicación Cultural Amaru Wayra.
- Milla Villena, C. (2005). *Ayni* (5ta ed.). Lima, Perú: Asociación Cultural Amaru Wayra.
- Milla Villena, C. (2006). *Genesis de la Cultura Andina* (4ª ed.). Lima, Perú: WAYRA KATARY-IRPIRI.
- Moda Ellas. (17 de agosto de 2011). *Moda tejana*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://modaellas.com/moda-tejana/>

- Molida Dota, B., & Célleri Aguirre, J. (2018). *Análisis del impacto en el sector textil de las salvaguardias arancelarias, para desarrollar estrategias de diferenciación que potencien la producción interna*. Quito-Ecuador: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR , Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
- Montalva, P. (6 de Septiembre de 2013). *Revista Mujer, El Denim*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de <http://www.revistamujer.cl/2013/09/06/01/contenido/el-denim.shtml/>
- Montaño Armijos, L. R. (2020). *Análisis de los Determinantes de la Probabilidad de Desempleo Femenino en Cuenca Urbano, 2019*. Cuenca: Bachelor's thesis, Universidad del Azuay.
- Morace, F. (1993). *Contratendencias: Una nueva cultura del consumo*. Milán, Italia: Celestes Ediciones.
- Morase, F. (2009). *Las estrategias del colibri: La globalización y su antidoto*. Italia: Celeste Ediciones.
- Moreira, A. (2014). *La competitividad ecuatoriana en la exportacion de artículos de cuero*. SAMBORONDÓN: Universidad Especializada Espíritu Santo.
- Moreno, P. (2 de Mayo de 2021). *Vogue, España*. Obtenido de <https://www.vogue.es/moda/articulos/comprar-sostenible-o-despilfarro-despues-pandemia>
- Morris Jr., W. S. (2006). *Diseño e iconografía Chiapas. Geometrías de la imaginación*. México: Dirección General de Culturas populares e indígenas: Consejo Estatal para la cultura y las artes.
- Muñoz, A. (7 de Marzo de 2018). *Haremos Historia*. Obtenido de <https://www.haremoshistoria.net/noticias/fernando-echeverria-diseno-de-calzado-y-accesorios-desde-praga>

- Museo Nacional de Etnografía y Folklore. (2014). *Máscaras, los diversos rostros del alma* (Segunda ed.). La Paz: MUSEF. Obtenido de http://181.115.148.179/catalogos/2014_M%C3%A1scaras_Los_diversos_rostros_del_Alma.pdf
- Naranjo Huera, L., & Otáñez Balseca, J. (2017). El diseño gráfico y las colecciones de cerámicas precolombinas en Latacunga-Ecuador. *DAYA. Diseño, Arte y Arquitectura*(2), 27-43. Obtenido de <http://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/28/25>
- Natureduca. (s.f.). *Física Estudio del Movimiento*. Recuperado el 2016 de 06 de 2016, de http://www.natureduca.com/fis_estumov_descrip01.php
- Nebrera, J. (18 de enero de 2017). Introducción a la calidad: curso de calidad por internet. *Producción industrial*, 15.
- Nicolicchia, S. (2013). *Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/detalle_tp.php?id_docente=&id_blog=12433
- Ogburn, D. E. (2001). *The Inca Occupation and Forced Resettlement in Saraguro, Ecuador*. Santa Bárbara: Doctoral dissertation, University of California.
- Ogburn, D. E. (2004). Power in stone: The long-distance movement of building blocks in the Inca empire. *Ethnohistory*, 51(1), 101-135.
- Ogburn, D. E. (2004). Power in Stone: The Long-Distance Movement of Building Blocks in the Inca Empire, From Cuzco, Perú to Saraguro. *Latin American Antiquity*, 15(4), 419-439. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/4141586>
- Ogburn, D. E. (2007). INCAS PAST AND PRESENT: Archaeology and the Indigenous Saraguros of Southern Ecuador. *Ogburn, D. E. (2007). INCAS PAST AND PRESENT: ArchaeStanford Journal of Archaeology*, 5, 134-163.

- Onofre Vera, M. N. (2018). *Análisis del sector textil y su incidencia en el Producto Interno Bruto del Ecuador, periodo 2012-2017*. Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas.
- OpenMind Revista. (2022). ¿Llegar virgen al matrimonio? *OpenMind Revista*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2010). *UNESCO*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-huaconada-danza-ritual-de-mito-00390>
- Oviedo, C. (27 de Noviembre de 2020). *MDM: Manual de moda*. Obtenido de Historia de la moda: El auge del Athleisure: <https://www.manualdemoda.com/archivo/historia-de-la-moda-el-auge-del-athleisure>
- Pacheco Galindo, A. K. (2015). *Sublimación textil. Experimentación sobre diferentes bases textiles*. Bachelor's thesis, Universidad del Azuay.
- Palomino, J. (3 de Junio de 2015). *Tendencias de Moda*. Obtenido de Moda internacional: [Tendencias_moda_internacional_2015_keyword_principal.pdf](#)
- Panamá América. (2 de Mayo de 2015). *¿Cuál tendencia prefieres? La moda "rápida" o la "lenta"*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de <http://www.panamaamerica.com.pa/life-style/cual-tendencia-prefieres-la-moda-rapida-o-la-lenta-974727>
- Panofsky, E. (1962). *Estudios sobre iconología*. (B. Fernandez, Trad.) Titivillus.
- Panofsky, E. (1998). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza.
- Paredes, C. (13 de Marzo de 2016). *HISTORIA DEL DENIM*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de <https://prezi.com/g5fpbleqs2q-/historia-del-denim/>
- Park, J. H., & Lee, Y. (diciembre de 2017). Características del look athleisure en la colección Alexander Wang. (H. U. Dpto. of Clothing & Textiles, Ed.) *La revista*

de investigación de la cultura del traje, 25(6), 862-879.
doi:<https://doi.org/10.29049/rjcc.2017.25.6.862>

Parlebás, P. (1992). El Deporte; Fenómeno Social. *Mundo Científico*, 12(128), 858-869.

Pat, P. (2015). *Fundamentos del patronaje creativo, la arquitectura de la moda*. Promopress.

Pauca Gonzales, N. (2019). *La Cosmovisión en la Sociedad Inca*. Lima, Perú: Unidad de Posgrados, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Pepe, E. G. (2004). *Diseño indígena argentino: estudio de la coherencia formal como principio de reelaboración*. . Buenos Aires: Redargenta-CommTOOLS.

Pepe, E. G. (2009). Actas de Diseño N° 7. 7, pág. 263. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=16&id_articulo=5908

Peraza, G. (s.f.). *Estilo Romántico de Moda*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.vix.com/es/imj/2010/11/10/estilo-romantico-de-moda>

Pérez Triviño, J. L. (2011). *Ética y Deporte*. Desclée de Brouwer.

Popolo, F., Ávila Salinas, M., & CEPAL, N. U. (2006). *Del Popolo, F., Avila Salina Pueblos indígenas y afrodescendientes de América Latina y el Caribe: información sociodemográfica para políticas y programas*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Prieto-Olavarria, C., & Tobar , V. (2017). Interacciones y lenguajes visuales en la cerámica local de los periodos Inca y colonial (Centro oeste argentino). *Estudios Atacameños*(55), 135-161. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-10432017000200007&script=sci_arttext&tlng=en

- Profesor en Línea. (s.f.). *Leyes de Newton*. Recuperado el 07 de Julio de 2016, de http://www.profesorenlinea.cl/fisica/Leyes_de_Newton.html
- Quees. (s.f.). *Qué es colectivo?* Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://quees.la/colectivo/>
- Quezada Ortega, J. R. (2016). *LAS MÁSCARAS EN EL ARTE POPULAR ECUATORIANO: estudio de las máscaras de la Diablada de Píllaro, aplicado a la producción escultórica contemporánea*. Cuenca: Universias de Cuenca, Facultad de Artes.
- Quezada Ortega, J. R. (2016). *Repositorio Digital Universidad de Cuenca*. Obtenido de Maestría en Estudios del Arte: mención en Dibujo, Pintura: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26139/3/tesis.pdf>
- Quizhpe Gualán, F. C. (2019). *Transformaciones institucionales de la justicia comunitaria en el pueblo kichwa Saraguro*. Quito: UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR, COMITÉ DE INVESTIGACIONES.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española (2001)*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/trompetero>
- Real Academia Española. (s.f.). *RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pleistoceno>
- Reissig, P. (2006). *Innovación en Cuero = Oportunidad para el Diseño*.
- Restrepo, D. M. (2014). *library*. Recuperado el 28 de Mrzo de 2017, de ¿Cómo ha evolucionado el Blue Jean a través de la historia: <http://library.marymount.edu.co/bitstream/handle/123456789/497/Daniela%20Mejia%20Restrepo.pdf?sequence=1>
- Roca Salazar, R. R. (2014). *La planificación estratégica como factor de éxito en el desarrollo y crecimiento de las pymes en el Ecuador*. MS thesis. Quito: FLACSO Sede Ecuador.

- Rodríguez, R. (30 de Mayo de 2021). *El País*. Obtenido de El mercado latino de la moda pelea para no perder sus valores: <https://smoda.elpais.com/moda/el-mercado-latino-de-la-moda-pelea-para-no-perder-sus-valores/>
- Rodríguez, D. (10 de Noviembre de 2016). *Moda Rápida Vs. Moda Lenta ¿Cómo cambiar nuestra manera de consumir?* Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de <http://www.voidmagazinemx.com/single-post/2016/11/10/Moda-Rápida-Vs-Moda-Lenta-¿Cómo-cambiar-nuestra-manera-de-consumir>
- Rojas Lazo, O., Mavila Hinojoza, D., & Rojas Pérez, N. (28 de Junio de 2011). Insumos ecológicos en la serigrafía textil: Caso peruano. *Industrial data*, 14(1), 34-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81622582006.pdf>
- Rojas, C. (2014). *Industria de la moda: Producción y materiales*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Rosa, G. S. (2015). *Indumentaria Adaptada: Autonomía en inclusión en el Vestir*. San Martín: Inti.
- Ruiz Durand, J. (2002). *Introducción a la iconografía andina. Muestrario de iconografía andina referida a los departamentos de Ayacucho, Cusco y Puno*. Lima: IDESI.
- Ruiz, A. M. (febrero de 2014). *Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación*. Recuperado el 18 de diciembre de 2016, de La nueva arquitectura del vestido: http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/piraquive122.pdf
- Rumié Bertoni, M. (2013). Vestuario Chileno: Cuando el diseño de autor se inspira en el paisaje cultural. *Universidad San Ignacio de Loyola*, 30-35.
- Saenz Cuerda, P. (2018). *Patronaje*. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. Universidad Politécnica de Madrid.

- Salazar, J. R. (s.f.). *MODA, IDENTIDAD Y CAMBIO SOCIAL*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016, de MODA, IDENTIDAD Y CAMBIO SOCIAL: http://files.americanadisenho.webnode.es/200000007-7a3187b2b4/J_SALAZAR.pdf
- Sanchez Parga, J. (1984). Religión y Fiestas Andinas, reconceptualizaciones. *Ecuador Debate*, 92-107.
- Sanchez Parga, J. (1991). La vida de las máscaras. *Revista del Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello*(13), 27-29. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3572/7/06.%20La%20vida%20de%20las%20m%C3%A1scaras.%20Jos%C3%A9%20S%C3%A1nchez%20Parga.pdf>
- Sánchez Reascos, H. O. (2020). *El simbolismo cultural de la fiesta del sol en el sitio arqueológico Cochasqui, cantón Pedro Moncayo*. (F. D. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, Ed.) Ibarra, Ecuador.
- Sandoval Casilima, C. A. (1996). *Investigación Cualitativa*. Bogotá: ICFES.
- Sandrea, M., & Boscán, M. (2004). La cadena de valor del sector confección. *Revista venezolana de la gerencia*, 336-353.
- Sanjurjo Castro, B. (2001). *La serigrafía como medio de expresión artística:(posibilidades plásticas)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Santo Tomás Pérez, M. (2009). Las imágenes como fuente para el estudio de la Historia. *Protagonistas del pasado. Las mujeres desde la Prehistoria hasta el siglo XX*, 105-126.
- Santo Tomás, F. D. (1952). *Lexicón o Vocabularion de la Lengua General del Perú*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sarango, F. (15 de Septiembre de 2019). Máscaras del Trompetero. (L. Quizhpe, Entrevistador)

- Sarango, M. (9 de Noviembre de 2019). Los textiles autóctonos de Saraguro. (L. Quizhpe, Entrevistador)
- Saulquín, S. (2006). *Historia de la moda argentina: del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2007). *Jeans: la vigencia de un mito*. Buenos Aires: Fadu- Ciudad Universitaria.
- Saulquin, S. (2010). Un Nuevo Orden. En S. Saulquin, *La Imagen Como Identidad* (págs. 69-93). Buenos Aires: Paidós SAICF.
- SHAMUNA. (s.f.). *Shamuna*. Obtenido de <https://shamuna.ec/lookbooks/#>
- Sierra, Z. (7 de septiembre de 2013). *El Tiempo*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de Las betches: así es la nueva tribu urbana: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13052326>
- Significados. (s.f.). *Significado General Monopolio*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <https://www.significados.com/monopolio/>
- Significados. (s.f.). *Significados.com*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2016, de <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Silverman, G. (2011). La escritura Inca:La representación geométrica del Quechua Precolombino. *Ex novo: revista d'història i humanitats*(7), 37 - 49. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/ExNovo/article/view/250696/335576>
- Simaluiza Masabanda, R. J. (2018). Iconografía precolombina del Ecuador. Aplicación en obras de arte sobre materiales alternativos. *Revista Eviterna*, 60-69.
- Singer. (1988). *Ropa para Niños*. (C. P. International, Editor) Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=OdBqu2sf7oUC&pg=PA14&lpg=PA14&dq=telas+adecuadas+para+ropa+de+niño&source=bl&ots=JCuNvpBIu9&sig=j2>

arKSSZ2krJgG99x1bXCKircn4&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiiJT5_NDPAhUMXh4KHernBW4Q6AEIQDAI#v=onepage&q&f=false

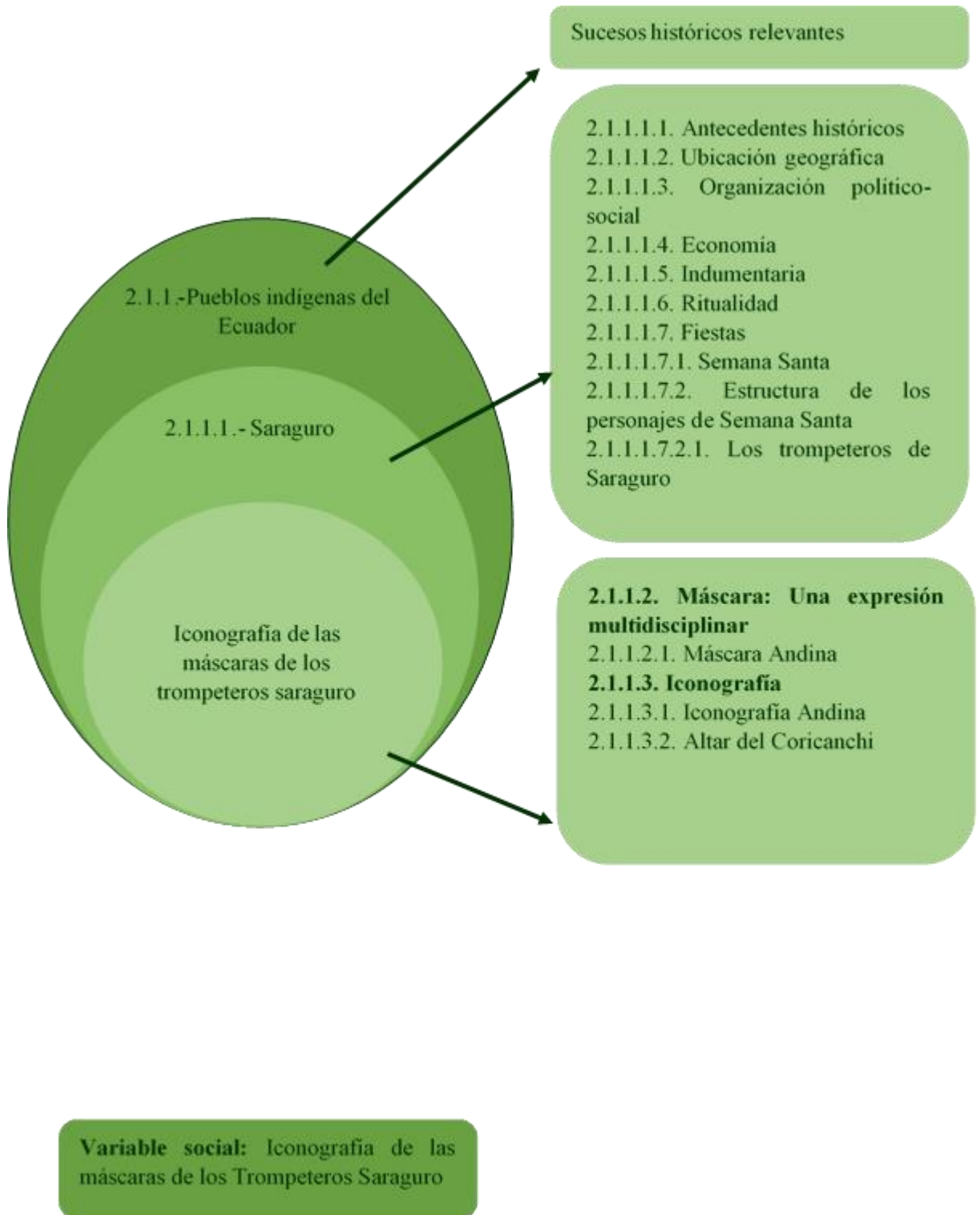
- Solís, J. (2019). Cotton Incorporated Comparte Las Tendencias de Moda y Denim 2020-2021: Colores, Texturas y Siluetas. *Textiles Panamericanos*.
- Sondereguer, C. (2003). *Manual de iconografía precolombina y su análisis morfológico. Cronología-estética. Mesoamérica, Centroamérica, Suramérica, 1300 a.C. - 1532 d.C.* Argentina: Geca/nobuko.
- Soto Orejuela, A. F., Almanza, C. A., & Tamayo Salamanca, Y. D. (2018). Análisis de variables de segmentación de mercado. *Universidad de Investigación y Desarrollo, Revista de investigaciones*, 85-99.
- Stavenhagen, R. (2002). La diversidad cultural en el desarrollo de las Américas. Los pueblos indígenas y los estados nacionales en Hispanoamérica. Serie de estudios culturales, (9). *Serie de estudios culturales(9)*. Obtenido de <http://www.academia.edu/download/38832183/1hub8.doc>
- Stivelman, Alan. (2016). Buenos Aires: Humano.
- TAay, B. d. (3 de junio de 2015). *Vogue; Boho una tendencia siempre viva*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.vogue.mx/moda/tendencias/articulos/estilo-bohemio/5205>
- Tarí, J. y. (2015). Sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2000 . *Revista de dirección, organización y administración de empresas. ISSN 1132-175X, N° 29*, 153-159.
- Taringa. (s.f.). *Tipos de Calzoncillos*. Recuperado el 19 de julio de 2016, de <http://www.taringa.net/posts/info/3510212/Tipos-de-Calzoncillos.html>
- Tello Sarmiento, K. (2016). *Aplicación de la tecnología láser en los textiles*. Cuenca: Universidad del Azuay, Facultad de Diseño, Escuela de Diseño Textil y Moda.

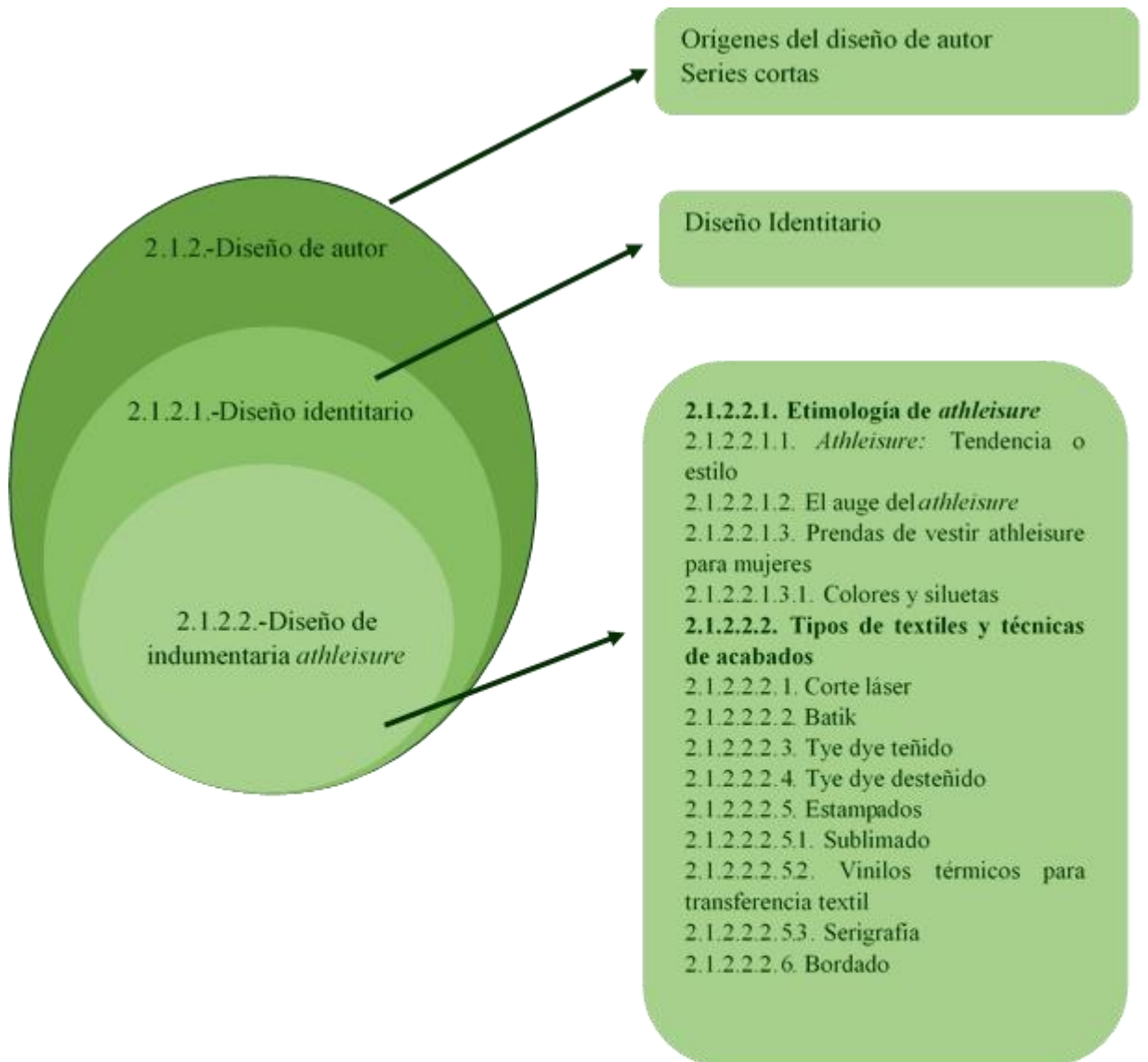
- Tessier-Brusetti, C. (2016). La iconografía andina prehispánica: miradas desde Europa. Recepción, estudio, lectura. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, 25-38.
- The Post Couture Collective. (s.f.). *Our Story*. Recuperado el 23 de Mayo de 2017, de <http://www.postcouture.cc/ourstory>
- Tienda de Jeans. (s.f.). *Distribuidores de Jeans de Pelileo*. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de <http://jeansdepelileo.com>
- Timmer, H. (2003). *La chakana*. Amsterdam: Amsterdam University Press BV.
- Tools, I. (3 de Agosto de 2018). *Plataforma tecnológica para la gestión de la experiencia*. Obtenido de sistemas de gestión de riesgos laborales y de medio ambiente: <https://www.isotools.org/2015/08/03/los-sistemas-de-gestion-de-riesgos-laborales/>
- Torres Jara, G., Ullauri, N., & Lalangui, J. (2018). Las celebraciones andinas y fiestas populares como identidad ancestral del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 194-303.
- Traje Típico. (s.f.). *Traje Típico de Israel*. Recuperado el 9 de enero de 2016, de Traje Típico
- Tribus Urbanas. (10 de junio de 2012). *Geeks*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <https://utribus2012.wordpress.com/2012/06/10/geeks/>
- TS MAGAZINE. (3 de Enero de 2016). *Trendspeaker*. Obtenido de <http://magazine.trendspeaker.es/moda/2015/12/28/que-sera-de-nosotros-sin-el-denim>
- Tudocente. (s.f.). *Movimiento Rectilíneo Uniformemente Acelerado*. Recuperado el 22 de junio de 2016, de <http://20874.tudocente.com/wp-content/uploads/2010/09/M.R.U.V.-RESPUESTAS.pdf>
- Universidad de Palermo*. (s.f.). Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/7228_23578.pdf

- Universo Fórmulas. (s.f.). *Movimiento Circular Uniformemente Acelerado*. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de <http://www.universoformulas.com/fisica/cinematica/movimiento-circular-uniformemente-acelerado/#comments>
- Uwe, F. (2004). *Introducción ala Investigación Cualitativa*. (T. Del Amo, & C. Blanco, Edits.) Madrid, España: Ediciones Morata, SL.
- Valera, M. (2021). El cambio de paradigma que la industria de la moda esperaba: el fin de las tendencias. *Vogue España*.
- Vallejo Moreno, J. K., Samaniego López, M., & Ibarra Loza, J. (2018). Diseño experimental de sistemas modulares en base a la iconografía de la cerámica puruhá. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Nacional del Chimborazo*(6), 5-26. Obtenido de <http://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/214/152>
- Vásquez Pazmiño, J. (11 de Septiembre de 2010). *Resvista Arqueología Ecuatoriana*. Obtenido de <https://revistas.arqueo-ecuatoriana.ec/es/apachita/apachita-17/184-si-quieren-ser-inkas-que-sean-felices>
- Vásquez, V. S. (2014). *El Cuero Producción Industrial y Artesanal en el Ecuador*. Cuenca: Univesidad del Azuay, Facultad de Diseño.
- Vega Malagón, G., Ávila Morales, J., Venega Malagón, A. J., Camacho Calderón , N., Becerril Santos, A., & Leo Amdor, G. E. (2014). Paradigma dela Investigación: Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*.
- Venero, E. (2008). Moda e Identidad. *Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, 1850, 2032*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/C8-087.pdf
- Vinueza Moscoso, G. d. (Agosto de 2016). *Universidad Politécnica Salesiana Ecuador*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/13313>

- Visocky O'Grady, J., & Visocky O'Grady, k. (2018). *Manual de investigación para diseñadores: conozca a los clientes y comprensa lo que necesitan realmente para diseñar con eficacia*. Blume.
- Voge España. (s.f.). *Victoria's Secret Fashion Show 2013*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de <http://www.vogue.es/moda/news/articulos/victorias-secret-fashion-show-2013-claves-adriana-lima-karlie-kloss/18583>
- Vogue España. (abril de 1998). *Vogue*. Obtenido de <http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/christian-louboutin/171>
- Vogue España. (23 de enero de 2013). *Grunge Style*. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.vogue.es/moda/espia/articulos/las-claves-del-estilo-grunge/17398>
- Webs de Cátedras. (24 de Julio de 2012). *Milagros Audine: El fenómeno del jean, significados y diferentes usos*. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de <http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/contenido/milagros-audine-el-fenomeno-del-jean-significados-y-diferentes-usos>
- Wikipedia Enciclopedia Libre. (s.f.). *Victoria's Secret*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Victoria%27s_Secret
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Yamqui, S. P. (2003). Los pintaré como estaban puestos hasta que entró a este reino el santo Ebangeleo . (A. Brechetti, Ed.) *Anales del Museo de América*(11), 81-102. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=961567>
- Zúñiga Tinizaray, V. A. (2006). *Aproximación a un vocabularios Visual básico andino*. Buenos Aires : Universidad de Palermo.

ANEXOS





Variable técnica: Diseño de indumentaria *athleisure*