



**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

“Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping”

Autora: Abril Flores, María José

Tutora: Ing. Mg. López Barrionuevo, Nancy Margarita

Ambato – Ecuador

Septiembre, 2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping” de la alumna María José Abril Flores, estudiante de la carrera de diseño de modas considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre 2020

EL TUTOR



.....
Ing. Mg. Nancy Margarita López Barrionuevo

C.C.: 1801417286

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping**”, 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 2020

LA AUTORA



.....
María José Abril Flores
C.C.:1804434932

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, septiembre 2020

LA AUTORA



.....
María José Abril Flores

C.C.:1804434932

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping.**” de María José Abril Flores, 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 2020

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

DEDICATORIA.

Esta Tesis está dedicada a:

Dios, quien me dio sabiduría y paciencia; a mi familia, padres y abuelos por darme el apoyo necesario y finalmente pero no menos importante a mis maestros y amigos.

María José Abril Flores

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios por darme salud y bendecirme todos los días.

María José Abril Flores

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.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Tema.....	3
1.2. Antecedentes	3
1.3. Justificación	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo general.....	7
1.4.2. Objetivos específicos	7

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Draping.....	9
2.1.1. Historia y evolución.....	9
2.1.2. Técnicas	12
2.1.2.1. Modelismo.....	12
2.1.2.2. Tipología.....	16
2.1.2.3. Herramientas.....	17
2.1.2.4. Procesos.....	20
2.2. Alta gala	23
2.2.1. Historia y concepto.....	23
2.2.2. Tipología y ocasiones de uso.....	25
2.2.3. Tipos de silueta.....	27
2.2.4. Bases textiles.....	31
2.2.5. Tipos de alfileres.....	33
2.2.6. Etiquetado.....	34
2.3. Marcas referentes y/o aspiraciones	34
2.4. Visionario.....	40

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo.....	42
3.1.1. Análisis Pest.....	42
3.1.1.1. Entorno político.....	42
3.1.1.2. Entorno económico.....	43
3.1.1.3. Entorno social/ cultural.....	44
3.1.1.4. Entorno tecnológico.....	46

3.2. Tendencias de consumo	48
3.2.1. Segmentación del mercado potencial.....	49
3.2.2. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	50
3.2.3. Índice de saturación del mercado potencial	51
3.2.4. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	52
3.3. Análisis interno	53
3.3.1. Análisis de recursos propios y disponibles	53
3.3.2. Análisis Cadena de valor.....	54
3.3.2.1.Eslabón de investigación y desarrollo.....	55
3.3.2.2.Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima.....	55
3.3.2.3.Eslabón de producción.....	56
3.3.2.4.Eslabón de comercialización.....	57

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo.....	58
4.1.1. Modelo de Encuesta	59
4.1.1.1. Selección de Muestra.....	63
4.1.2. Modelo de ficha de observación	64
4.2. Técnica de estudio.....	66
4.2.1. Elaboración e interpretación de los datos Modelo de Encuesta	66
4.2.2. Elaboración e interpretación de los datos Ficha de observación.....	89
4.2.3. Conclusiones	92

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción.....	93
------------------------------------	----

5.2. Control de calidad	93
5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	94
5.4. Requerimientos de mano de obra	95
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente.....	96

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio.....	98
6.1.1. Brain storming.....	98
6.2. Identidad de marca.	98
6.2.1. Perfil del consumidor	99
6.2.2. Moodboard del perfil del cliente	100
6.2.3. Selección del Nombre y Eslogan	101
6.2.4. El Isotipo (Símbolo).....	101
6.2.5. Selección Tipográfica	102
6.2.6. Análisis de color de la propuesta	102
6.2.7. Paleta de color de la propuesta.....	103
6.2.8. Área de Seguridad y Construcción.....	103
6.2.9. Versiones Alternativas	104
6.2.10. Usos no Permitidos	104
6.2.11. Usos de la marca	106
6.3. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).	108
6.3.1. Macrotendencia.....	108
6.3.2. Tendencia	109
6.4. Concepto de la propuesta.	111
6.5. Elementos del diseño	111
6.5.1. Siluetas	111

6.5.2. Proporción y línea	112
6.5.3. Función.....	112
6.5.4. Detalles.....	113
6.5.5. Estilo.....	113
6.5.6. Estampados, bordados y acabados, terminados	113
6.6. Materiales e insumos.....	114
6.7. Sketch o bocetos.....	115
6.7.2. Ilustraciones	133
6.7.3. Ficha de patronaje	139
6.7.4. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado	140
6.7.5. Photobook	146
6.7.5.1. Vestido 001	146
6.7.5.2. Vestido 002	150
6.7.5.3. Vestido 003	154
6.7.5.4. Vestido 004	158
6.7.5.5. Vestido 005	162
6.7.5.6. Vestido 006	165
6.8. Costos de producción	169
6.9. CONCLUSIONES	175
6.10. RECOMENDACIONES	176
6.11. BIBLIOGRAFÍA	177
6.12. ANEXOS	180
Anexo 1. Categorías fundamentales	
Anexo 2. Constelación de ideas variable independiente	
Anexo 3. Constelación de ideas variable dependiente	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Diseñadores deconstructivistas	14
Tabla 2	Segmentación del mercado	49
Tabla 3	Análisis de recursos propios y disponibles.....	53
Tabla 4	Cuadro de Indagación contextual.....	64
Tabla 5	Cuadro de Interpretación Pregunta: Edad	67
Tabla 6	Cuadro de Interpretación Pregunta: Ocupación	67
Tabla 7	Cuadro de Interpretación Pregunta: Definición de alta gala.....	68
Tabla 8	Cuadro de Interpretación Pregunta: Frecuencia de uso	69
Tabla 9	Imágenes de ejemplos de siluetas de vestidos en orden de resultados	70
Tabla 10	Cuadro de Interpretación Pregunta: Experiencia de compra	72
Tabla 11	Cuadro de Interpretación Pregunta: dificultad de conseguir un vestido de alta gala.....	73
Tabla 12	Cuadro de Interpretación Pregunta: Compras Online	74
Tabla 13	Interpretación de tiendas de vestidos.....	76
Tabla 14	Cuadro de Interpretación Pregunta: Técnica del Draping	81
Tabla 15	Cuadro de Interpretación Pregunta: Técnica del Draping	81
Tabla 16	Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica	82
Tabla 17	Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica	83
Tabla 18	Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica	84
Tabla 19	Cuadro de Interpretación Pregunta: Adquisición de producto	85
Tabla 20	Cuadro de Indagación contextual.....	89
Tabla 21	Cronograma de producción	93
Tabla 22	Requerimientos de mano de obra.....	95
Tabla 23	Cuadro de seguridad social de trabajadores y empleador.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Interpretación circular de resultados Pregunta Edad	67
Gráfico 2 Interpretación circular de resultados Pregunta Ocupación	67
Gráfico 3 Interpretación circular de resultados Pregunta Frecuencia de uso	69
Gráfico 4 Interpretación de resultados Pregunta: Utilización del vestido de gala	70
Gráfico 5 Interpretación de resultados Pregunta: Siluetas de vestidos.....	71
Gráfico 6 Interpretación circular de resultados Pregunta: Experiencia de compra	72
Gráfico 7 Interpretación circular de resultados Pregunta: dificultad de conseguir un vestido de alta gala..	73
Gráfico 8 Interpretación circular de resultados Pregunta Compras Online.....	75
Gráfico 9 Interpretación circular de resultados Pregunta: Técnica del Draping.....	81
Gráfico 10 Interpretación circular de resultados Pregunta: Técnica del Draping.....	81
Gráfico 11 Interpretación circular de resultados Pregunta: aceptación de la Técnica	82
Gráfico 12 Interpretación circular de resultados Pregunta: aceptación de la Técnica	83
Gráfico 13 Interpretación circular de resultados Pregunta: criterios de compra	84
Gráfico 14 Interpretación circular de resultados Pregunta: precios.....	85
Gráfico 15 Interpretación circular de resultados Pregunta: Adquisición de producto	86
Gráfico 16 Moodboard perfil del cliente.....	100
Gráfico 17 Supraordinación en la parte izquierda y subordinación en la parte derecha de variables independiente y dependiente.....	181
Gráfico 18 Constelación de ideas variable Independiente	181
Gráfico 19 Constelación de ideas variable Dependiente	181

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Prendas Exomis.....	10
Imagen 2 Prendas Chitón Masculino	10
Imagen 3 Prenda Chitón femenino o jónico.....	11
Imagen 4 Prendas Peplo	11
Imagen 5 Ejemplos de origami en el diseño.....	13
Imagen 6 Diseños de John Galliano para la firma francesa Christian Dior.....	13
Imagen 7 Colección primavera-verano	14
Imagen 8 Draping sobre el cuerpo	16
Imagen 9 Draping sobre el maniquí	17
Imagen 10 Podesua textil	18
Imagen 11 Chifon textil	18
Imagen 12 Shantung.....	18
Imagen 13 Shantung.....	18
Imagen 14 Satín	19
Imagen 15 Spandex.....	19
Imagen 16 Tul Bordado	19
Imagen 17 Seda.....	19
Imagen 18 Bodice	20
Imagen 19 Basic Patterns.....	21
Imagen 20 Procesos básicos.....	22
Imagen 21 Vestidos de Coctel.....	25
Imagen 22 Vestido de Gala – Etiqueta Femenina	25
Imagen 23 Vestidos de Novia	26
Imagen 24 Vestidos de Graduación	26
Imagen 25 Línea A.....	27
Imagen 26 Princesa/vestido de baile	27
Imagen 27 Sirena	27
Imagen 28 Columna.....	28
Imagen 29 Imperio	28
Imagen 30 Trompeta	28
Imagen 31 Silueta reloj de arena	29
Imagen 32 Silueta Triangulo.....	29
Imagen 33 Silueta Triangulo invertido.....	29
Imagen 34 Silueta Rectangular	29
Imagen 35 Silueta ovalo.....	30
Imagen 36 Silueta forma de pera.....	30
Imagen 37 Ectomorfo.....	30
Imagen 38 Mesomorfo	30
Imagen 39 Endomorfo.....	31

Imagen 40 Encaje.....	31
Imagen 41 Poliéster.....	31
Imagen 42 Tefetán	32
Imagen 43 Algodón.....	32
Imagen 44 Entretela	32
Imagen 45 Seda.....	32
Imagen 46 Alfileres de acero	33
Imagen 47 Alfileres de colores.....	34
Imagen 48: Portada de colección de vestidos	35
Imagen 49: Portada de la página de la diseñadora	35
Imagen 50: ejemplos de diseños de vestidos.....	36
Imagen 51: Diseñadoras Silvia y Cristina Muñoz.....	36
Imagen 52: Diseño de vestidos de realizados por Poupée.....	37
Imagen 53: Vestidos diseñados en la boutique Passarella Shop	37
Imagen 54: Ejemplos de vestidos de gala	38
Imagen 55: Vestido Duna Sweater.....	38
Imagen 56: Suzana Dress	39
Imagen 57: Gisele Bandage Gown.....	39
Imagen 58 Fabrizio Crispino.....	40
Imagen 59 Shingo Sato Patronista Japonés	41
Imagen 60 Sistema Gerber	47
Imagen 61 Sistema de Digitalización.....	47
Imagen 62 Sistemas Audaces.....	47
Imagen 63 Sistemas Audaces.....	48
Imagen 64 Construcción del isotipo de la marca	102
Imagen 65 Tipografías elegidas	102
Imagen 66 Paleta cromática del proyecto.....	103
Imagen 67 Paleta cromática del proyecto.....	103
Imagen 68 Construcción del identificar - Área de seguridad	104
Imagen 69 Versiones alternativas de la marca	104
Imagen 70 Restricciones o usos no permitidos	105
Imagen 71 Diseño de etiquetas.....	106
Imagen 72 Uso y aplicación de la marca en funda de papel.....	106
Imagen 73 Uso y aplicación de la marca en tarjetas de presentación.....	107
Imagen 74 Uso y aplicación de la marca en pines corporativos.....	107
Imagen 75 Macrotendencia	108
Imagen 76 Tendencia	109
Imagen 77 Tendencia paleta de color.....	110
Imagen 78 Materiales de tendencia.....	110
Imagen 79 Izq. Silueta A – centro Silueta trompeta – der. Silueta recta.....	112

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el diseño ocupa un lugar muy importante en nuestras vidas, continuamente estamos consumiendo diseño, buscando calidad, innovación, diferenciarnos y sobre todo vestirnos a la moda. La alta gala es exclusivamente para eventos de gran envergadura, en otras palabras, trajes largos que se utilizan para eventos de etiqueta, premiaciones o reinados; estos vestidos por lo general son de un solo uso y diseñados para una sola ocasión. El presente proyecto pretende cambiar esta perspectiva a través de la utilización de la técnica del draping, cambiando esquemas y convirtiendo a un vestido convencional en un vestido con diferentes versiones en la misma tela y con una sola inversión.

Este proyecto va dirigido a mujeres entre 18 y 35 años que aman sentirse únicas además de invertir su dinero en trajes que no solo utilizarán una vez, si no que tendrán la opción y posibilidad de variar en sus diseños, así se introducirá nuevas propuestas de diseño al mercado nacional logrando competir con el mercado actual, siendo una de las empresas pioneras en utilizar esta técnica realizando diseños exclusivos y auténticos.

Este proyecto tiene como sustento la metodología aplicada durante el proceso, el cual se consideró aspectos como la seguridad al momento de colocarse el vestido, el costo final, la cromática, la tendencia y versatilidad del proyecto obteniendo como resultado vestidos estéticos y funcionales a la hora de ser utilizados.

Como resultado de la investigación del presente proyecto, se obtuvo buena acogida por parte del grupo de mujeres al que va dirigido, esto se demostró en las encuestas realizadas a varias reinas y personas de nuestra ciudad que les gusta asistir a eventos de gala; con esta aceptación se realizó posteriormente una sección de fotos en donde se confirmó el éxito de la propuesta de vestidos con la técnica del draping.

PALABRAS CLAVE: ALTA GALA, TÉCNICA DEL DRAPING, DRAPEADO, VESTIDOS, PRÊT À PORTER.

ABSTRACT

Design currently occupies a very important place in our lives, we are continually consuming design, seeking quality, innovation, differentiating ourselves, and above all dressing in fashion. The high gala is exclusively for large-scale events, in other words, long dresses that are used for black-tie events, awards ceremonies, or beauty pageants; These dresses are generally single-use and designed for one occasion only. The present project aims to change this perspective through the use of the “draping technique.” This allows for changing patterns and turning a conventional dress into different versions of itself while continuing the use of the same fabric, which permits a single investment.

This project is aimed at women between the ages of 18 and 35 years old who love to feel unique. These women will have the opportunity to invest in a dress they will use more than once while still getting the option and versatility to vary their designs and how they wear it. New design proposals will be introduced to the national market while managing to compete with the current market prices. (Nombre de la Empresa que hace Los vestidos) is one of the pioneering companies in using this technique, they create exclusive and authentic designs to fit the needs of their clients.

This project is supported by the methodology applied during the process in which it was created, which considered aspects such as safety when putting on the dress, the final cost, the color, the trend, and the versatility of the project. The result, an aesthetic and functional dress for any event.

This project was well accepted by the intended population to which it was directed because of the research performed. The results were demonstrated in surveys carried out with various queens, and people from our city who enjoy gala type events. With this acceptance, a section of photos was created to demonstrate the success of the dress with the draping techniques. Between the surveys and the photos, the dress’s success among the population was confirmed.

KEYWORDS: HIGH GALA, DRAPING TECHNIQUE, DRAPING, DRESSES, PRÊT À PORTER.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador previo a la obtención del título de graduación, hace referencia a la indagación de la “Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping” para mujeres entre los 18 a los 35 años de estrato social A y B, ofreciendo como prioridad vestidos originales, personalizados y sobre todo con una técnica poco común en el país que es el drapeado, para ello se consideró seis capítulos en donde se desarrolla la información y datos verídicos con el fin de la aplicación de decisiones en el proyecto.

En el primero se habla de los antecedentes generales con el fin de conocer la situación actual sobre el tema planteado, logrando justificar la factibilidad del proyecto trazando los objetivos.

En el segundo capítulo dentro del marco referencial se determinaron las redes conceptuales para la delimitación del marco teórico logrando obtener información en base a otros autores para lograr sustentar las decisiones del proyecto, y a su vez se conoció a los referentes, así como marcas visionarias.

El tercer capítulo constituye la investigación del mercado tanto a nivel externo (país) como nivel interno (usuario), conociendo a profundidad a la competencia, el entorno PEST, y proyectando los recursos que se va a requerir dentro de la investigación.

En el cuarto capítulo dentro del marco metodológico, se aplicó las técnicas de recolección de datos, considerando el enfoque cuali-cuantitativo para conocer ¿qué piensan?, ¿qué dicen?, y ¿qué les gustaría?, considerando 1 encuesta divididas en 3 secciones, con el fin de conocer primero a nuestras entrevistadas, comprobando que se cumpla con el target asignado dentro del proyecto, la segunda parte es sobre la variable dependiente “Alta Gala” con el fin de conocer la frecuencia de usos, la aceptación, la silueta y la experiencia al adquirir este producto y por último y no menos importante, se realizó preguntas sobre la variable independiente para conocer si conocen “la técnica del draping” y cuál será su aceptación dentro del mercado, también se considera fichas de observación al momento de colocar un prototipo de vestido utilizando la técnica ya mencionada, con el fin de saber sus expectativas y experiencias, logrando en si conseguir datos reales que permitan ponerse en los zapatos del usuario para poder diseñar un producto de calidad pensado en las necesidades y requerimientos del cliente.

En el quinto capítulo se muestra las tecnologías necesarias para la producción, planteando dentro del proyecto como el cronograma de producción, los equipos e infraestructura a requerir, y finalmente proceder a la elaboración de la propuesta la cual se basó en la elaboración de 6 vestidos con diferentes diseños y con 2 variaciones o transformaciones en cada modelo, considerando la cromática tierra, mismos que tienen una intervención textil para que estos se vean de Alta Gala.

Y finalmente las conclusiones y recomendaciones provenientes de todo el proceso de indagación y recopilación de información, es decir de todos los capítulos anteriores y finalmente se adjunta los anexos que se dieron durante todo el proceso.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Tema

“Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping”

1.2. Antecedentes

Actualmente el diseño ocupa un espacio importante en nuestras vidas, continuamente estamos consumiendo diseño, buscando calidad, innovación, diferenciarnos y sobre todo vestirnos a la moda. La alta gala es exclusivamente para eventos de gran envergadura, en otras palabras, trajes largos, que se los utiliza para eventos como fiestas de etiquetas, premiaciones o reinados, a este tipo de moda también se lo conoce como Prêt à porter o Ready to Wear, que significa “Listo para llevar”, el cual son prendas adquiridas por usuarios más abiertos a lo diferente, dentro de las marcas que lo representan están Gucci, Calvin Klein, Prada entre otros.

Al conocer sobre alta gala, la cual nos da pautas para comenzar a indagar que tanto han investigado sobre las nuevas técnicas las cuales aportan al diseño de moda y sobre todo que beneficia al momento del tiempo de construcción, en Uruguay Pablo Giménez, expone sobre la técnica del draping como:

La perfecta combinación del tejido envuelto en el cuerpo y la confección de prendas a medida es posible por medio del arte del draping. Recientemente revivida por marcas como Burberry Prorsum, Lanvin, Louis Vuitton y Balenciaga, la milenaria técnica del draping ha sido adaptada a las necesidades y tendencias de la moda moderna. Lo que no ha cambiado es su carácter artesanal y el hecho de que permite desarrollar prendas únicas. Con ella, el diseñador experimenta únicamente sobre el cuerpo, dejando de lado los dibujos previos. (Giménez, 2011)

Esto nos dice que la prenda construida a medida es posible con la aplicación de la técnica del draping, ya que esta brinda la apertura de adaptación sobre el cuerpo de forma milenaria como se la conoce desde sus principios, a esto se atribuye varias marcas, que hicieron posible su reciente regreso a la moda hoy en día, y como esta es una técnica experimental no lleva la realización previa del diseño ya que se lo arma en ese mismo instante.

Sol Alonso (2009) realiza un post sobre el manual del draping de la academia de Arnhem, tomando en consideración los siguientes aspectos, el primero consiste en crear directamente

sobre el maniquí o cuerpo envolviendo el mismo con el tejido y sujetando éste en puntos estratégicos, como segundo aspecto la técnica combina el diseño con el patrón, estos dos procesos ocurren de manera simultánea, es algo así como esculpir la prenda directamente sobre el cuerpo y finalmente con este manual pueden surgir nuevas formas derivadas del comportamiento del textil sobre el cuerpo, cosa que no es visible cuando se trabaja directamente en el patrón, por lo que esta técnica resulta súper interesante a la hora de pensar el diseño también.

Este manual cuenta con introducciones del drapeado, su historia, ejemplos con fotografías y diagramas de diseños en base a cómo realizar diferentes prendas de vestir, también contempla diseñadores que trabajan con esta técnica desglosando sus procesos.

En La Universidad Politécnica de Madrid, la autora Iszoro Eva (2016), expone una investigación sobre Métodos directos de patronaje creativo didáctico y con experimentación, poniendo énfasis que para lograr obtener excelentes trabajos en volumen se requiere de la técnica de drapeado, su proyecto se basa en la realización de esta técnica en modelados sobre el cuerpo y en maniquís, el cual son una vía para conseguir la máxima expresividad, aplica la metodología de campo, de experiencia con los profesionales y análisis crítico y recolección de datos teóricos.

Frente a este escenario en la Universidad Tecnológica Equinoccial, la Diseñadora Sofía Dávila Gutiérrez (2011), realiza una investigación sobre Prêt à porter femenina para mujeres jóvenes adultas de la ciudad de Quito, donde se requiere de un lugar en donde se pueda encontrar prendas de vestir con las cuales les ayude a aumentar el autoestima, proyectar elegancia, comodidad, personalidad y sobre todo poseer diseños exclusivos, tomando como referencia que para lograr obtener moda de alta gala, es importante tomar en cuenta que este estilo durante el siglo XX hasta la actualidad muchos modista han utilizado el draping para lograr diseños auténticos. Se expresa por otra parte “que una mujer exquisita es lo que se resaltarán”, tomando en cuenta para su producto final, una colección glamurosa, sensual y sofisticada, llena de muchos colores, grandes estampados, con material ligero, fino, y sobre todo incorpora drapeados en telas, bufandas y accesorios en el diseño para lograr distintos modelos en un mismo vestido.

Otra forma de contribuir con el presente proyecto, es mencionando a la diseñadora María Cevallos Sierra, quien realiza una investigación en el año 2011, el cual concluyo que muchas mujeres dentro de su investigación, visitan lugares de moda cada quince días o una vez al mes,

con el fin de encontrar nuevos y únicos productos, mencionando: “les encanta vestirse a su gusto”, en su investigación señala al drapeado como una alternativa para crear moda en esculturas y realizar cortes sofisticados, con el fin de lograr looks rebeldes que vayan acorde con la época, concluyendo que la historia, el estilo y la técnica se utilizan para crear moda, puede ayudar a las personas a valorar, adquiriendo mayor conocimiento y sin miedo de arriesgarse a lo desconocido. (Cevallos Sierra, 2011)

Existen diferentes bibliografías que hablan sobre la técnica de drapeado dedicado a modelado sobre maniquís como son publicaciones de Helen Joseph Armstrong cuenta con tres ediciones de drapeado para ropa, la cual combina las clásicas instrucciones para convertir dibujos bidimensionales en prendas tridimensionales, el autor presenta los siguientes tres principios y técnicas de drapeado: manipular el exceso de dardos, agregar plenitud y drapeado de contorno, también se observa proyectos de diseño nuevos y actualizados ilustran cómo preparar un plan de drapeado. Los análisis de diseño identifican los elementos creativos de cada diseño que ayudan a determinar las técnicas de drapeado necesarias para desarrollar patrones, enfatizando la importancia de drapear prendas de base para construir diseños más complejos.

El autor Bina Abling publicó un libro sobre la técnica del drapeado, dibujo a dibujo de la forma que se practica en la industria, el libro es una experiencia práctica en donde muestra fotografías del proceso del drapeado, presentado instrucciones para producir patrones de faldas, corpiños, escotes, cuellos y mangas, junto con variaciones, para que su público objetivo pueda drapear prendas completas mediante los dibujos. Otra autora que escribió sobre Trajes de época drapeada: griego clásico a victoriano, en base a ilustraciones y fotografías que muestran cada costura, pliegue etc., brindando una guía sobre las herramientas y reglas necesarias para el drapeado.

Sin embargo, volviendo a la mirada sobre los antecedentes investigativos en nuestro país, la investigación de Alejandro Flores, con el tema “Diseño de indumentaria transformacional en Demi Couture”, 2018: en la que se detectó poca práctica a través de la experimentación con técnicas de moldería como el drapeado y el modelismo, para de esta manera explotar un mercado que aún no ha sido explotado en el Ecuador, proponiendo diseño, transformar un vestido en otro mediante un mecanismo interno, el cual tuvo un previo análisis desde distintos factores, como tono de piel, antropometría y somatotipo. Como resultado de la investigación

se propuso la realización un vestido transformacional como pieza única y personalizada obteniendo un valor agregado tanto estético, como económico.

Concluyendo, la técnica del draping es poco estudiada y aplicada dentro del campo del diseño en el Ecuador. Así también es preciso indicar que son escasos los estudios y referencias que se puede hallar sobre este método como herramienta de diseño en alta gala. Tomando en consideración que el presente proyecto ayudará abordar aspectos que en otras investigaciones no se han encontrado.

1.3. Justificación

El presente proyecto está enfocado en la intervención de la técnica del draping en diseños de alta gala, es conveniente mencionar que la técnica del draping será el tema de estudio, por ser una técnica poco trabajada dentro del Ecuador, ya que no se ha brindado la apertura necesaria por el escaso conocimiento de la misma, siendo así una técnica que puede ser aplicada dentro de nuestro entorno aportando a nuestro país por ser un reto de diseño e innovación.

También conocido como Moulage, la palabra procede de Francia, pero ingleses y americanos prefieren denominarlo “Draping”, y en castellano se lo llama drapeado, pero esta solo constituye una pequeña parte de la técnica. Bajo esta postura, el proyecto responderá a los requerimientos del draping, siendo una técnica de corte y confección que trabaja directamente sobre el cuerpo, también recibe el nombre de “corte a ojo”, ya que esta no utiliza maquinaria, economiza tiempo de confección y desarrolla de mejor manera la creatividad obteniendo un mejor rendimiento en cuanto a diseño se refiere. (Alonso, 2009)

De igual forma, es relevante proporcionar nuevas proyecciones dentro del diseño de vestuario de alta gala, debido a que este tipo de vestuario es conocido por sus altos precios, mientras que el presente proyecto logrará que este producto sea accesible para la clase media alta, siendo adaptable para todo tipo de mujer, tomando en consideración las características que lo diferencian como ser dinámico y único, logrando diseños que pueden ser apreciados de forma talentosa, aportando al diseño de autor puesto que es una actividad considerada como una técnica distintiva de cada uno conformada desde su concepción por la economización del tiempo en elaboración. El traje de alta gala hoy por hoy no es considerado por su valor de creatividad, ya que los propios diseñadores dentro del Ecuador, a pesar de que las herramientas de diseño son infinitas, no siempre son aplicadas o utilizadas y en efecto la combinación de la

alta gala y el drapeado, permitiendo desarrollar la creatividad, alcanzando distintas formas en un mismo vestido.

Su nivel de importancia se debe a la utilidad que le brinden las personas interesadas, en otras palabras, los futuros clientes, desearan adquirir vestuarios de alta gala que sean innovadores y únicos utilizándolos no solo para personas sino también para diseños de escaparates. Por lo tanto, los beneficiarios directos son mujeres de clase media alta, y los indirectos son el sector de ventas textiles, los escaparates y diseñadores de modas.

Es importante también mencionar, que la técnica del draping enseña desde cero como realizar un diseño diferente y único, ofreciendo al mismo tiempo, la oportunidad de modificar algún problema durante su desarrollo y de la misma manera brindando la oportunidad de rediseñar rápidamente.

Este proyecto logrará tener un impacto social creando espacios de ventas rápidos y efectivos, contribuyendo a la economía del país y a su vez a los clientes con diseños personalizados y auténticos.

Es decir, la misión del proyecto es integrar esta técnica en el diseño de moda de nuestro país, tomando en cuenta que es una técnica que no maneja costura y el tiempo de construcción es mínimo, además de que incentivaremos, aportaremos y guiaremos en proceso de creación, siendo una guía para todo aquel que desee aprender sobre el draping en los vestuarios de alta gala, concluyendo que el proyecto es Factible debido a que está orientado a facilitar y resolver el problema planteando logrando satisfacer las necesidades el consumidor en base a los objetivos establecidos. Es decir, la finalidad del proyecto radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida al público objetivo determinado considerando los recursos económicos, técnicos y operativos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar trajes de alta gala a partir de la técnica del draping para mujeres del cantón de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Recopilar información sobre el proceso, diseño y materiales para los trajes de alta gala, dependiendo su uso y ocasión.

- Identificar los parámetros y requerimientos para los trajes de alta gala mediante la técnica del draping.
- Desarrollar una colección de trajes de alta gala con la aplicación de la técnica del draping.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1.Draping

Una de las técnicas manuales a aplicar en el presente proyecto de diseño de vestidos de alta gala, es el drapeado, al que se lo define como: “la forma en que un tejido queda colocado, formando pliegues o figuras asombrosas sobre el cuerpo u otro tejido”. (Sistema EDA de patronaje , pág. 7)

Se lo denomina la técnica de corte y confección en la que se trabaja directamente sobre una persona o sobre un maniquí. La técnica también recibe el nombre de «corte a ojo» y necesita que la persona que la vaya a realizar tenga un conocimiento importante sobre los materiales que va a emplear, pudiendo así obtener el mejor rendimiento. En general, permite que el ajuste al cuerpo sea óptimo, así que muchos profesionales de alta gala prefieren emplear esta técnica. Lo realmente importante es que se trata de una técnica que nos permite crear un patrón que se podrá repetir y disponer de una prenda plenamente reproducible y escalable. (Escuela de patronaje de Valencia, 2017)

Sin duda se considera una técnica original que permite dar texturas a la tela, sus formas son la combinación de líneas generando formas deseadas o experimentadas, el draping se utiliza para dar mayor realce y sofisticación a los vestidos de gala.

2.1.1. Historia y evolución

En los inicios de la civilización las personas se han colado pedazos de tela alrededor del cuerpo convirtiéndose en una tradición que nos acompaña hasta la actualidad.

El arte de envolver la tela al cuerpo llegó a un grado de sofisticación y jerarquía que involucro a la funcionalidad y libertad de movimientos que se acoplaron al cuerpo con resultados de simple fluidez interconectados con la necesidad de vestir y en muchas ocasiones hasta la definición de una silueta estética preponderante; es por ello que este tipo de prendas son la base del desarrollo de la moda y sus complementos. (Kuky, 2007, pág. 7)

De acuerdo con (Jaffe & Rellis, 2005) mencionan: “El draping es un fenómeno típico en la historia, considerándose así que las túnicas y turbantes son drapeados desde la antigüedad como precursoras tempranas de esta técnica” (pág. 6). Dentro de la evolución Grecia en la primera evidencia de vestidos sueltos y drapeados, sin coser o mínimamente ensamblando y envueltos alrededor del cuerpo, utilizando solo cinturones o fíbulas. “La prenda básica era el chitón,

especie de túnica rectangular formada por dos trozos de tela que eran cosidos en los hombros, cada chitón tenía un nombre diferente y se complementaban con capas que eran realizadas para cada personaje de Grecia” (Taco, 2013)

- **Exomis:** Se caracteriza por estar sujeta al hombro izquierdo dejando libre el brazo derecho. Dicha prenda solo la llevaban la clase social humilde, soldados o atletas.



Imagen 1 Prendas Exomis
Fuente: (Taco, 2013)

- **Chitón Masculino:** Túnica que podía ser corta o larga dependiendo del rango social o la profesión. Dicha prenda se sujetaba por ambos hombros.



Imagen 2 Prendas Chitón Masculino
Fuente: (Taco, 2013)

- **Chitón femenino o jónico:** Prenda formada por dos trozos de lino unidos por cintas, cinturones o cordones en la cintura y en los hombros se sujetaba mediante fíbulas o pespuntos.



Imagen 3 Prenda Chitón femenino o jónico

Fuente: (Taco, 2013)

- **Peplo:** Prenda básica de la vestimenta femenina consistía en un pedazo de tela cosida lateralmente como una falda cilíndrica, sumado a lo dicho existía el peplo dórico que se ornamentaba con bandas a contraste y era muy usado por los espartanos.



Imagen 4 Prendas Peplo

Fuente: (Taco, 2013)

Estas túnicas o vestiduras estaban moldeadas al cuerpo sea quien sea la persona, se tomaba en cuenta el tipo de tejido, tamaño, bordados, forma de colocarse y sobre todo colores. “La vestimenta de Grecia dejó un legado importante a la civilización romana, debido a que sus túnicas eran muy similares al peplo y el chitón con variaciones en los pliegues y capas de tela que definían el rango social”. (Kuky, 2007, págs. 22-25) Las principales vestimentas en Roma fueron la toga masculina, el palio femenino y la túnica drapeada.

Las prendas de vestir cada vez son de origen con la técnica del draping acompañándolo con accesorios que son tradicionales en el medio oriente como El Sari, El dhoti, el Kain Panjang, el Kembern y el Seledanfg. La historia sigue avanzando en el mundo con nuevas necesidades y procesos de realizar vestuarios, el draping es la pieza fundamental para relacionarlo con los sucesos históricos de vestuario logrando coordinación, creación de nuevas tendencias según pasa el tiempo.

2.1.2. Técnicas

Existen diferente técnica de proceso de creación y realización de modelismo, como son el draping, origami y deconstructivismo, los cuales permiten crear productos diferentes y exclusivos que respondan a la demanda del mercado definido dentro de este proyecto.

2.1.2.1. Modelismo

El modelado de tela, es un proceso más de corte y confección; sin embargo, cabe recalcar que esta técnica permite al diseñador poder manipular y reconocer las posibilidades y delimitaciones de los materiales textiles directamente aplicados en el cuerpo o el maniquí, y esto dependerá la calidad de los detalles y acabados de una prenda. Entonces se puede definir al modelismo como una técnica que crea, representa y expresa libremente un diseño o modelo.

a) **Draping:** para realizar esta técnica se requiere de una buena cantidad de tela, debido que al ir trabajando y recogéndolo se va a ir disminuyendo su tamaño, el drapeado se realiza acorde al modelo que se vaya a trabajar, tomando en cuenta si la tela va a ser encarrujada en sentido horizontal o vertical se requiere el doble de ancho, siempre es importante tomar en cuenta dejar costuras a los lados, para que permitas unir correctamente y evitar prendas muy ajustadas. Se debe tomar en cuenta costuras de 5cm en la parte inferior para el dobladillo, 2 cm a los costados y 1cm en el contorno de mangas o cuellos.

El draping es poder disponer la tela alrededor del cuerpo mediante puntos estratégicos para ir modelando y cortando con el fin tener piezas exactas del cuerpo. El draping combinado con el ensamblaje de las piezas ya sea de forma artesanal o industrial, es una técnica que se fusiona con lo de ayer y lo de hoy desarrollando parámetros de exigencia en la prenda sobre el patrón correspondiente a las medidas de la respiración humana, considerándose una escultura en la tela que actualmente es el alma de la alta costura. (Knowles, 2005, pág. 81)

Es decir, el draping es un trabajo que denota a la construcción y desarrollo como una obra de arte, indispensable para cualquier tipo de proyecto.

b) **Origami:** es un conjunto de piezas geométricas con volumen, estéticas y muy funcionales, la diseñadora y Blogger de moda Mónica Escobar afirma: “El Origami, es conocido por utilizar el papel como materia prima principal, y la técnica, un sin número de pliegues que van dando estructura y formando figuras de animales, móviles y decoración, por mencionar algunos”. (Escobar, 2016) El origami nació en Japón como una forma de expresar el amor

a través de las formas resultantes de doblar papel, no obstante, hoy en día se ha trasladado a la moda en lo que los tejidos aparentan ser de papel.



Imagen 5 Ejemplos de origami en el diseño
Fuente: (Escobar, 2016)

Los diseñadores más conocidos son Issey Miyake, Shingo Sato, el cual ha bautizado a esta técnica como TR o Reconstrucción Transformacional y además John Galliano con la primera colección alta costura en primavera verano en el 2007, predominando colores como el blanco, rosa y tonos pasteles.



Imagen 6 Diseños de John Galliano para la firma francesa Christian Dior
Fuente: geniusbeauty.com, 2007

Para el año 2009 se creó otra pasarela inspirado con esta técnica por Chanel, una propuesta de Karl Lagerfeld y desarrollado por el japonés Katsuya Kamo, quienes trabajaron en sus vestidos y en los sombreros (LaFayetteFashion, 2016).



Imagen 7 Colección primavera-verano
Fuente: origamienseno.blogspot.com, 2016

c) **Deconstructivismo:** esta técnica a lo largo del tiempo se trata de construir un concepto cualquiera a partir de conocimientos históricos, utilizando figuras retóricas.

El deconstructivismo es un movimiento arquitectónico que nació a finales de la década de 1980. Se caracteriza por la fragmentación, el proceso de diseño no lineal, el interés por la manipulación de las ideas de la superficie de las estructuras y, en apariencia, de la geometría no euclídea. El nombre también deriva del constructivismo ruso que existió durante la década de 1920 de donde retoma alguna de su inspiración formal. (Ferrero, 2013)

Sin embargo, en la moda, trata de romper esquemas y cambiar la funcionalidad de las prendas, es decir salir de los estereotipos obteniendo libertad de moltería para cubrir cualquier parte del cuerpo.

Tabla 1
 Diseñadores deconstructivistas

DISEÑADOR	CONCEPTO	IMAGEN
Martin Margiela	Es un diseñador de origen belga, bautizado como el Diseñador Anónimo, ya que muy pocos han conseguido conocerlo. Introdujo en la moda la palabra “Deconstrucción”. Margiela “No crea moda, ni la sigue, fabrica arte con ella”; se inspira en la propia ropa para; crearla, desfigurarla y cuestionarla con acabados vanguardistas.	

Rei Kawakubo

Es la diseñadora de Comme des Garçons, se especializa en la anti moda, austera, descontracturada, durante 1980, sus diseños eran solamente en negro, gris oscuro o blanco. Los materiales a menudo drapeados alrededor del cuerpo, bordes sin terminar deshilachados con agujeros y una forma asimétrica general. Desafiando las nociones establecidas de belleza, los periodistas etiquetan sus ropas “Hiroshima y elegancia, entre otras cosas. Desde finales de 1980 su paleta de colores ha crecido un poco.



Alicia Infante

Es una artista obsesionada con la moda que ha creado el deconstructivismo textil, una fórmula de diseño y creación con la que quiere convencer a las grandes marcas de ropa para que creen una sublínea de productos con la basura que generan en sus propios talleres.

Es una artista multidisciplinar y resignificadora que ha creado el deconstructivismo textil, una forma de diseño y creación de ropa que significa un cambio de paradigma en la moda y que, según explica, implica desactivar la industria.



Cuadro de descripción de diseñadores especializados en moda deconstructivista

Fuente: (Ferrero, 2013)

La moda es el reflejo de las sociedades que ha representado el social y económico, por ello este movimiento trajo a los diseñadores una mayor amplitud den materia de posibilidades sobre la base de regla y movimientos, quebrando la ley de verse estético, sino más bien planteándose ver diferente en todo sentido.

2.1.2.2. Tipología

Existe una gran variedad de drapeados, aunque la técnica utilizada para su creación siga frecuentemente el mismo método. Para conseguir una buena caída es aconsejable cortar los patrones al bias; el bias acentúa el drapeado y consigue que las prendas se adapten al cuerpo. (Sistema EDA de patronaje , pág. 7)

Sobre el cuerpo

Al hablar del uso de la técnica del drapeado sobre el cuerpo, se está siendo referencia al cumplir el rol de construir materialmente la idea generada por el diseñador, por lo cual es necesario que al utilizar esta técnica se analice con el cliente, su contextura corporal, y los requerimientos para que el diseño cumpla con los requerimientos, además mediante el análisis se puede tomar en consideración la manera en la que se utilizara el textil, tomando en consideración si es tela suave generara una buena caída, si es textil pesado que no brinden tanto movimiento.

- Es una técnica que se trabaja directamente sobre el cuerpo en tres dimensiones
- El diseño y el patronaje surgen simultáneamente
- Esta técnica permite experimentar con ideas nuevas
- Se requiere de paciencia y determinación para que nazcan formas elaboradas con perfección.
- La ventaja es que ajusta perfectamente al cuerpo de la mujer, produciendo un diseño único.
- Esta técnica exige por parte de la creadora intuición, creatividad, originalidad, capacidad de imaginación, y experiencia artesanal.

Dentro del proceso una vez que el patronaje y la tela ya han sido combinadas y moldeados en el cuerpo se debe ir estudiando que ya está bien y como se podría mejorarlo.

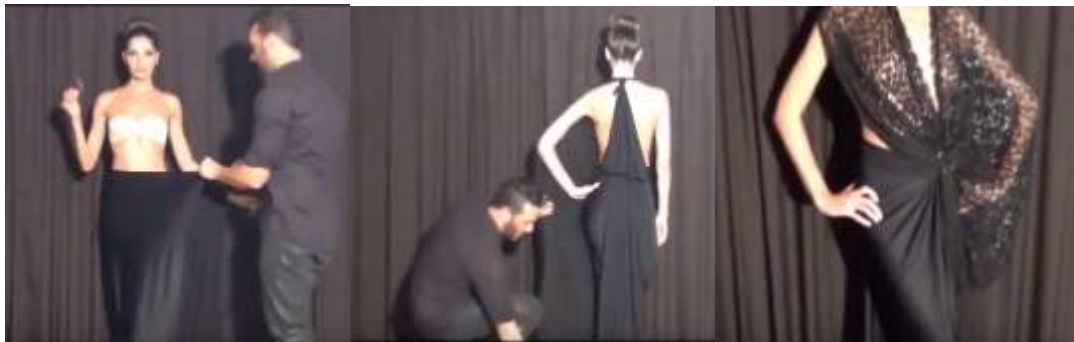


Imagen 8 Draping sobre el cuerpo
Fuente: youtube/Fabrizio Crispino, 2003

Sobre el maniquí

El maniquí es un modelo del cuerpo humano, usado por diseñadores, modistas y artistas, que lo utilizan para construir prendas sobre el mismo, permitiendo observar el tipo de caída y movimiento que tendrá la tela, y los diferentes detalles de escote, mangas, pliegues etc. Sus principales ventajas son:

- Es el procedimiento para crear patrones y dar forma a las prendas.
- Se debe tomar en cuenta la calidad, la estructura, la maleabilidad y la caída durante el proceso.
- Consiste en dibujar sobre el textil el patrón que se va a utilizar para conseguir la textura deseada.
- En el desarrollo se unen los puntos con ayuda alfileres o ajuga trabajándolo en el lado revés de la tela.
- El trabajo es netamente manual y requiere de mucho tiempo y paciencia.
- Se obtienen resultados atractivos y originales



Imagen 9 Draping sobre el maniquí
Fuente: (Eva Luna Couture, s.f.)

2.1.2.3. Herramientas

Materiales

“La tela es una lámina flexible, formada por el cruzamiento y enlace de fibras textiles en dirección longitudinal (urdimbre) y transversal (Trama), también tienen dos tipos de fibras diferentes, las naturales que proceden de plantas y animales y las artificiales que son construidas en base a procesos químicos como el nylon, acrílicos, spandex acetato y poliéster” (Castro, 2011, pág. 21). Las telas recomendadas para la técnica del drapeado son textiles que

tenga un poco más de cuerpo como el podesua, Shantung ya que brindan mantener la forma deseada, además se recomienda prendas con excelente caída como la seda y el satín.



Imagen 10 Podesua textil
Fuente: textilescasatex.com, 2011



Imagen 11 Chifon textil
Fuente: Ecured.cu, 2011



Imagen 12 Shantung
Fuente: Moodfabrics.com, 2011



Imagen 13 Shantung
Fuente: Tiendatelas.com, 2011

Podesua: Proviene de la seda natural, se caracteriza por tener una textura suave y un poco brillante, además cuenta con una gama extensa de colores, este tipo de tela tiene una buena soltura y es factible para realizar vestidos de noche y de novia.

Chifon: fabricado por fibras de algodón o sintéticas, su principal característica es ser semitransparente, suave y liviana, con gran variedad de colores son claros hasta tornasoles, es utilizado para prendas de vestir elegante en la noche.

Shantung: es un tipo de seda natural, es construida de dos formas, hecha a mano con hilos largos e irregulares, y la segunda es de forma industrial a base de mezcla del nailon y acetato, además cuenta con dos caras de diferente tonalidad, pero torso cuentan con el mismo color, su uso es para vestidos de noche y de novia.

Organza: es un material sintético, proviene de fibras como poliéster o el nylon, es una tela casi transparente y rígida en los dos sentidos, se caracteriza por sus reflejos cambiantes de varios colores debido al uso de dos hilos distintos por lo que hace una tela con brillo, se utiliza para vestidos de novia y de fiesta.



Imagen 14 Satín

Fuente: Tiendatelas.com, 2011



Imagen 15 Spandex

Fuente: olyesterspandexfabric.com, 2011



Imagen 16 Tul Bordado

Fuente: Stefanie.com, 2011



Imagen 17 Seda

Fuente: tiposdetela.es, 2011

Satín: es un tejido plano que proviene de fibras de acetato y se caracteriza por tener dos caras, la una es muy suave y brillante y la otra es semi opaca, presenta una buena caída y soltura, ideal para la técnica del draping.

Spandex: es una tela hecha con fibra artificial, compuesta del 90% de lycra y 10% de nylon, sus principales características son el confort que brinda, la ligereza, durabilidad, retención de la forma, y libertad de movimiento, esta tela es muy recomendada para moldear por su soltura y suavidad a adaptarse a diferentes formas.

Tul bordado o randa: es un textil derivado del velo, se caracteriza por ser al derecho con bordado en formas florales y al revés transparente, este material es ideal para vestidos de novia y vestidos de gala.

Seda: es una fibra textil de origen animal formada por proteínas de insectos como los gusanos, abejas, arañas, pierde el 20% de fuerza cuando esta humada, tiene muy poca elasticidad por su tejido sensible, tiene muy buena absorción, la que permite resistir a climas cálidos, es suave y tiene una hermosa caída, brindando elegancia al vestido.

Insumos

Son una variedad de utensilios que se emplean para realizar labores de confección, dentro de esta técnica se toma en cuenta, uno de ellos son los Alfileres, el cual es un clavillo que se utiliza usualmente para sujetar ciertas uniones, existen diferentes tipos dependiendo su función y ocasión, también se puede utilizar Argollas, lazos, cintas, encajes decorativos etc.

2.1.2.4. Procesos

Para el proceso y desarrollo del trabajo con la técnica del draping “se debe considerar que el tamaño del tejido debe ser adecuado a la distancia a utilizar en el diseño, por ejemplo si es un corsé, se debe tomar la medida desde la banda superior del cuello hasta la línea de la cintura” (Jaffe & Rellis, 2005, pág. 13), dentro de los pasos a seguir se recomienda tomar en cuenta:

- Medir el ancho adecuado de cada costado con sus respectivas costuras
- Fijación del tejido en lugares estratégicos de la prenda dependiendo el diseño
- Marcar puntos importantes como; el nivel del busto, cintura, sisa o pecho.
- Marcar las líneas verticales como centro frente y centro espalda.
- Dibujar las líneas horizontales de la prenda como bases de movimiento
- Realizar el moldeado de la prenda retirando arrugas y realizando ajustes.
- Dar formas adecuadas con ayuda de pinzas y de pequeños cortes en el escote.
- Es importante la marcación de puntos y cruces ya que indican los cortes o las costuras de la prenda. (información basada) de (Taco, 2013)

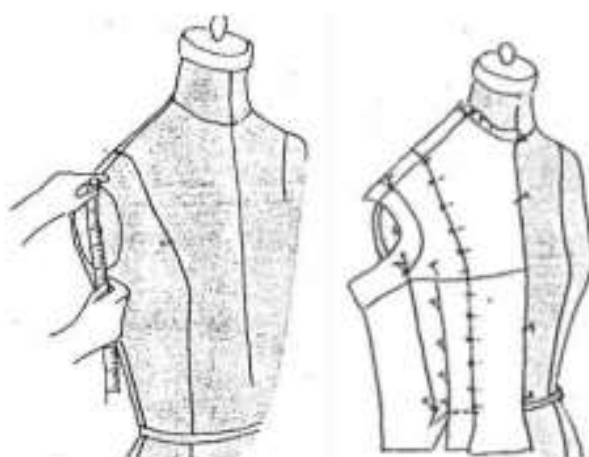


Imagen 18 Bodice

Fuente: (Jaffe & Rellis, 2005, págs. 16-18)

a) **Rectificación:** Una vez dibujadas las líneas en el modelo determinado es importante realizar el siguiente procedimiento:

- Comprobar que las señales o cruces estén alineadas y semejantes al diseño.
- Medir mediante dimensiones espejos como costados u hombros.
- Retirar la tela del maniquí y ajustar sisas, escotes o formas con la ayuda de elementos como el curvígrafo, sismómetro, curvas etc.
- Finalizar mediante la definición de costuras para proceder a cortar por las líneas específicas.

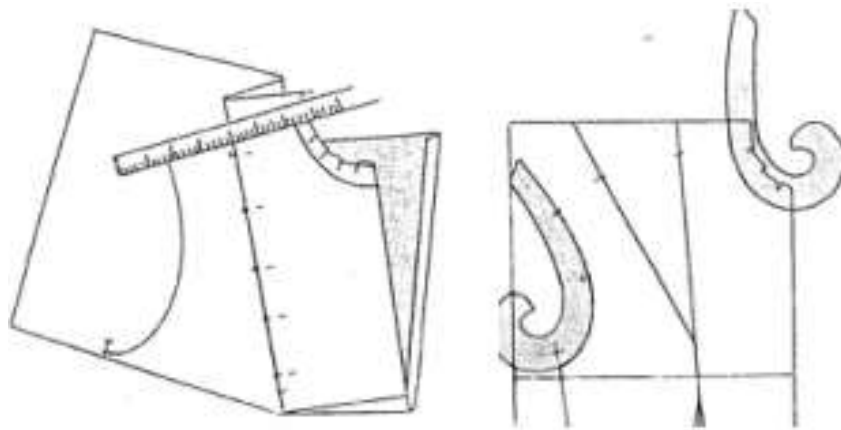


Imagen 19 Basic Patterns

Fuente: (Jaffe & Rellis, 2005, págs. 16-18)

Las rectificaciones son un paso imprescindible en el manejo de la prenda ya que se trata de una adecuación en la cual se define las formas finales de la pieza para posteriormente ser ensamblada. (Taco, 2013)

b) **Ajustes:** los ajustes más apropiados en el proceso son; las pinzas que se pueden mover de diferentes maneras según la funcionalidad del diseño todo se basa en el equilibrio que deben tener cada uno de estos ajustes. (Jaffe & Rellis, 2005, pág. 37)

Muchas de estas pinzas deben ser cuidadosamente modeladas debido a que son puntos precisos que no se pueden colocar al azar, ya que ayudan a eliminar plisados, arrugas y dobleces innecesarios. Por tanto, es importante preservar que el tejido no se estire ya que debe mantenerse de una forma natural en todo el proceso del drapeado. Dichos ajustes son solo concebidos en el patrón básico ya que en el diseño final es preferible evitar las pinzas. Por lo general este proceso se lo realiza en tejidos planos que son más permisibles en el momento de crear ajustes. En tejidos de punto o elásticos se puede moldear fácilmente, pero se debe tener una manipulación cuidadosa. (Taco, 2013, págs. 120-125)

c) **Aplicación este proceso sirve para pasar el diseño de tela a papel y finalmente llegar a obtener la aprobación del proyecto.**

- Trasferir los patrones de tela a papel con precisión, siguiendo la línea de hilo y todas las formas determinadas para crear un duplicado con precisión y proporción.
- Separar el patrón del maniquí con las pinzas abiertas si fuese necesario.
- Es preferible colocar la tela sobre una superficie con cuadrículas de 2 pulgadas y así marcar puntos para extender el patrón de tela.
- Suavizar el modelo fijándolo y utilizando una rueda para posteriormente irlo trazando.
- Asegurar que las dimensiones de costados, cintura y hombros sean simétricas y fijarlas mediante pesas o alfileres.
- Agregar márgenes de costura para proceder a cortar el patrón

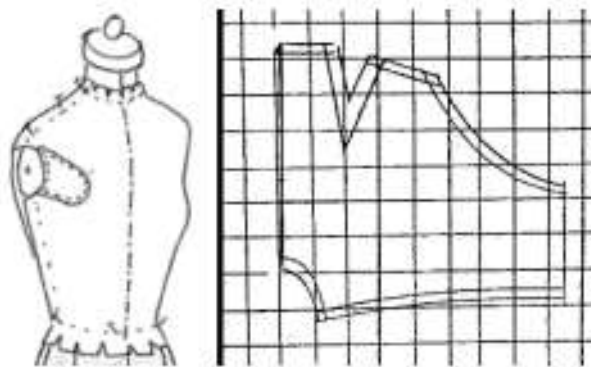


Imagen 20 Procesos básicos
Fuente: (Jaffe & Rellis, 2005, pág. 11)

2.2. Alta gala

Para definir este tipo de vestuario, hay que plantear el significado del término gala, “proviene del francés antiguo “gale” que puede traducirse como diversión, ornamento, lujo, placer u ostentación; esta tiene varias definiciones en función del contexto en el que se le utilice. Una de las acepciones más comunes para la palabra es aquella que se aplica a los vestidos que sobresalen del resto, y que son conocidos como vestidos de gala”. (Enciclopedia Culturalia, 2017)

Es decir: “El vestuario de gala representa el género más lujoso dentro del ámbito del vestir” (Lando, 2009). Tomando en consideración que el lujo y la elegancia son características que representan a la alta gala, tomando en cuenta aspectos de diseño como texturas, colores, forma, movimiento, originalidad en el diseño, que también complementan a la originalidad del vestido, el cual se utilizara en eventos sociales, bodas, elección de reinas, celebración etc.

Concluyendo que es una prenda de vestir lujosa, elegante que se usa para ocasiones festivas, se las usa para ceremonias, celebraciones y eventos sociales. Las prendas claves que abarcan en esta rama son vestidos largos, vestidos cortos, capas o chales, cortes sastres, falda, pantalón y blusas. (Gertrud, 2000).

2.2.1. Historia y concepto

La historia del traje o indumentaria, nace desde siglos atrás, cuando el hombre tiene la necesidad de cubrir su cuerpo por el constante cambio en el clima, esta necesidad se da más por las temperaturas bajas, dando así vida al uso de la piel de animales y las diferentes técnicas para su uso (Lever, 1988).

Por lo tanto, la moda se ve refleja a través de cada época, evolucionar acorde a las nuevas propuestas presentadas por los modistas, a los que se los consideraban como artistas, por crear prendas únicas que realcen la belleza de la mujer, reflejando también la clase social de las damas y diferenciándole de las demás.

En 1774, María Antonieta la delfina de Francia, contrata a la Diseñadora Rose Bertin, quien revoluciona la imagen de aquella época, siendo la imagen excesiva y opulenta que impuso la división de las clases sociales en la manera de vestir, y la relación entre musa y diseñador. Otro de los iconos que representa al diseño de alta gala es Charles Frederick Worth, quien junto a

un socio en 1858 funda su atelier en la calle en Paris, comenzando así dos de las piezas claves de la cultura parisina: las casas de moda y las pasarelas, además de diseñar modelos para los aristócratas de la época, algunos de sus aprendices fueron Christian Dior, Cristóbal Balenciaga y Coco Chanel.

A principios del siglo XX, la moda seguía siendo generada casi en su totalidad en París, convirtiendo a esta ciudad en la capital por excelencia de la costura, donde se creaban grandes espectáculos para presentar a editores y compradores de todo el mundo, las nuevas creaciones que se desarrollaban en “la ciudad de la luz”. Durante la guerra la moda pasó a segundo plano, el glamour, la ostentación y el lujo que representaban aquellas creaciones que alguna vez fueron admiradas, ahora era mal vistas, se preferían vestidos sencillos, baratos y de fácil confección. La ropa tenía la obligación de adaptarse a la difícil situación que vivía el mundo. Entre la incertidumbre y el desastre ocasionado por los conflictos, en 1947 fue Christian Dior quien declaró el fin de la guerra, con su colección New Look. Una revolución para aquella época, pues el coutier, inspirado por sus flores y jardines botánicos, ideaba la silueta bar, devolviendo el amor por la moda y lo estético en una colección couture. (Xiuhtely, 2017).

Otros de diseños es el Il vestido de noche que llevo la condesa Elisabeth de Caraman - Chimay, es un vestido exclusivo de la casa de Worth realizado por el diseñador Jean Philipp Worth en 1886, fue uno de los más reconocidos por la sutileza de los cortes, la utilización de cola en sus trajes de gala de la misma manera la aplicación de diversos materiales textiles y apliques para dar un mejor termino a las prendas de esa época. (Gertrud, 2000).

Y por último otro diseño de alta gala es Yves Saint Laurent, conocido como el diseñador más joven de esta rama, quien también heredo la casa de Dior y lanzo su propia marca, llega a tener mucha importancia en la historia debido a que incorpora al mercado una constante renovación de tendencias, destacándose por vender de forma masiva y accesible para cualquiera, actualmente las marcas más reconocidas que se dedican a la alta gala, son Zara, H&M y forever 21. Otra distinción de los vestidos de noche fue mostrar el cuerpo de la mujer, con escotes más profundos, en ocasiones los cortes fueron más atrevidos en la parte delantera y en otros diseños era en la espalda con un escote profundo que llegaba hasta la cintura, con adornos de bisutería extensa que adornaba la espalda de la mujer dando así a notar la sensualidad y la figura de la mujer. Gertrud (2000).

En la actualidad algunas casas de moda continúan Exhibiendo vestidos de alta costura, con la idea de mantener viva la tradición, existen desfiles que dejaron ser privados a se transformaron en eventos de alto alcance, y las alfombras rojas se convirtieron en el mejor escaparate para mostrar diseños innovadores y originales.

2.2.2. Tipología y ocasiones de uso



Imagen 21 Vestidos de Coctel
Fuente: Belleza.uncomo.com, 2016

Coctel: se caracteriza por su corte a la altura de la rodilla, unos centímetros por encima o debajo de ella, se utiliza para fiestas de etiqueta o una reunión importante, estos vestidos están pensando para formar el cuerpo, u disimilar algunas partes del cuerpo, se puede llevar accesorios como bolso caja, bolso de mano, joyas, por lo general los vestidos de coctel tienen son lisos, bicolors, con estampados con pedrería etc. (Riaza, 2016).



Imagen 22 Vestido de Gala – Etiqueta Femenina
Fuente: protocolo.org, 2016

Gala: también conocido como traje de noche o vestido largo, son modelos de alta gala y de gran etiqueta, estos vestidos son utilizados para la noche, se utilizan en ocasiones muy especiales, como bodas o eventos de etiqueta. Algunos vestidos de noche llevan cola, es decir que llegan hasta el suelo, y arrastran un poco.

Se puede utilizar como accesorios con bolso de mano, puede ser carey, metal o de tela con pedrería, las joyas de oro, diamantes etc., un collar de pendientes y alguna pulsera o sortija y recomendable no usar reloj con este tipo de vestidos, sus colores varían de negro, rojo, verde, dorado y plateado como colores potentes (Riaza, 2016).



Imagen 23 Vestidos de Novia
Fuente: Matrimonios.cl, 2016

Novia: el vestido de novia representa la máxima expresión de elegancia, por ello se toma en consideración el largo del vestido, la tela con tejidos exclusivos como encaje chantilly, charmeuse, dupio, mikado, satén, brocado y raso. Los detalles que marcan la diferencia por ejemplo cinturón joya, juegos de transparencias, bordados, delicadas mangas ablusadas, apliques de pedrería en los hombros etc. Los complementos como un glamuroso velo, un traje de corte recto con detalle de encaje en el escote, un modelo de línea A, el detalle de la cola define la elegancia completa del vestido. (Riaza, 2016).



Imagen 24 Vestidos de Graduación
Fuente: Diariofemenino.com, 2016

Graduación: el vestido de graduación es discreto, elegante, juvenil y sencillo, se puede pensar en la temática que quiera darle, o en el concepto que quiera reflejar, siempre pensando en que es un acto formal y elegante. Se puede considerar también a los vestidos con hombros caídos, vestidos con Tul el cual ara que el vestido y la persona luzca moderna y super juvenil sin perder la elegancia. (Riaza, 2016).

2.2.3. Tipos de silueta

SOBRE EL CUERPO



Imagen 25 Línea A

Fuente: Elcolordemiboda.com, 2018



Imagen 26 Princesa/vestido de baile

Fuente: Hola.com, 2016



Imagen 27 Sirena, 2018

Fuente Elcolordemiboda.com

Línea A: Se asemeja al contorno de una «A» mayúscula. Ideal para todo tipo de cuerpo. El vestido de la línea A es la opción más popular sobre el vestido de baile, especialmente para las mujeres que no quieren tanto volumen en la falda. (Mach, 2018).

Princesa / vestidos de baile: el vestido princesa se define exclusivamente por la diferencia entre el talle, muy ajustado en la cintura, y la falda amplia, que adquiere volumen en la cadera y suele formar un gran círculo sobre el suelo. Los extras: con o sin cola, transparencias en el escote, strapless, corazón, con manga larga, bolsillos, velo, todos ellos siguen siendo un diseño princesa siempre que respeten las proporciones royal de la falda respecto al cuerpo. El de la imagen es de la nueva colección de Pronovias, y además incorpora una malla ilusión transparente en el escote. (Riaza, 2016)

Sirena: Esta falda se abraza y sigue la forma del cuerpo desde la cintura antes de extenderse hacia las rodillas. Es un look que se ve a menudo en las alfombras rojas y es perfecta para bodas más glamorosas. Para este estilo se necesita curvas, particularmente en las caderas, y los materiales utilizados creando una silueta hermosa. (Mach, 2018).



Imagen 28 Columna
Fuente: Hola.com, 2016

Columna: este tipo de diseño está dominado por las líneas rectas de los hombros a los pies, así que, por definición, va a alargar visualmente la silueta, especialmente combinado con un zapato alto de tacón. Estos diseños pueden entenderse de dos maneras: ajustados, pero sin marcar las curvas femeninas como lo haría por ejemplo un vestido sirena, o más relajados, por ejemplo, un diseño con caída helénica de falda drapeada o un vestido con corte imperio marcado por debajo del pecho. El de la imagen es de Rosa Clará y está pensado para emular el efecto en el cuerpo de encaje de hombros caídos y manga larga transparente, y una falda recta en una textura distinta, con una pequeña cola. (Riaza, 2016)



Imagen 29 Imperio
Fuente: elblogdeunanovia.com, 2018

Imperio el estilo imperio tiene una falda alta que se acumula justo bajo el busto; que fluye hacia abajo en una falda larga y suelta. Este estilo de vestido es perfecto para personas más delgadas con un busto pequeño que desea enfatizarlo; e igualmente para mujeres más pequeñas que desean agregar la ilusión de altura. (Mach, 2018).



Imagen 30 Trompeta
Fuente: Elcolordemiboda.com, 2018

Trompeta: Se ajusta a través del cuerpo y se extiende a la mitad del muslo. El corte está entre una línea A modificada y un corte de sirena. Ideal para mujeres con cinturas pequeñas; con un tipo de cuerpo reloj de arena, ya que acentúa el área del estómago y la cadera. (Mach, 2018).

Sobre prendas



Imagen 31 Silueta reloj de arena
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018



Imagen 32 Silueta Triangulo
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018



Imagen 33 Silueta Triangulo invertido
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018



Imagen 34 Silueta Rectangular
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018

Reloj de arena: Misma talla en la mitad superior del cuerpo que en la mitad inferior.

Los hombros quedan alineados con la cadera, el busto y la cintura bien definidos, las nalgas torneadas.

Silueta triángulo: talla menor de camina que del pantalón, los hombros son estrechos y la cadera y muslos son redondeados.

Silueta triángulo invertido: presenta una talla mayor de camisa que de pantalón, los hombros son rectos y cuadrados, cadera y nalgas lisas, planas y cintura muy poco definida.

Silueta Rectangular: tiene hombros y cadera alineados con la cintura, hombros rectos, abdomen y cadera muy poco definidos.



Imagen 35 Silueta ovalo
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018



Imagen 36 Silueta forma de pera
Fuente: elsecretodemistercloset.com, 2018

Silueta Óvalo: Tienen hombros, abdomen, cintura, nalgas, y piernas tienen a la redondez.

Silueta en forma de pera: la cintura se define naturalmente, el busto y el abdomen son pronunciados, el volumen se concentra en la cadera, los hombros tienden a ser angostos (Iñiguez Dávila, 2018).

Sobre del cuerpo

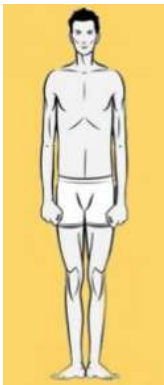


Imagen 37 Ectomorfo
Fuente: okdiario.com, 2018

Ectomorfo: son delgados igualmente en ellos predominan las estructuras verticales respecto a las horizontales, su metabolismo es acelerado por eso no ganan peso y les es difícil ganar músculo, son de constitución delgada, con muy poca grasa corporal, su textura es delgada y esbelta. (Iñiguez Dávila, 2018).

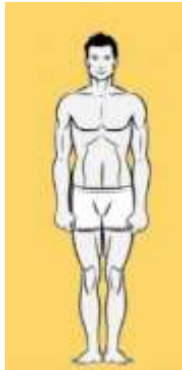


Imagen 38 Mesomorfo
Fuente: okdiario.com, 2018

Mesomorfo: las personas con esta clasificación tienen una musculatura atlética, ganan masa muscular con mucha facilidad, tienen una buena actividad física, predomina las estructuras verticales sobre las horizontales (Iñiguez Dávila, 2018).

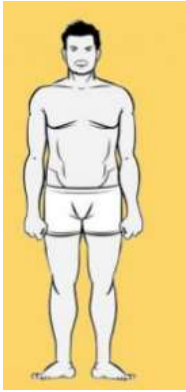


Imagen 39 Endomorfo
Fuente: okdiario.com, 2018

Endomorfo: Son mujeres con tendencia a la obesidad, su adiposidad está localizada frecuentemente en el vientre, su actividad física es pasiva, es decir no son grandes deportistas, gana peso con facilidad, y predomina la horizontalidad sobre la verticalidad (Iñiguez Dávila, 2018).

2.2.4. Bases textiles

Las bases textiles para los trajes de gala han sido las fibras naturales, pero con el paso del tiempo y las diferentes tecnologías, se han incorporado textiles artificiales para el uso del vestido de alta gala.



Imagen 40 Encaje
Fuente: textilesdelvalle.com, 2011

Encaje: se caracteriza por sus formas orgánicas que encuentran en el textil, gracias a ello se puede bordar flores con pedrería de diferentes formas, tamaños y materiales.



Imagen 41 Poliéster
Fuente: textilesdelvalle.com, 2011

Poliéster: su característica principal son durabilidad y resistencia, es un textil creado con fibras artificiales por su costo permite la accesibilidad de la misma para la creación de diferentes prendas.



Imagen 42 Tefetán
Fuente: Moodfabrics.com, 2014



Imagen 43 Algodón
Fuente: Tiendatelas.com, 2018



Imagen 44 Entretela
Fuente: Tiendatelas.com, 2018



Imagen 45 Seda
Fuente: tiposdetela.es, 2018

Tefetán: es un textil creado de seda sea natural o artificial, es de trama y urdimbre o también tener un porcentaje de spandex, dependiendo la característica que se dese dar en la prenda, es liviana pero no tiene trasparecía, (Porto, 2014).

Algodón: textil utilizado en diferentes prendas, por su resistencia y su suavidad, este textil puede ser lavado de diferentes formas ya que resiste a diferentes procesos químicos. (Erhardt, 1992).

Entretela: la entretela es el textil usado para darle cuerpo a la prenda, toda entretela empleada en las prendas necesita de un cuidado especial para no perder la forma de la prenda. (Hollen, 1993).

Seda: textil conocido desde la antigüedad como uno de los materiales más usados para la elaboración de vestidos, es un material que dependiendo la composición llega hacer muy costosa al nivel de textiles. La seda tiene lustre suave que ha servido para la elaboración de la seda artificial. En la elaboración de vestidos la seda usada es seda delgada ya que es un conductor de calor y para los eventos cerrados es necesario que la clienta no sienta el calor a través de su vestido. (Hollen, 1993).

2.2.5. Tipos de alfileres

Este accesorio es muy útil para fijar los moldes a la tela cuando se a cortar para hacer muestras, y en el caso de no contar con engrapadora para fijar, los alfileres son de mucho uso en el proceso de confección, por lo tanto, existen diferentes parámetros para identificar un alfiler, tomando en cuenta su tipo de alambre y dureza, diámetro, longitud, punta, cabeza, acabado y resistencia de la flexión, por ello se enlistara algunos tipos de alfileres que más se utiliza en la industria de la moda.

- a) **Alfileres de acero:** tienen un tratamiento de templado y revertido que proporciona elasticidad, se rompen si superan el ángulo de 45°. Los más recomendados para alta gala son los de medidas de 26 mm, 30 mm, y 32 mm de longitud.



Imagen 46 Alfileres de acero
Fuente: (Folch, 2014)

- b) **Alfileres de acero inoxidable:** son ideales para confección de prendas delicadas, los más recomendados para alta gala son los de medidas de 18 mm, 22 mm, 26 mm, 32 mm, 34 mm, 38 mm y 40 mm de longitud.
- c) **Alfileres de hierro:** son ideales para escaparatismo, decoración, modelismo, manualidades y costura. Los de longitud 10 mm, 16 mm, 18 mm son específicamente para modelismo, al contrario que lo de longitud 30 mm, 32 mm, 34 mm, 36 mm, 42 mm y 50 mm son para uso de escaparatismo.
- d) **Alfileres de latón:** son ideales para presentaciones de camisas, confección, cintería, apliques y modelismo, las mediadas de longitud recomendadas para el modelismo son de 10 mm, y 12 mm.

- e) **Alfileres de colores:** son ideales para el encaje de bolsillo, patchwork y quilting, costura, decoración y papelería, las medidas longitudinales de 44 mm, 50mm, 51 mm, y 64 mm, son ideal para la confección de vestidos o utilería de bodas.

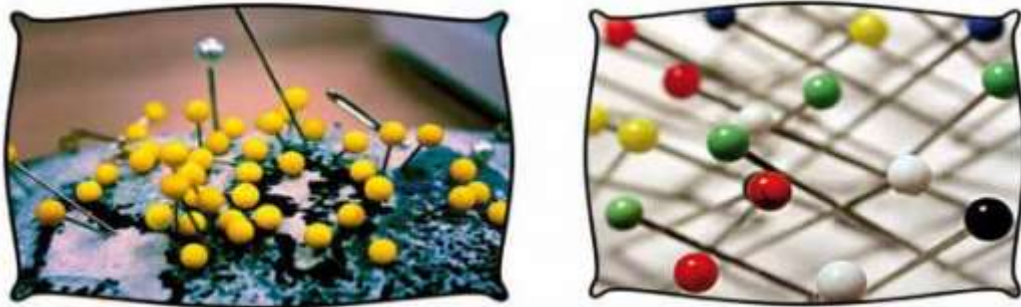


Imagen 47 Alfileres de colores
Fuente: (Folch, 2014)

2.2.6. Etiquetado

El objetivo del etiquetado es colocar la información esencial que sea legible y entendible, su materialidad depende del consumidor y el público objetivo con el que trabaje, además de que este no debe producir incomodidades y no debe afectar su composición si es emitido a proceso de lavado o planchado (este caso aplica para etiquetas en la ropa), por ello es importante mencionar que existen 2 tipos de etiquetas como son: dentro del producto etiquetado permanente y externamente etiquetas.

Dentro de las especificaciones de etiquetado permanente debe tener la talla, dimensiones de la ropa, reconocer si la indumentaria es de fabricación nacional o importada con la finalidad de que el usuario no se sienta engañado al momento de adquirir su producto, el texto debe ser escrito en español y a su vez si el espacio lo permite, puede tener varios idiomas para que el producto lo pueda adquirir personas de cualquier nacionalidad.

Para el etiquetado externo o etiquetas, la información debe ser legible y debe contener la composición del textil, la marca del producto, describir la materialidad del producto (Guachilema & Logacho, 2016, págs. 34-38).

2.3. Marcas referentes y/o aspiraciones

Dentro de las marcas referentes se toma en consideración modistas y marcas dedicadas a la alta costura y a diseños de vestidos con utilización del drapeado en las telas, en orden de

importancia a nivel Latinoamérica se considera como aspiración a la **MODISTA ISABELLA NARCHI** una modista reconocida en Brasil.

ISABELLA NARCHI



Imagen 48: Portada de colección de vestidos
Fuente: isabellanarchi.com.br, 2020

La idea nace en el año 2013, desarrollando vestidos de alta costura, busca conseguir modelos exclusivos y personalizados, sus diseños armonizan con el romanticismo, la personalidad, la sensualidad y la modernidad, está enfocada en conseguir que el vestido se adapte a la silueta del cuerpo y resaltando las partes más predominantes del cuerpo. Sus vestidos son de excelente calidad y los detalles son únicos y exclusivos.



Imagen 49: Portada de la página de la diseñadora
Fuente: isabellanarchi.com.br, 2020



Imagen 50: ejemplos de diseños de vestidos
Fuente: isabellanarchi.com.br, 2020

- **Página web:** <https://www.isabellanarchi.com.br/>
- **IG:** <https://www.instagram.com/isabellanarchi/?hl=es-la> y
- **FB:** <https://es-la.facebook.com/IsabellaNarchiCouture>

A nivel nacional se considera a la **EMPRESA POUPEE** el cual es una marca ecuatoriana, bajo la dirección creativa de Silvia y Cristina Muñoz, reconocidas por su inserción de pedrería, textiles y apliques, donde la delicadeza de cada pieza es solamente superada por la opulencia de los bordados.

POUPEE



Imagen 51: Diseñadoras Silvia y Cristina Muñoz
Fuente: poupee.com.ec, 2020

Poupée se distingue por el trabajo manual insertado en cada obra, creando ítems únicos e irrepetibles. En la actualidad, Poupée realiza ready to wear, evening wear y bridal; bajo el indicio de que cada pieza está influenciada por la singularidad de la marca.



Imagen 52: Diseño de vestidos de realizados por Poupée
Fuente: poupee.com.ec, 2020

- **Página web:** <http://poupee.com.ec/index.php> paginas
- **IG:** <https://www.instagram.com/poupeeoficial/> y
- **FB:** https://www.facebook.com/pg/poupeeoficial/about/?ref=page_internal

Otro referente a nivel nacional es **GLAMOUR “PASSARELLA SHOP”**, una empresa ubicada en la ciudad de Riobamba, en el Comercial Puruha, es una empresa que brinda asesoría de imagen personal con un proceso divertido basándose en la personalidad, edad, este servicio adicional no tiene costo adicional, y aprovechan las curvas que mejor representa al cuerpo para resaltar la imagen.



Imagen 53: Vestidos diseñados en la boutique Passarella Shop
Fuente: www.facebook.com/pg/passarellashop, 2019



Imagen 54: Ejemplos de vestidos de gala
Fuente: www.facebook.com/pg/passarellashop, 2020

- **FB:** https://www.facebook.com/pg/passarellashop/about/?ref=page_internal

Dentro de las marcas internacionales se tiene como referencia la marca Marciano ubicada en Los Ángeles California fundada en 1981, esta marca trabaja en mezclar culturas Tejanas y Marruecos, creando estilos nuevos e inspiradores, esta marca y tipo de vestidos no realizan vestidos con la utilización de draping o vestidos de alta gala, sin embargo se toma como referente por las formas seductoras que realzan al cuerpo con sus prendas, además de ser una tienda reconocida en Los Ángeles por ser sofisticada y única en sus diseños.

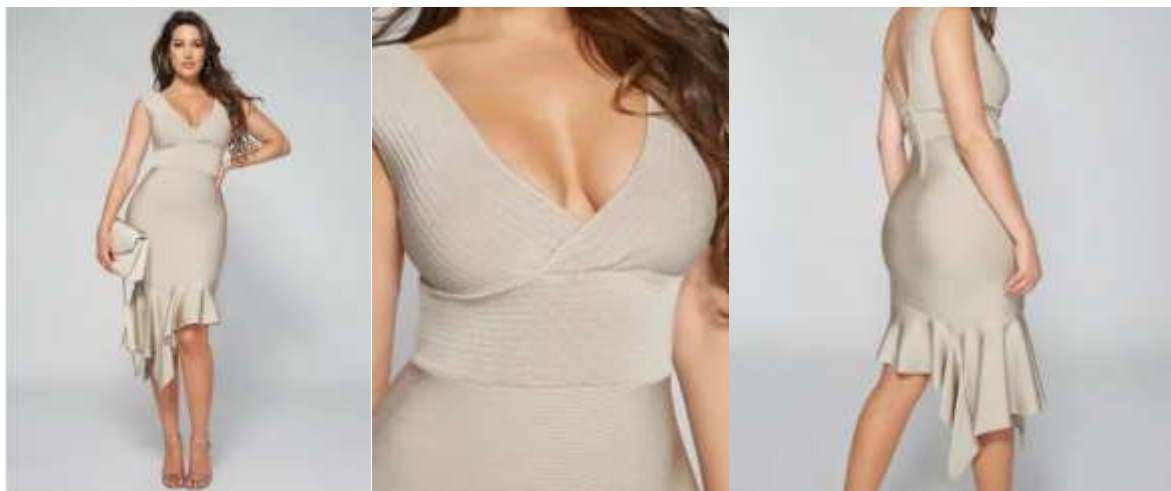


Imagen 55: Vestido Duna Sweater
Fuente: <https://guessbymarciano.guess.com>, 2020



Imagen 56: Suzana Dress

Fuente: <https://guessbymarciano.guess.com>, 2020



Imagen 57: Gisele Bandage Gown

Fuente: <https://guessbymarciano.guess.com>, 2020

- **Página web:**
https://guessbymarciano.guess.com/en/catalog/browse/women/dresses/view-all/?f_Price=0-300&page=2&sort=relevance&ajaxCat=6435
- **IG:** <https://www.instagram.com/marciano/?hl=es-la> y
- **FB:** <https://es-la.facebook.com/marciano/>

2.4. Visionario

Fabrizio Crispino



Imagen 58 Fabrizio Crispino
Fuente: donnafashionnews.it, 2013

Origen: Nápoles

Profesión: Diseñador, Estilista, patronista, diseñador de vestuario y escenógrafo.

Se considera un diseñador multipropósito, debido a la experiencia y el conocimiento de varias ramas permite crear nuevas etapas de portabilidad y comodidad, afirma: “Si quieres ser insuperable en tu trabajo, no solo debes estar preparado, estudiar nuevas técnicas y experimentar, ¡sino que primero debes amarlo!”, es un diseñador muy apasionado con su trabajo y con su vida. Su manera de trabajar, comienza con la inspiración por la noche que las transmite en un papel, este diseñador piensa que la creación de sus vestidos, son como crear a una nueva vida que está esperando nacer, utiliza pocas máquinas de coser, y trabaja más a menudo con aguja e hilos (Crispino, 2010).

Shingo Sato



Imagen 59 Shingo Sato Patronista Japonés
Fuente: Patricia Melgarejo, 2018

Origen: japonés

Profesión: Diseño de Vestuario en el Bunka Fashion.

Su fuente de inspiración es el diseñador Azzedine Alaïa, en donde aprendió a romper las reglas y a crear siluetas excelsas con otros patrones no convencionales, logrando desarrollar siluetas nuevas. “Mi técnica es alternativa. Todos los diseñadores aprendimos el método tradicional, con cálculos matemáticos. Yo no uso medidas, me manejo a ‘ojímetro’ y con la intuición. Si no, todos dibujaríamos igual” (Sato, 2018).

El método de Shingo Sato parte del diseño sobre el volumen y su adaptación a la anatomía corporal, la reproducción de formas que nacen de la misma prenda, empleando trazos y cortes específicos que aluden a la arquitectura y al espacio. Para ello, suprime las pinzas y las líneas de costura indispensables en las prendas de vestir y las reemplaza por cortes asimétricos, geométricos o circulares. Modela los tejidos como si se tratara de esculturas, y construye sus patrones con un novedoso sistema de ensamblaje. (Melgarejo, 2018)

Sato plantea un cambio en diseños de moldes, suprimiendo líneas de costura, por lo tanto, este método de patronaje o moldería aporta mucho a los jóvenes diseñadores para obtener intuición, innovación, exclusividad y técnicas personalizadas para crear propuestas, pero lo más importante aporta a la experimentación y descubrimiento de crear y cuestionarse continuamente para crear nuevos y propios métodos. Otro aspecto a tomar en cuenta es el aporte que la moda asiática le ha brindado, como crear volúmenes, drapeados diferentes, hacer corpiños en 3d sin la necesidad de pizas en el patrón, utilizando técnicas como el origami la cual es muy apreciada y utilizada en Japón, es decir “El vestido deber ser Arquitectura pura” (Sato, 2018).

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

El presente análisis es indispensable para estar al tanto de la tendencia y aspectos externos que pueden afectar al proyecto o a su vez también permitirá generar estrategias específicas acorde al consumidor teniendo un papel importante en la configuración del futuro negocio.

3.1.1. Análisis Pest

Para el desarrollo del presente proyecto integrador, enfocado a la intervención de la técnica del Draping en el diseño de Alta gala, es pertinente considera la importancia de desarrollar el análisis Pest, tomando en cuenta los aspectos políticos y económicos están enfocados en evaluar todos los cambios a nivel nacional que afecten al proyecto, dentro de los aspectos socio-culturales se deben evaluar las fuerzas que actúan en la sociedad y afectan a las percepciones del consumidor influyendo al momento de comprar y por último el aspecto tecnológico el cual se evaluara la influencia, acceso disponibilidad y presencia de la tecnología en el sector industrial, de tal manera que permita obtener información que aporte al proyecto a corto y largo plazo.

3.1.1.1. Entorno político

Este aspecto está enfocado en la intervención del gobierno ecuatoriano en la industria textil, debido a que la confección ha tenido a altos y bajos que han provocado inestabilidad de las leyes aplicadas. En la Constitución en el artículo 276, se establece la construcción de un sistema económico justo democrático o productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo; El cual tiene como objetivo en orientar e incentivar la producción nacional y competitiva.

El gobierno aplica políticas fiscales para contribuir con el Plan Plurianual Institucional (PPI) y el Plan Anual de Inversión (PAI) siendo una ayuda para la industria teniendo resultados a corto, mediano y largo plazo; las políticas que fomentan a la productividad es el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), Contratos de Inversión, Programa Invierta Ecuador, Proyecto ECOPAIS y el Proyecto Primero Ecuador. (Ramírez, Quintuña & Cárdenas, 2017).

Entre los años 2003 al 2013 con las medidas tomadas por los gobiernos latinoamericanos y el ecuatoriano la mayoría de tendencia de izquierda, los precios de las materias primas se incrementaron en un 10.9%. Esto permitió que la economía de los países crezca en un 4% anual consiguiendo una reducción de la pobreza aparente, ya que en los años siguientes estas medidas consiguieron que la industria decrezca generando actualmente una baja de empleos no solo en la empresa privado sino también en el campo público. A partir del cambio de gobierno se nota una reactivación económica importante que genera tranquilidad al momento de invertir en un emprendimiento (Fondo Monetario Internacional FMI, 2017).

En Ecuador hasta el año 2017 y principios del 2018 existían las salvaguardas que consistía en aumentar los aranceles de importación de más de 2800 productos. Esto provocó que muchas empresas se vieran afectadas por esta medida tomada por el gobierno que incrementó el precio de las materias primas de origen extranjero. En la industria del vestido esta medida también generó una subida de precios y en consecuencia baja en las ventas ya que las telas de origen extranjero también aumentaron de precio y el costo de los vestidos se incrementó. Actualmente ya no existe estas tasas arancelarias lo que da paso a acceder a mejores materias primas a un costo razonable dentro del mercado y por ende esto beneficia a la industria de la confección (Farfán, 2017, págs. 134-146).

Concluyendo que los lineamientos políticos plantea impulsar la inversión y la compra publica como estrategia para la transformación de la matriz productiva del estado, así promoviendo la innovación y la transformación de conocimientos y tecnologías de procesos, generando así ganancias de producción a la industria textil y a partir de ello emprendimientos grandes y pequeños tendrán la oportunidad de generar cambios en su producción aplicando combinación entre materia prima importada y la que ya poseemos en nuestro país, logrando así ofertar un producto a nivel nacional e incluso internacional, pensado en la cálida y en los beneficios de la empresa, por lo tanto se contribuirá al desarrollo productivo y competitivo del país.

3.1.1.2. Entorno económico

El primer factor económico a mencionar dentro del país, es la deuda externa de Ecuador con China y Estados Unidos, cuyos fondos están enfocados a la construcción, educación, salud, para mejorar la calidad de vida del ecuatoriano, según el ministro de finanzas el Ecuador registra una deuda externa de 2.000 millones de dólares con un porcentaje de 25.7% con relación al producto interno bruto (PIB), teniendo en consideración una deuda total de 26.9%,

tomando en cuenta que esto representa un “sobreendeudamiento”. No obstante, la industria en el año 2016, enfrentó un escenario complicado, el cual fue evidente en la caída de exportaciones e importaciones por cuanto, a materia prima, así como productos textiles. Sin embargo, se conservó su aporte al PIB y una notable participación en la creación de fuentes de empleo, para el 2017 dentro del primer trimestre del 2018, algo diferente ocurrió, debido a que 2.500 millones de dólares estaban destinados a la compra de productos textiles como hilados y tejidos, y también a prestas de vestir y calzado (Espín, 2017).

Las ventas de moda a nivel mundial concluyen positivamente tras dejar un saldo favorable del 3%, por lo que sus márgenes han mejorado. El efecto de la moda ha sacado buen partido, además durante el primer trimestre del 2019 hubo un crecimiento en las ventas de 11,8%, la mayor cifra que ha sido registrada en la última década, se debe a los descuentos en colecciones de invierno y el alza progresiva de precios en colecciones primaverales. (Domínguez, 2019).

Además, en Ecuador ha presentado varios desafíos en lo referente a la industria textil, no obstante, existe un crecimiento económico del sector, dicho acrecentamiento sienta sus bases en las MIPYMES y PYMES, cuyo producto final es exportado a Venezuela en un 33%, Colombia con el 37% y Brasil con el 5% (Pro Ecuador, 2018).

No obstante, al momento se percibe demasiadas oportunidades en la expansión de emprendimientos referentes a la industria de la moda, debido a que los ecuatorianos tienen como prioridad dedicarse a la industria productiva del calzado y fabricación de prendas de vestir, obteniendo como una venta para el proyecto para crear e innovar con nuevas técnicas de prendas de vestir en alta gala.

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

El entorno socio cultural está vinculada en los constantes cambios e influencias para el cambio cultura dentro de la sociedad, también está enfocado en el comportamiento del consumidor considerando las decisiones que toma en el transcurso del tiempo y los nuevos emprendimientos que aparecen con el tiempo.

El Estado se obliga a promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva (Articulado 5.4). Al generar investigación y difusión de las industrias culturales y creativas, la economía de la cultura y otros ámbitos de información que visibilicen el aporte económico de la cultura a nivel nacional, estimulando la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la

distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional. (Senplades, 2017).

Ecuador divide a su sociedad en 5 categorías socio-económicas, categorizados como A, B, C+, C-, D. A está representado por el grupo de personas con mayor poder adquisitivo, en donde el 1.9% de la población pertenece a esta categoría; B, con una ganancia de menor cantidad, aunque no deja de tener un poder adquisitivo alto el 11.2% pertenece a este grupo; C+ representa a un segmento poblacional medio con buenos ingresos, el 22.8% está incluido en este grupo. C- representa a un grupo cuyos ingresos son bajos figura el 49.3%; por último, el estrato D, representa a personas que no adquieren ingresos económicos y está conformado por el 14,9%. (INEC, 2012).

En base a lo mencionado. La jerarquización social y culturas inclinadas por el consumo determinan que comprar y donde dependiente de la economía del consumidor, por el cual muchos ecuatorianos escogen fechas específicas para comprar productos en gran cantidad, por lo tanto, para festividades, fechas importantes, bodas etc., el uso del vestido de gala es muy importante, pero difícil de conseguir debido a que no hay la talla correcta y no se adaptan al cuerpo.

Por ello es importante saber que el vestuario relacionado con la moda no solo nos protege de las inclemencias del tiempo sino también mantiene la privacidad del cuerpo, pero la moda va mucho más allá ya que cumple funciones en nuestras vidas relacionadas con lo estético, social y sexual. (Jenkyn, 2005, pág. 25).

Es decir, las formas de vestir que escoge cada ser humano, están cargadas de información, lenguaje que es transmitido libremente, la moda permite a diferentes grupos de persona pertenecer a un grupo cultural, de estatus, profesión, musical etc. Lo que conlleva que las empresas se adapten ante nuevas necesidades de entrega y producción que el consumidor desea en la actualidad.

Lo que conlleva a utilizar nuevas técnicas para construir modelos innovadores y únicos, que tomen menos tiempo de producción y aumente el nivel de aceptación y compras, es por ello que dentro del proyecto la técnica del draping combinado con la alta gala es una técnica que combinara nuestro pasado y presente, desarrollando parámetros de exigencia en la construcción y evolución del diseño de alta gala que se adapte a la silueta del ser humano, tomando en cuenta

que esta técnica se adapta de forma exacta al cliente, permitiendo a su vez que ideas innovadores y estilos diferentes ingresen con facilidad a la sociedad, haciendo viable adaptarnos en la industria textil.

3.1.1.4. Entorno tecnológico

El Ecuador cuenta con tecnología avanzada para industria textil, debido a que como antes ya se mencionó, es la industria con más demanda dentro del país, contando con maquinaria computarizadas y gran variedad de textiles importados y exportados.

El Foro Económico Mundial, ha informado que los negocios, infraestructura, políticas y regulaciones de algunos países de América Latina, incluyendo al Ecuador, así como la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos, es necesario para desarrollar y asimilar tecnologías. Con el mismo propósito, llevan un importante retardo con relación a sus similares Estados Unidos, Europa y Asia. (CEPAL, 2008).

SISTEMAS ÓPTIMOS PARA EL PROCESO INDUSTRIAL DE DRAPING

Considerando lo antes menciona, se puede destacar que dentro del proyecto el uso de la técnica del draping consiste en estructurar la prenda directamente sobre el cuerpo humano o también se lo aplicara en escaparates, y por ser una técnica muy innovadora existen diferentes sistemas que contribuyen y facilitan a los diversos procesos de producción con la utilización de esta técnica como son:

Gerber Technology es una empresa mundial que realiza sofisticados sistemas automatizados, para agilizar diversos procesos en el campo textil e industrial. Uno de los más valiosos programas es:

- **AccuMark:** Es un software de diseño y anidado, que permite el desarrollo de patrones asistido por un ordenador. AccuMark admite a los diseñadores aplicar sus propios talentos, técnicas y creatividad.

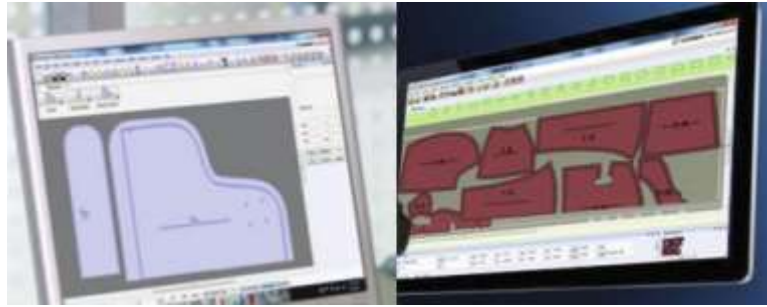


Imagen 60 Sistema Gerber
Fuente: gerbertechnology.com

El sistema cuenta con complementos como “ GERBERdigitizer Xld o AccuScan ”, que permiten ingresar los patrones básicos y rígidos al sistema AccuMark mediante la digitalización; en el caso de GERBERdigitizer Xld, se lo realiza mediante una mesa digitalizadora y un control que señala los puntos del patrón mediante coordenadas; en cambio el sistema AccuScan captura los patrones con una cámara digital de alta calidad o un escáner de escritorio o de gran formato. (Gerber Scientific Inc., 2013)



Imagen 61 Sistema de Digitalización
Fuente: gerbertechnology.com

- **AUDACES:** Es un programa parcialmente nuevo en el mercado que agiliza los procesos industriales textiles, proporcionando ventajas de rapidez y competitividad.
 - **Audaces Patrones:** Realiza patrones que posteriormente se los podrá modificar y escalar, obteniendo un control sobre el molde que facilita su uso y precisión. Adicional a estas funciones cuenta con el sistema de digitalización que permite ingresar los patrones mediante un tablero y cámara digital. (Audaces, 2013).



Imagen 62 Sistemas Audaces
Fuente: gerbertechnology.com

- **OPTITEX SOFTWARE THAT FITS:** Es un sistema que mejora el flujo de trabajo en la industria de la moda conectado al diseño y producción, permitiendo crear patrones interactivos. Dicho sistema cuenta con un “Diseñador en 3D Pista” que sirve para visualizar las creaciones antes de ser realizadas, además tiene el software Optitex Digitalizar que permite ver los patrones en la pantalla mientras se va digitalizando o a su vez los captura mediante una cámara digital. Trabaja todo tipo de contornos y marcar internas, asignando a las piezas cualquier otra información necesaria. (Audaces, 2013).



Imagen 63 Sistemas Audaces
Fuente: www.optitex.com

Evidenciando que estos sistemas tecnológicos son óptimos para industrialización de patrones para la técnica del draping, tomando como aliado a los nuevos softwares de digitalización el cual permite escalar, modificar, cambiar, transformar y multiplicar piezas para su posterior realización.

3.2. Tendencias de consumo

La tendencia de consumo trata del comportamiento del consumidor, conociendo sus intereses, necesidades al momento de comprar, en la actualidad el consumidor requiere realizar compras rápidas y eficaces, esto beneficia bastante al proyecto debido a que muchas mujeres ya no pierden el tiempo buscando de boutique en boutique, sino más bien buscan productos en línea, y que sean originales, en base al blog del diseñador, por lo tanto se puede realizar el producto creando una marca y exhibiéndolo en redes sociales y en la boutique, para que luego el consumidor decida si se acerca al local o comprar en línea.

Las tendencias de consumo en el Ecuador se basan en el comprometimiento de las marcas con causas sociales, la transparencia digital de sus plataformas y la calidad de contenido (de preferencia videos) del que disponga la marca. La sociedad ecuatoriana continúa evolucionando en el consumo, compra y manejo de medios digitales, habiendo multiplicado del 2% al 10% la cantidad de usuarios que realizan transacciones online, lo que es excelente para el desarrollo del comercio digital. El 63% del total son mayores de 24 años quienes registran el 92% de ingreso e interacción en redes sociales vía dispositivos móviles. En

términos de usuarios de redes sociales en Ecuador, se evidencia un crecimiento importante para el caso de Instagram y Facebook manteniéndose como las redes sociales predominante. *Información obtenida del Diario el Universo.*

La importancia del contacto post-compra es el servicio que se da a los clientes y que es de suma importancia, la experiencia que tenga al momento de adquirir un producto es un plus, esto va a incidir en si el cliente regresa o no para adquirir otro producto, tener una facilidad de contactarse con ellos y siempre ofrecerles las nuevas cosas, o lo que este recién llegado en las tiendas les da un valor agregado a las mismas. (Pérez, 2017).

La importancia de la venta física y online facilita al consumidor tener más disposición de comprar, teniendo la oportunidad de testear el mercado antes de realizarlo y así mantener organizado los productos de exhibición y de producción, con el fin de conocer clientes a través de redes y producir sus productos en base a sus requerimientos.

3.2.1. Segmentación del mercado potencial

Para la segmentación de mercado, se ha considerado la clasificación de subconjuntos de consumidores, manifestando características comunes y la selección de un segmento particular permitiendo conocer la realidad del consumidor. Para la selección se toma en cuenta ciertos factores que permiten delimitar de mejor manera el mercado y a los clientes potenciales; de tal forma que permita canalizar óptimamente los productos a desarrollarse.

Tabla 2
Segmentación del mercado

Variable Demográfica	
Sexo	Femenino
Edad	18 a 35 años
Estado civil	Sin restricción
Variables Socio Económicas	
Nivel de educación	Nivel superior
Ingresos	Entre 200 a 1000 dólares
Clasificación por estrato social	Nivel A y B
Ocupación	Profesionales, Emprendedoras independientes y privados

Variable psicográfica

Personalidad Amable, responsable y extrovertida

Estilo de vida Es una persona neo tradicional, evoluciona dentro de un entorno fluyente e influyente con mayor sensibilidad y flexibilidad en cuanto a lo tradicional, manteniendo un punto de equilibrio entre lo tradicional y nuevas propuestas del contemporáneo, preservando el gusto por la etiqueta, pero sin rigor.

Intereses Se enfoca en su familia, trabajo y amigos.

Gustos Mantiene un equilibrio entre lo clásico e innovador, siendo sensible con estéticas modernas.

Variables conductuales

Prioridades Tiene como prioridad a su familia, amigos y la responsabilidad en su trabajo.

Beneficios Adquisición de diseños innovadores dentro de la industria de la moda sin perder el estilo clásico.

Situación del cliente Trabajador, emprendedor y responsable con el entorno que lo rodea.

Frecuencia de uso Ocasiones especiales.

Actitud hacia la marca Mantiene lo clásico y lo nuevo de una manera original, buscando productos limitados con calidad.

Variables Geográficas

Continente Sudamérica

País Ecuador

Región Sierra

Provincia Tungurahua

Ciudad Ambato.

Descripción de la segmentación del mercado tomando en cuenta diferentes variables que ayudan a comprender más sobre los clientes

3.2.2. Análisis del sector y del mercado de referencia

La industria de la moda es la que más dinero mueve por todo el mundo, según la Consultora Global Investor titulado la “Moda: Mas allá de la indumentaria.”. Actualmente la moda ha llegado a superar los 1.3 billones de dólares en el año 2015 y presenta continuamente productos nuevos e innovadores, los países que contribuyen notablemente a la industria de la moda, en

América Latina son, Argentina y Brasil; por otro lado, en Perú y Colombia, desarrollan productos textiles, sin embargo, su trabajo es desarrollado para otras marcas.

Por otro lado, el Ecuador tampoco se queda atrás en la industria de la moda y menos en el diseño enfocado a la alta gala, el cual en el pasado esta indumentaria representaba a la clase alta, simbolizando el poder que cada uno tenía en diferentes épocas, en la actualidad la alta gala, representan elegancia y son utilizados en ocasiones especiales como bodas, cumpleaños, fiestas formales, eventos sociales, cenas de trabajo o navidad, lanzamiento de eventos o elección y desfiles de reinas etc.

En el Ecuador existen varias marcas que se dedican al diseño de alta Gala como es la empresa **Luxe**, ubicada en la ciudad de Quito, la cual diseña vestidos exclusivos, y únicos por talla, en algunos casos diseñan vestidos personalizados acorde a la ocasión.

Otra marca es **Dcache** también ubicada en Quito, es una tienda de alquiler y venta de vestidos de alta gala, tienen colecciones para todo tipo de eventos, reinado, matrimonio, graduación, etc. Por otra parte, la marca **TATY**, ubicada en Ambato, Guayaquil y Quito, se puede adquirir diversidad de vestidos de Alta gala, los mismos que son realizados con diferentes materiales e insumos, sus costos varios entre los 100 dólares a 250 dólares. Otra marca es **SECRET'S** ubicada en la ciudad de Ambato, quienes también trabajan con diseños de vestidos de Gala, para niños, mujeres y hombres de alta edad, de un estatus social alto, sin embargo, lo llamativo de este almacén es que usan sus vestimentas para exhibir en maniqués lo que con lleva a pensar en la factibilidad del proyecto al momento de querer exhibirlo y utilizar varios diseños sobre el maniquí.

Sin embargo, a pesar de que Ecuador existen tiendas dedicadas a la alta gala, ninguna de ellas habla sobre la técnica del cuerpo y la experimentación de la tela con varios modelos en el cuerpo, es por ellos que se toma como competencias por los diseños y detalles de sus vestidos de alta gala, y no por la técnica utilizada.

3.2.3. Índice de saturación del mercado potencial

En lo que se refiere al comercio mundial de textiles está liderado por los países de la Unión Europea y China, con una participación de 77.4% y 38.2% para el año 2020. En cuanto a las importaciones mundiales de textiles reportadas por la Organización Mundial de Comercio, los países líderes son: Unión Europea (41%); Estados Unidos (13%) y China (10%). (INEC, 2010).

En Ecuador existen tres grandes grupos de actividades que componen el sector textil Manufactura, Comercio y Servicios. Las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura. Mientras que en las actividades de Servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la Reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al Lavado y limpieza de productos textiles y de piel. Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura las de mayor producción. El personal total ocupado de las actividades relacionadas al sector textil asciende a 115.937 personas (68.215 mujeres y 47.722 hombres). En los establecimientos de comercio se encuentran ocupadas 62.352 personas, en Manufactura 46.562 y en servicios 7.023. (Censo Nacional Económico, 2010).

En la provincia de Tungurahua un gran porcentaje de personas se dedican a las actividades relacionadas con el sector textil. Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. (Proecuador, 2012).

La fabricación de textiles y prendas de vestir forman parte de la Industria Manufacturera del país. En los últimos 11 años, este sector ha mantenido una participación promedio de entre 1% y 2% en el PIB total, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador. En cambio, dentro de la industria manufacturera, su participación promedio es de alrededor del 15,87% con respecto al PIB. (Infoeconomía, 2012).

En Ambato existe una población de mujeres de 15 a 19 años con un total de 14.945 de 20 a 24 correspondiente a 14,385 y de 25 a 29 años con un total de 11.809 con un total de 28.192 en un rango de 15 a 29 años (INEC, 2010), tomando en cuenta que el proyecto está enfocado en un sector potencial, con posibilidades de tener un emprendimiento rentable por cuanto al alto intervalo de datos.

3.2.4. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

El mercado seleccionado para el desarrollo del presente proyecto es en la ciudad de Ambato, lugar donde también se realizará el campo de investigación e indagación contextual para

conocer más a profundidad lo que el público objetivo desea. Adicional a lo mencionado también se toma en consideración a los locales **SECRET'S Y TATYS**, quienes son tiendas famosas por vender vestidos de alta gala para diferentes ocasiones.

Sin embargo, el presente proyecto está enfocado en el diseño de la alta gala utilizando la técnica del draping lo cual ninguna de estas dos referencias lo han utilizado o han adquirido mercadería de este tipo, por ello esta ventaja es un punto a favor para el proyecto, ya que esta técnica, nos dará un valor agregado, diferenciándose de los otros. Así mismo, se tomará como tiendas estratégicas que puedan exhibir vestidos de alta gala con menos esfuerzo y diferentes modelos con la misma tela, siendo un proyecto con un valor simbólico propio pensado para el usuario que lo va a usar y para los usuarios que lo van exhibir.

3.3. Análisis interno

Este punto es importante, porque se explora a la competencia, la posición de costos y la viabilidad competitiva del mercado, además de ser un análisis necesario porque permite ser usado para desarrollar objetivos de planificación estratégica para sostener y hacer crecer un emprendimiento con nuevas visiones en cuanto a moda se refiere.

3.3.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Tabla 3
Análisis de recursos propios y disponibles

Análisis de recursos propios y disponibles	
Recursos humanos	El equipo de recurso humano estará compuesto por el investigado y diseñador de moda, las modelos para la realización de la técnica del draping sobre el cuerpo, y a su vez se contará con un diseñador gráfico y publicitario para la creación de la marca, quien a su vez colaborará con diferentes tipos de estrategias de marketing y publicidad para poder dar a conocer este proyecto.
Recursos Económicos	Para el desarrollo del presente proyecto, los recursos económicos se obtendrán directamente del autor y familiares, tomando en cuenta que se financiará y distribuirá el dinero para la obtención de materia prima, confección, comercialización, diseño de marca, publicidad y alianzas estratégicas con diferentes empresas o tiendas.

Recursos de materiales

La materia prima se obtendrá de empresas textiles como Valentina y La sevillana que se encuentran en Quito o Guayaquil, de igual forma se contará con maquinaria, insumos y herramientas que agilicen el proceso del producto.

Otro de los locales proveedores para los recursos del proyecto es el Local RNUÑEZ el cual se dedica a la moda e innovación desde 1982 están localizados en la Av. Bolivariana, y su sucursal en la primera imprenta y Tomás Sevilla en la ciudad de Ambato, esta empresa es importadora de material para la confección de ropa y calzado. Es una empresa que inicio con los propietarios Ramon Núñez y Rosa Acosta quienes empezaron realizando calzado, con materiales de cuero, suela, etc. Con el tiempo y debido al cambio de moneda en la época de la dolarización deciden viajar a Colombia para conocer sobre productos innovadores y traerlos al Ecuador, desde ahí nace la idea de aumentar el mercado y obtener productos también de china, con el fin de tener insumos que sirvan para alta costura, bolsos y calzado.

Infraestructura

El proyecto se realizará en la residencia propia que se encuentra en la ciudad de Ambato, lugar donde se producirá y se venderá el producto a través de una campaña en redes sociales y alianzas con boutiques o tiendas de venta de tela para uso sobre el cuerpo o maniquís en exhibición de un escaparate.

Descripción de recurso propios y disponibles tomando en consideración recursos humanos, económicos, materiales e infraestructura.

3.3.2. Análisis Cadena de valor

La cadena de valor fue implementada por Michael Porter con el objetivo de permitir realizar el análisis interno de una empresa, a través de sus desagregaciones en sus principales actividades generadoras de valor. Lo que conlleva a identificar mejor sus fortalezas y debilidades, además de conocer las potenciales ventajas competitivas y costos asociados a cada actividad.

3.3.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

Este eslabón da a conocer los procedimientos que se debe realizar al momento de desarrollar la investigación para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta que el principal objetivo es conocer los diferentes factores de comportamiento y aceptación del cliente, con el fin de que el proyecto tenga la mayor aceptación posible y sobre todo sea pensando en el usuario.

1. **Generar una idea:** todo proyecto empieza con una idea y en este proyecto trata de la “Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping”.
2. **Definir la población:** se establece el lugar de estudio que es en la ciudad de Ambato tomando en cuenta a mujeres de 18 a 35 años.
3. **Proceso de indagación contextual:** para este punto el objetivo es documentar lo que el cliente hace realmente, en lugar de lo que dice que hace, tomando en cuenta dos tipos de técnica: la observación y entrevistas no estructuradas.
4. **Realización de Experimentación:** es este punto se realizada una presentación a un grupo focal de mujeres de contextura diferente de 18 a 35 años, con el fin de conocer el proceso de la técnica del draping sobre el cuerpo en el diseño de la alta gala, y a si observar cómo se comportan, ¿qué piensan?, ¿qué dicen?, ¿qué les gustaría? Etc. Este proceso será guiado con el fin de facilitar la recolección de información.
5. **Registro de resultados:** se analizará las respuestas mediante un informe escrito, con sus resultados sobre los diferentes factores que aportaran al proyecto y ayudaran a encaminarlo con el fin de diseñar un producto en base del consumidor.
6. **Factibilidad del proyecto:** al ser un proyecto original y nuevo en base a los puntos anteriores, se definirá la factibilidad y la aceptación del proyecto.

3.3.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

La investigación es vital para cualquier proceso de diseño ya que ofrece las bases sobre las cuales construir y desarrollar los resultados creativos perseguidos. La investigación incluye inicialmente rastrear y recopilar ideas antes de empezar a diseñar; constituye una herramienta esencial en el proceso creativo y sirve para ofrecer inspiración e información y para dar a la colección una dirección tanto creativa como narrativa. (Seivewright, 2013, pág. 6).

Es importante conocer el mercado textil que se tiene a disposición para la construcción de vestidos de alta gala, con el fin de que su elaboración este pensado en el grupo objetivo, la categoría social, los gustos, preferencias y tendencia del proyecto, por lo tanto, se toma como proceso 4 puntos fundamentales para este eslabón.

La materia prima compone todos los elementos que han atravesado un proceso de transformación hasta convertirse en un producto final óptimo para el consumo, por lo tanto, se considera a la planeación, en el cual consistirá en organizar y determinar que textiles serán los más óptimos para el desarrollo de la propuesta, una vez que se haya concluido con este punto se procede al estudio del mercado obteniendo la suficiente información sobre donde adquirir los materiales, los precios y la calidad del material.

Adicional a esto se plantea también la adquisición de maquinaria, implementos de costura, insumos y bordado con el fin de obtener los materiales necesarios para la elaboración del proyecto, y al momento de adquirí todo lo necesario se continua con la producción la cual inicia con la creación de algunos ejemplares para la futura comercialización.

3.3.2.3. Eslabón de producción

Este punto trata sobre los procedimientos productivos, que van por etapas o fases continuas, las cuales los insumos sufren ciertas modificaciones o transformación y dan lugar a un producto final que cumpla con las necesidades del proyecto y usuario, logrando un producto original de calidad. La obtención de materia prima se registrá en los siguientes parámetros:

Se inicia con el proceso de diseño (bocetaje) el cual en donde se detalla el modelo mediante dibujos ilustrados de la colección a desarrollar, es importante tomar en cuenta la intervención textil al obtener la materia prima teniendo en cuenta si es preciso realizar intervenciones textiles acorde al modelo diseñado como, por ejemplo, añadir bordado a un tul lleno.

A partir de los antes mencionados se realiza el procedimiento de experimentación se lo realizara de forma directa con el textil que se va a utilizar, considerando que el textil posea propiedades idóneas, procediendo a experimentar diferentes modelos en el cuerpo, para definir la colección y una vez terminado este proceso se procede a la identificación y selección de la materia prima final a utilizar, considerando materiales que sean

utilizadas para la técnica del draping y óptimas para la alta gala, tomando en cuenta a distribuidoras textiles y distribuidoras de insumos.

Concluyendo con la elaboración y confección del diseño sobre el cuerpo, tomando en consideración la guía de construcción que el usuario obtendrá al momento de adquirir el producto, además considerar como parte fundamental del proyecto el control de calidad tomando como referencia una ficha o especificaciones técnicas en donde se detalla el modelo, el material, el acabado, accesorios, etc. Con el fin de disminuir por completo los defectos y desarrollar un producto que sea maleable para el usuario al momento de adquirirlo.

3.3.2.4. Eslabón de comercialización

Este eslabón es último, pero no menos importante, debido a que de este punto depende el éxito de la comercialización del producto, se considera los valores y el concepto de la marca los cuales aportan a que a futuro el producto quede en la mente del grupo de mujeres selectas en este proyecto.

Como primer paso, se toma en consideración la presentación y etiquetado del producto en el que se realizara el diseño de branding mediante la misma línea grafica acorde al concepto del presente proyecto, se determinará el diseño de packaging y el etiquetado en donde se detallara el uso y tratamiento del textil para su durabilidad, el siguiente proceso es la asignación de precios dependiendo la colección o modelo, esto se obtendrá mediante un cuadro de valores que especifica los gastos de materiales insumos, maquinarias, mano de obra, diseño, etc. Para obtener un precio justo en donde tanto diseñador como usuario sean beneficiados.

Como tercer proceso se toma en consideración los canales de distribución del producto que formaran parte de las alianzas estrategias para la venta o uso de maniquís en exhibición de un escaparate. Es importante también considerar a la publicidad en redes sociales para la difusión del producto, tomando en consideración a Facebook e Instagram que son las redes sociales más utilizadas y con mayores beneficios para la sociabilización y ventas del producto, además se considera también realizar charlas o capacitaciones sobre la técnica del draping y el uso en el diseño de vestidos de galas, ya que por ser un tema nuevo en nuestro país y provincia requiere de más tiempo para darse a conocer.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

El estudio del público objetivo es una herramienta de investigación que proporciona datos acerca de lo que piensa, hace y requiere el consumidor, con la finalidad de obtener un producto que cumpla con los requerimientos del cliente. Por lo tanto, el presente proyecto está enfocado en integrar la técnica del draping en el diseño de vestidos de alta Gala.

Por lo tanto, se define como a público objetivo a mujeres de 18 a 35 años, ubicadas en la ciudad de Ambato. En la cual tomamos como segmento a la clase con más alto nivel de vida, tomando en consideración mujeres con profesión y trabajos estables e independientes.

Las características importantes para el perfil del consumidor son mujeres con estado civil sin restricción, independientes y emprendedoras, con mente abierta para el cambio, con gustos innovadores y estéticos sensibles a lo moderno. Como se ha mencionado las mujeres elegidas tienen un estilo de vida neo tradicional, evoluciona dentro de un entorno fluyente e influyente con mayor sensibilidad y flexibilidad en cuanto a lo tradicional, manteniendo un punto de equilibrio entre lo tradicional y nuevas propuestas del contemporáneo, preservando el gusto por la etiqueta, pero sin rigor.

Para el proceso de estudio, se tomará en cuenta el proceso de indagación contextual tomando en consideración el enfoque cualitativo y cuantitativo, tomando en consideración para el método cuantitativo una encuesta de preguntas estructuradas divididas en 3 secciones, con el fin de conocer primero a nuestro entrevistado, comprobando que se cumple con el target asignado dentro del proyecto, la segunda parte es sobre la variable dependiente “Alta Gala” con el fin de conocer la frecuencia de usos, la aceptación, la silueta y la experiencia al adquirir este producto y por último y no menos importante, se realizara preguntas sobre la variable independiente para conocer si conocen “la técnica del draping” y cuál será su aceptación dentro del mercado.

Después de este análisis se tomará en cuenta el enfoque Cualitativo para conocer las cualidades del producto en el usuario en base a fichas de observación grabando el proceso de colocación del vestido utilizando la técnica del drapeado para conocer ¿qué piensan?, ¿qué dicen?, y ¿qué les gustaría?.

4.1.1. Modelo de Encuesta

El instrumento para realizar el presente trabajo es mediante una encuesta porque permite tomar datos directamente al público objetivo que son mujeres entre los 18 a 35 años de edad, mediante un cuestionario, de esa forma tener datos estadísticos verídicos.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA



TEMA: “Alta gala: una intervención a partir de la técnica del draping”

OBJETIVO: Conocer e investigar al público objetivo para comprender las opiniones y actitudes que tienen con respecto a la técnica de draping en vestidos de alta gala.

INSTRUCCIONES: Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, todo lo cual nos permitirá un acercamiento a la realidad concreta de la situación actual. *Si su respuesta dentro de la encuesta es OTRO (Por favor especifique)*

Datos Personales

Nombre y Apellido:

Edad:

- Ocupación:**
- Estudiante
 - Profesional
 - Emprendedora
 - Trabaja para otros
 - Otro:

Email:

Vestidos de Alta Gala

1. ¿Cómo define con sus propias palabras un vestido de alta gala?

2. ¿Con que frecuencia utiliza vestidos de alta gala?

- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Casi Nunca
- Nunca

3. ¿En qué ocasiones utiliza los vestidos de alta gala? (si se requiere puedes señalar varias opciones)

- Reinados
- Fiestas o eventos de etiqueta
- Reuniones importantes
- Bodas - Graduaciones - Bautizos
- Otro:

4. ¿Qué tipo de silueta en el vestido le gusta más? (si se requiere puedes señalar varias opciones)



Línea A



Princesa



Columna



Imperio



Trompeta



Otro

5. Cuando usted se dirige a comprar un vestido de gala ¿Cómo es en general su experiencia?

- Extremadamente Satisfecha
- Muy Satisfecha
- Modernamente satisfecha
- Poco satisfecha
- No Satisfecha
- Otro:

6. Al momento de conseguir un vestido de Gala con diseño exclusivo ¿Qué tan difícil fue para usted adquirirlo?

- Muy Difícil
- Difícil
- Neutral
- Fácil
- Muy Fácil
- Otro:

7. ¿Cuánto paga como mínimo y como máximo el diseño de vestidos únicos?

8. ¿Ha comprado vestidos de Alta Gala en tiendas online?

- Sí
- Solo en tiendas Físicas
- Solo por catálogo (bajo pedido)
- Adquiero mis vestidos por Diseñadores de Moda
- No
- Otro:

9. Al comprar vestidos en línea o bajo pedido ¿Cumplen con sus expectativas o tienen problemas con que el vestido que se adapte a su cuerpo por ser tallas o muy grandes o muy pequeñas?

10. Actualmente, ¿Cuál es su tienda favorita al momento de comprar ropa? ¿Por qué?

Técnica del Draping

1. ¿Conoce usted sobre la técnica del Draping en vestidos de gala?

- Sí
- No
- Tal vez

Observa el vídeo Demostrativo sobre la técnica del Draping, para que pueda conocer sobre esta técnica y su maravillosa ventaja en los vestidos de Gala.



Link: https://www.youtube.com/watch?v=kwkFM8fpusc&feature=emb_logo

Concepto: Es una técnica de manipulación textil que consiste básicamente en plegar tela para confeccionar un vestido de Gala, permitiendo adaptación a distintos tipos de cuerpo (según el cuerpo). Se obtienen prendas hermosas con un “aire” glamuroso que pueden ser armadas al instante y del mismo se puede obtener varios modelos.

2. Después de la demostración sobre la técnica del Draping ¿Conocía usted esta técnica?

- Sí
- No
- Otro:

3. Después de conocer sobre la técnica ¿Estaría dispuesta a adquirir un modelo de alta gala utilizando el draping en sus diseños?

- Sí Tal vez
 No Otro:

4. ¿Le gustaría comprar un vestido que contenga una guía sobre su armado contando varios modelos en uno solo?

- Muy tedioso no lo compraría
 ¿Varios diseños en uno solo?, fabuloso, amo su originalidad
 Si la guía es fácil de aplicar, claro que si

5. ¿Qué criterio utiliza para seleccionar un vestido al momento de salir a comprar?

	Extremadamente importante	Importante	Modernamente importante	Poco importante
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exclusividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por diseños exclusivos y personalizados utilizando la técnica del Draping?

- 100 - 200 400 - 500
 200 - 300 Otro:
 300 - 400

7. ¿En dónde le gustaría adquirir este tipo de vestidos?

- Tienda Física del diseñador "Boutique"
 Tienda online "Instagram - Blog - Pagina web"
 Catalogo
 Otro:

8. Finalmente queremos conocer tu criterio sobre esta técnica ¿Cuál es tu opinión de este proyecto después de conocerlo? ¿Tienes alguna sugerencia?

4.1.1.1. Selección de Muestra

Para la muestra se tomará en cuenta los datos que nos proporciona el INEC en el 2010, el tamaño de la muestra se calcula después de analizar el público objetivo de mujeres entre 18 a 35 años de edad, con educación culminada secundaria (22.594), superior (13.557) y posgrado (263) de la zona Urbana del cantón Ambato.

➤ **Población Total:** 36.414 mujeres

Debido a que la población es muy extensa se procederá a realizar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

- **n**= Tamaño de la muestra
- **N**= Universo del estudio (36.414 personas)
- **E**= error de muestra (10%=0.10)

$$n = \frac{36.414}{0.10^2(36.414 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{36.414}{0.10^2(36.413) + 1}$$

$$n = \frac{36.414}{365.13}$$

$$n = 70$$

La muestra para la investigación es de 70 mujeres de la ciudad de Ambato entre 18 a 35 años de edad.

4.1.2. Modelo de ficha de observación

OBJETIVO: Conocer las necesidades físicas y cognitivas del público objeto de estudio, analizando y observando el comportamiento y pensamiento dentro del proceso y presentación de la técnica del draping, con el fin de que el investigador llegue a tener una experiencia directa con el público objetivo.

Tabla 4
Cuadro de Indagación contextual

CUADRO DE OBSERVACIÓN INDAGACIÓN CONTEXTUAL	
Población objeto de estudio:	
Edad: Entre – hasta	
Enfoque	Descripción a observar
¿Qué piensan y dicen?	Analizar las expresiones y pensamientos al momento de aplicar un ejemplo de construcción en el cuerpo utilizando la técnica del draping con el fin de conocer que piensan y que dicen sobre lo mostrado en el proceso de experimentación
¿Qué imaginan y sueñan?	Conocer sus expectativas, ¿que tienen? y ¿qué les gustaría obtener?, es decir, en este aspecto se profundiza una relación del investigador con la experiencia del usuario.
¿Que sienten?	Conocer su estado físico, enfermedades, preocupaciones diarias, apegos, sentimientos como por ejemplo el rechazo o sentirse insegura al ponerse el vestido o con su cuerpo, etc. Para poder tomar en consideración para los futuros diseños.
Emociones	
Características del usuario	<p>Visceral: está enfocado netamente en lo estético o apariencia, provocando emociones como el disgusto y el mejoramiento conductual y autoestima por la emociones causadas del producto según Donald Norman “los objetos que nos resultan atractivo funcionan mucho mejor”, también menciona que nuestro cerebro produce reacciones que vienen determinadas no solo por lo bien que el vestido pueda funcionar sino que además se toma en cuenta su aspecto, lo atractivo que puede ser o los recuerdos que puede llegar a invocar.</p> <p>Dentro de este ítem a observar, encontraremos el comportamiento, emociones y pensamientos del usuario con respecto al vestido de alta gala utilizando la técnica del draping, apoyándonos en los tres aspectos de emociones de diseño del autor Donald Norman.</p>

Conductual: se refiere al uso y la experiencia con el producto, para ello se debe tomar en cuenta el rendimiento, la función, la sensación física, tomando en cuenta que la comodidad, tranquilidad, y rendimiento que provocan una experiencia mejor.

Reflexivo: cubre la racionalización y la intelectualidad de un producto, es decir, la satisfacción personal, y memorias que produce el producto, por lo tanto, no solo hace que una persona se sienta realizada, si no también mejore su autoestima y confianza al adquirirla.

Corporal

Se toma en cuenta varios aspectos como la contextura de las personas, los movimientos con el vestido, la postura al usar el vestido etc.

OBSERVACIÓN

Esto se logrará a través de registro fotográfico y el análisis de cada uno de los aspectos antes mencionado.

4.2. Técnica de estudio

Cualicuantitativa: Este estudio es cuantitativo porque busca manifestar los hechos con datos numéricos mediante la recopilación de información, tabulación de datos y presentación de cuadros estadísticos, además el enfoque cuantitativo consiste en medir conjuntos de variables o cantidades y su relación entre sí. En este enfoque utilizaremos como recursos observación tomando en consideración la interpretación y análisis de los datos recopilados en la reunión con los grupos focales, conociendo la cualidades y pensamientos del público determinado.

4.2.1. Elaboración e interpretación de los datos | Modelo de Encuesta

OBJETIVO: Conocer e investigar al público objetivo para comprender las opiniones y actitudes que tienen con respecto a la técnica de draping en vestidos de alta gala.

Datos Personales

Nombre y Apellido

Dentro de la encuesta se toma en consideración que las entrevistadas sean personas que cumplan los requerimientos de la segmentación del mercado, como es el ejemplo de varias reinas como:

- **Raizza Anilema:** Miss Earth Chimborazo, 1era finalista de Miss Continente Americano Ecuador, Reina del Carnaval Binacional ECU-PE, Miss Elegancia y Miss Confraternidad CAE.
- **Nicole Garzón:** Sr Gobierno Municipal Ambato 2020, Reina de Ecuadental 2020 y Miss fotogénica 2020.
- **Kimberly Ortega:** Candidata Miss New Yersi.
- **Carla Izurieta:** Reina de la carrera de laboratorio clínico UTA 2019 – 2020.
- **Evelyn Veloz:** Candidata a Reina de Ambato 2017, Miss Classic International 2017, Reina de la FDAA 2018 y Candidata Reina de la UTA 2018.
- **Valeria Yépez:** Reina de Baños 2012.

Tomando en consideración que existen más entrevistas de reinas y concursantes de reinados como por ejemplo Monserrat Proaño, Belén Tirado, Valeria Yépez, Francis Villacis, etc. Que

en base a su opinión se puede determinar algunos parámetros que definirán el proceso de la construcción de propuesta.

Edad:

El público objetivo definido es de 18 a 35 años, tomando en consideración su estatus económico, es decir, un extracto social de Nivel A y B por lo tanto se subdivide a las edades en dos rangos, de 18 a 24 – 25 a 30 – Mayores de 30 años, teniendo como resultado los siguientes datos.

Tabla 5
Cuadro de Interpretación Pregunta: Edad

Opciones	N°	%
18 a 24 años	41	58,60%
25 a 30 años	22	31,40%
Más de 30 años	7	10%
TOTAL	70	100%

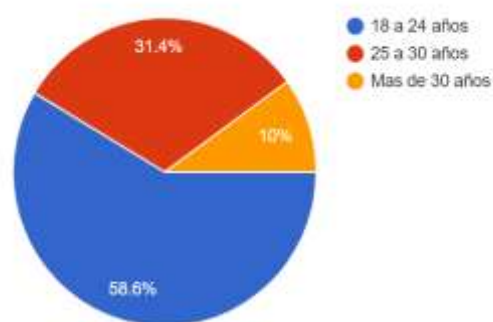


Gráfico 1 Interpretación circular de resultados Pregunta Edad

En base a los datos representados en un cuadro y grafico se determina que la entrevista realizada cumplió con los requerimientos del proyecto, el cual es conocer lo que piensa y conocen sobre el tema personas de rangos de edad de 18 a 37 años.

Ocupación:

Tabla 6
Cuadro de Interpretación Pregunta: Ocupación

Opciones	N°	%
Estudiante	38	54,30%
Profesional	21	30,00%
Trabaja para otros	8	11,40%
Emprendedora	1	1,40%
Docente	1	1,40%
Ama de casa	1	1,40%
TOTAL	70	100%

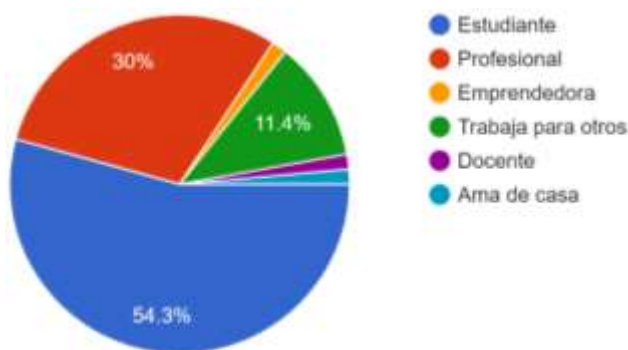


Gráfico 2 Interpretación circular de resultados Pregunta Ocupación

Vestidos de Alta Gala

1. ¿Cómo define con sus propias palabras un vestido de alta gala?

Tabla 7

Cuadro de Interpretación Pregunta: Definición de alta gala

Comentarios	Nº	Porcentaje
Elegante	22	31,50%
Costura y calidad alta	15	21,50%
Único y Exclusivo	11	15,75%
Largo y Sofisticado	5	7,15%
Glamuroso	5	7,15%
Vestido hecho artesanalmente con diseños especiales y acabados de costura de alta calidad - Un vestido de alta calidad tanto en materiales como en su producción, es decir, elaborado a mano en un 70% - Indumentaria realizada a partir de textiles e insumos de alta calidades y una mano de obra impecable.	3	4,35%
Un vestido de alta gala, se lo define único e incomparable por sus detalles y textiles impregnados en el mismo para diferenciarlo de los que se puede adquirir en el mercado popular.	1	1,40%
Es un vestido elegante y Strapless.	1	1,40%
Elegancia, hecho a mano, pedrería y transparencia, vestidos con siluetas, tipo princesa, imperio y sirena entre otros.	1	1,40%
Diferencia, glamour, comodidad, donde refleje la personalidad de cada persona, además de que estilice la figura dependiendo de la forma del cuerpo de cada persona.	1	1,40%
Definitivamente largo, con un detalle único, o puede ser tan sencillo, no extravagante. Va desde su costura su diseño y materiales de primera que se debe aplicar o usar para estos vestidos sin dejar aún lado su diseño.	1	1,40%
Consideraría que en mi medio el vestido de alta gala es usado únicamente para reinados o eventos formales como matrimonios como máximo. Entonces defino el vestido de gala como una indumentaria elegante.	1	1,40%
Vestido que usas en ocasiones especiales que muchas veces solo lo usaras una vez Debe ser un vestido generalmente largo, elegante, complejo, pero no exuberante o cargado. Debe ser acorde a la ocasión y a la personalidad y estilo de la persona que lo usa. Debe tener muchos detalles cuidados con atención y un sabor único.	2	2,80%
El vestido de gala es una prenda de vestir exclusiva para eventos importantes ya sean de día o de noche estos vestidos son largos y algo costosos por lo general estos vestidos adquieren personas para reinados o para asistir a eventos de Gran importancia.	1	1,40%
	70	100,00%

En base a la investigación y a las definiciones expuestas por parte del público objetivo entrevistado, se determina que muchas de ellas, definen que un vestido de alta gala, es elegante,

costoso, único, personalizado, utilizado para eventos de reinados, matrimonios o eventos de etiquetas. En otras palabras, muchas de las mujeres que emitieron su opinión concuerdan con el autor (Lando, 2009): “El vestuario de gala representa el género más lujoso dentro del ámbito del vestir”. Tomando en consideración que el lujo y la elegancia son características que representan a la alta gala, considerando aspectos de diseño como texturas, colores, forma, movimiento, originalidad en el diseño, que también complementan a la originalidad del vestido, el cual se utilizara en eventos sociales, bodas, elección de reinas, celebración etc.

2. ¿Con que frecuencia utiliza vestidos de alta gala?

Tabla 8

Cuadro de Interpretación Pregunta: Frecuencia de uso

Opciones	N°	%
Frecuente	1	1,40%
Ocasionalmente	36	51,40%
Casi nunca	30	42,90%
Nunca	3	4,30%
TOTAL	70	100%

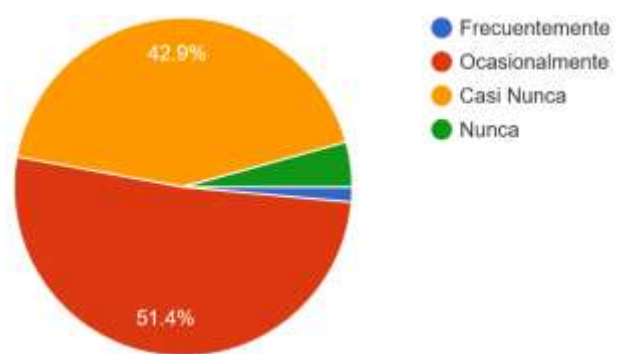


Gráfico 3 Interpretación circular de resultados Pregunta Frecuencia de uso

Conocer esta pregunta, ayuda a establecer la frecuencia de uso, siendo así que el 51,40% de las entrevistadas lo utilizan ocasionalmente, el 42,90% casi nunca, tomando en consideración que muchas de ellas afirmaron que lo utilizan para eventos especiales, sin embargo Raizza Anilema, es la única persona dentro de esta encuesta que afirmó usar frecuentemente ya que ella está constantemente en concursos de belleza y reinados, y además dentro de su ambiente social ella debe siempre destacar y estar elegante, esto complementa la investigación planteada y afirma que el uso del vestido de gala es más utilizado en reinados y ese podría ser el nicho de mercado al cual la investigación se estaría enfocando.

3. ¿En qué ocasiones utiliza los vestidos de alta gala?

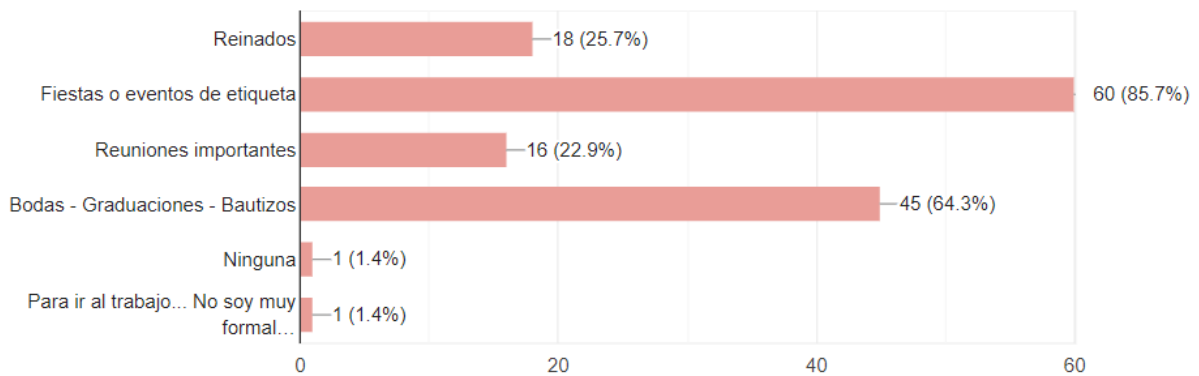


Gráfico 4 Interpretación de resultados Pregunta: Utilización del vestido de gala

Otras de las preguntas que fundamentan el proyecto, es conocer en que ocasiones el público objetivo utiliza los vestidos de gala, complementando a la pregunta anterior y definiendo otro nicho de mercado, como es la elaboración de vestidos de gala para fiestas o eventos de etiqueta (85,70%), las bodas – graduaciones – bautizos (64,30%), Reinados (25,70%) y eventos importantes (22,90%), los cuales no siempre son utilizados ya que estos tipos de eventos se realizan por fechas importantes y en ocasiones especiales.

4. ¿Qué tipo de silueta en el vestido le gusta más?

Tabla 9

Imágenes de ejemplos de siluetas de vestidos en orden de resultados



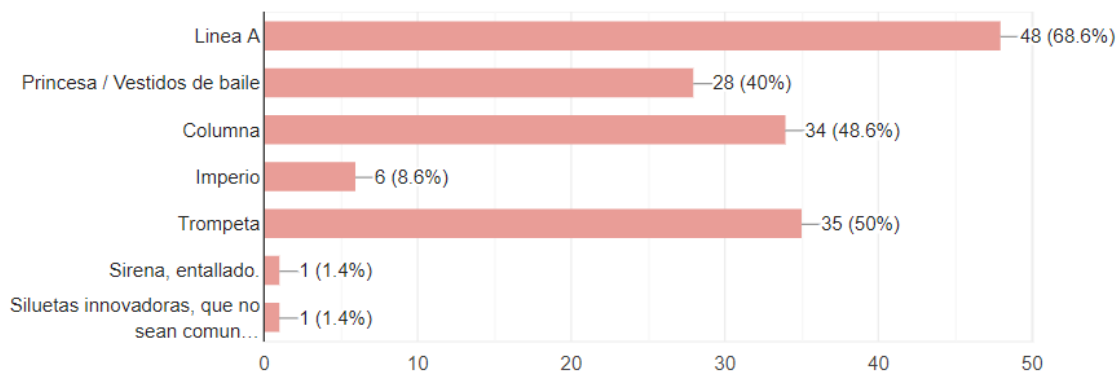


Gráfico 5 Interpretación de resultados Pregunta: Siluetas de vestidos

Los estilos de siluetas son muy importantes ya que se encargan de adaptarse a la forma del cuerpo esto permite que la silueta tenga sensualidad, sofisticación y elegancia, por ello una de las primeras siluetas que al público objetivo le encanta y se siente cómoda es la silueta en **FORMA DE A (68,60%)**, debido a que *entalla la cintura o las caderas con naturalidad formando una letra A en mayúscula*.

Entre las otras siluetas mencionadas en esta entrevista es **TROMPETA (50%)** que tiene un efecto sutil que permite ajustes en la cadera y se abre hasta abajo, *aportando a la elegancia y suavidad*. **COLUMNA (48,60%)** debido a que su *silueta es muy delgada y recta y permite que la tela se detenga exactamente en donde predominan las curvas*, siendo una silueta que aporta a la sensualidad.

Otras siluetas tomadas en cuenta son la de **PRINCESA O VESTIDOS DE BAILE (40%)**, por ser muy llamativas y voluminosas, muchas de las entrevistadas les gusta este tipo de siluetas por ser dramáticas y de ensueños y finalmente la silueta **IMPERIO (8,6%)**, por tener un corte romántico y favorecedor al momento de definir la silueta debajo del busto, sin embargo, muchas no se sienten conformes con este tipo de vestidos porque no definen el cuerpo.

5. Cuando usted se dirige a comprar un vestido de gala ¿Cómo es en general su experiencia?

Tabla 10

Cuadro de Interpretación Pregunta: Experiencia de compra

Opciones	Nº	%
Extremadamente Satisfecha	1	1,40%
Muy Satisfecha	15	21,40%
Moderadamente satisfecha	32	45,70%
Poco satisfecha	17	24,30%
No satisfecha	3	4,30%
Los confeccionó, nunca encuentro uno a mi medida, o que cubra mis expectativas de forma o de precio	1	1,40%
No los compro, si desearía alguno, lo haría.	1	1,40%
TOTAL	70	100%

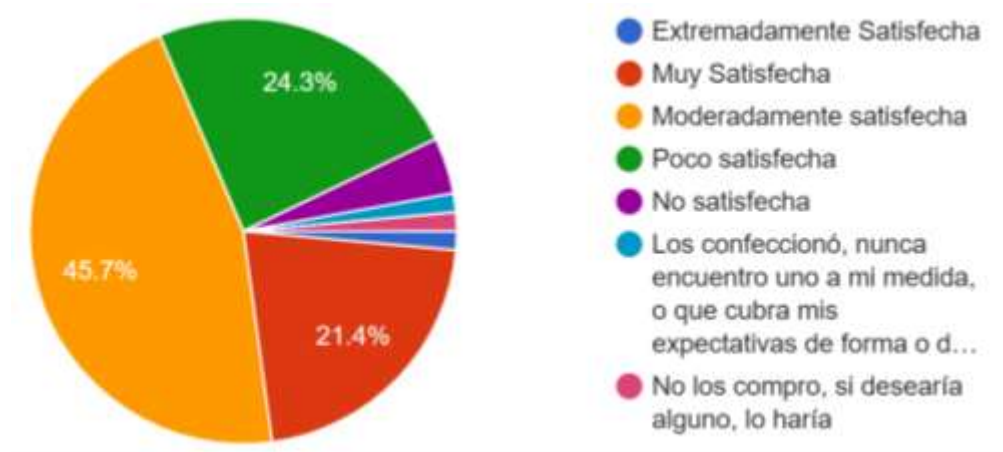


Gráfico 6 Interpretación circular de resultados
Pregunta: Experiencia de compra

El objetivo de esta pregunta, es conocer con exactitud como el consumidor se siente al momento de adquirir un vestido de alta gala en la ciudad de Ambato en Ecuador, y en su gran mayoría con el **45,70%**, al momento de comprar un vestido de gala se ha sentido **MODERADAMENTE SATISFECHA** y el **24,30% POCO SATISFECHA**, el **21,40% MUY SATISFECHA**, dentro de los comentarios negativos se encuentra que varias personas confeccionan sus propios vestidos ya que no encuentran vestidos a su medida, a su silueta o no cubre sus expectativas, lo que con lleva a cuestionar la siguiente pregunta:

6. Al momento de conseguir un vestido de Gala con diseño exclusivo ¿Qué tan difícil fue para usted adquirirlo?

Tabla 11

Cuadro de Interpretación Pregunta: dificultad de conseguir un vestido de alta gala

Opciones	Nº	%
Muy Difícil	18	25,70%
Difícil	30	42,90%
Neutral	17	24,30%
Fácil	2	2,90%
Muy Fácil	2	2,90%
Yo lo diseño y busco a alguien que copie mis ideas para que lo confeccione	1	1,40%
TOTAL	70	100%

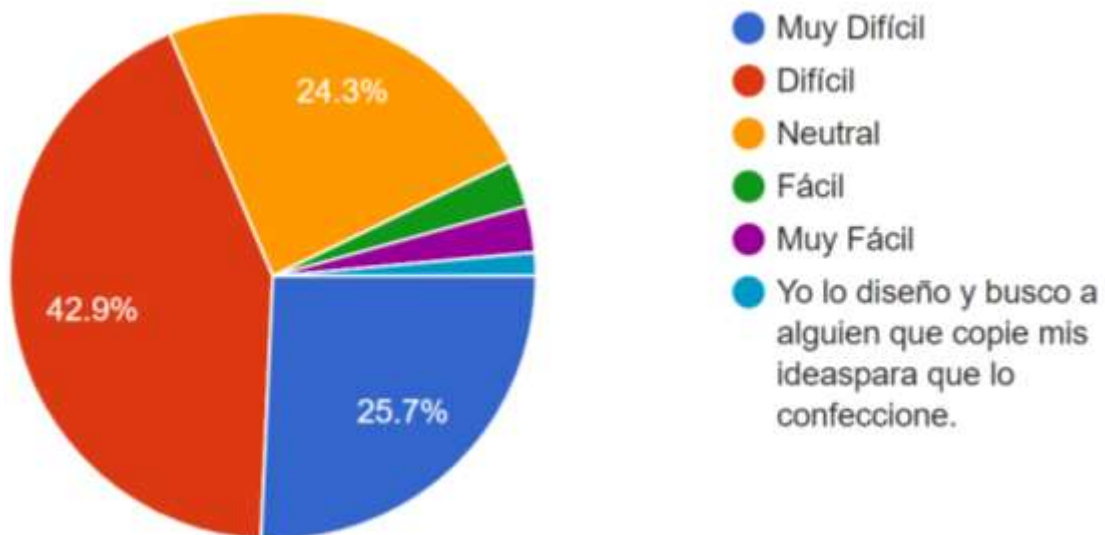


Gráfico 7 Interpretación circular de resultados
Pregunta: dificultad de conseguir un vestido de alta gala

Esta pregunta permite entender un poco más a profundidad porque las chicas encuestadas se sienten moderadamente y poco satisfechas al momento de adquirir sus vestidos de gala, esto se debe a que no cumplen con sus expectativas, deseos y sueños, por ello encontrar diseños personalizados, únicos y exclusivos **ES MUY DIFÍCIL ADQUIRIRLO (42,90%), Y MUY DIFÍCIL (25,70%),** y el **24,30%** afirma que la adquisición **ES NEUTRAL**, ni difícil ni fácil, ya que no buscaron vestidos tan exclusivos sino más bien lo que este a la mano para adquirirlo, solo el **2,90%** afirmo que conseguir un vestido de alta gala exclusivo es **FÁCIL O MUY FÁCIL** debido a que cuentan con sus propios diseñadores o confeccionistas, lo que permite *concluir que el proyecto está enfocado a crear diseños exclusivos y no repetitivos el cual permita a la clienta sentirse única y autentica.*

7. ¿Cuánto paga como mínimo y como máximo el diseño de vestidos únicos?

El preguntar abiertamente cual es el mínimo y máximo a pagar por un diseño de vestidos únicos y exclusivos que se adapta a la personalidad de la cliente, permite conocer con mayor precisión y de manera abierta cuál es su economía y su disposición.

Dentro de los comentarios más relevantes son de **Raizza Anilema** “Depende de la ocasión y el vestido, para los eventos de reinado hasta \$500 dólares, si es para mi boda hasta \$3000 dólares por ser un día especial”, **Cristina Segura** “adquiero mis vestidos por Diseñadores de Moda y estoy dispuesta a pagar como min. \$400 y máx. \$1000 dólares”. **Nicole Naranjo** “Mínimo \$1500 Máximo \$2500”.

Obteniendo como resultado que el **MÍNIMO A PAGAR ES DE 50 DÓLARES A 150 DÓLARES** y el **MÁXIMO A PAGAR ES DE 200 A 500 DÓLARES**, sin embargo algunas mencionan que podrían pagar un máximo de 500 a 2500 dólares, según las encuestadas, esto se debe a que el precio va a variar según el detalle, *el país, el diseñador, la tela, la calidad y el evento al que vayan asistir*, tomando en cuenta que son mujeres que *utilizan ocasionalmente* y debido a ello *están dispuestas a pagar lo que sea necesario para verse bien y exclusivas con su diseño*, es decir resaltar en el evento y ser el centro de atención.

8. ¿Ha comprado vestidos de Alta Gala en tiendas online?

Tabla 12

Cuadro de Interpretación Pregunta: Compras Online

Opciones	Nº	%
Si	8	11,40%
Solo en Tiendas Físicas	22	31,40%
Solo por catálogo (bajo Pedido)	2	2,9%
Adquiero mis vestidos por Diseñadores de Moda	5	7,10%
No	33	47,10%
TOTAL	70	100%

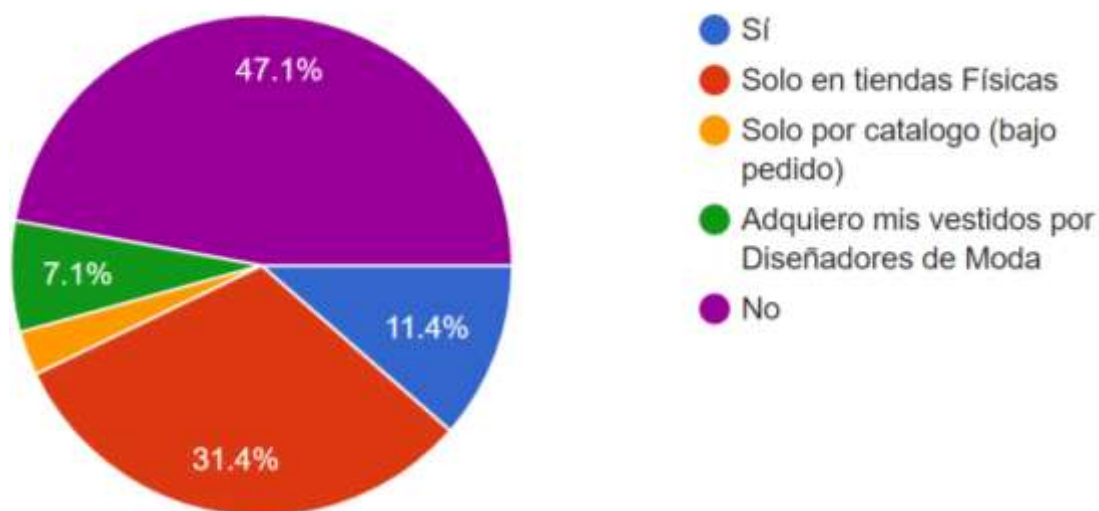


Gráfico 8 Interpretación circular de resultados
Pregunta Compras Online

Cada pregunta cumple con el objetivo de ayudar a determinar los diferentes lineamientos que el proyecto tendrá para cumplir con las necesidades y requerimientos del público objetivo, es por ello que esta pregunta, permite entender cuál será el mejor lugar para poder vender el producto, debido a que en la actualidad la tecnología se apoderado en las compras online a través de tiendas virtuales.

Por lo tanto, se obtuvo como resultado que al adquirir vestidos de gala el 47,10% no compra en línea, el **31,40% adquiere sus productos en tiendas físicas**, el **7,10% trabaja directamente con diseñadores de modas**, y solo el **11,40% compra en línea** y el **2,9% compra por catálogo (bajo pedido)**. Lo que con lleva a las dos siguientes preguntas para conocer la experiencia de compra en línea o catálogo y en que tienda física adquieren su producto.

9. Al comprar vestidos en línea o bajo pedido ¿cumplen con sus expectativas o tienen problemas con que el vestido que se adapte a su cuerpo por ser tallas o muy grandes o muy pequeñas?

Se emitió 70 comentarios de experiencias positivas y negativas, las cuales en su gran parte las experiencias tratan de que no cumplen sus expectativas debido a que son “Son muy grandes”, “las tallas son de otro país, con estaturas que superan el 1,70”, “nunca cumplen expectativas”, “problemas en las telas”, “no cumplen las expectativas”, “mala calidad”.

Dentro de los comentarios más relevantes son de **Raizza Anilema**: “En general vestidos casuales y otro tipo de ropa que pido online siempre tiene un margen de error en calidad, talla, costura, es muy difícil adquirir algo que realmente sea lo que promocionan”.


Doménica Zurita: “mi vestido de graduación lo pedí por wish, y no era como la foto. Tuvimos que hacerle muchos arreglos para que me quede. También pedí 2 más por ebay que se perdieron”. **Belen Neumeister**: “No, por eso nunca compro en línea. Me gusta probarme todo antes de comprar así sea del diseñador más famoso del mundo tengo que probarme primero, porque ya he tenido malas experiencias”. **Débora Estévez**: “Los vestidos que compro en línea no soy originales, y corro el riesgo de que alguien más lo lleve puesto.

Concluyendo que el producto del proyecto, no se podría adquirir vía online debido a que las necesidades y requerimientos de cada persona son distintas, es decir peso, talla, estatura, etc. Por ello se debe considerar páginas de difusión online y realizar los diseños personalizados y bajo pedido.

10. Actualmente, ¿cuál es su tienda favorita al momento de comprar ropa? ¿Por qué?

Es importante conocer en donde el público objetivo compra vestidos de gala, o para eventos importantes, con el fin de analizar si este tipo de tiendas son competencia para el proyecto, por lo tanto, dentro de las respuestas obtenidas tenemos varias marcas locales e internacionales como son:

Tabla 13
Interpretación de tiendas de vestidos

TIENDAS NACIONALES	
Nombre y Logo	Opiniones
<p>Exquisit boutique</p> 	<p>Es una tienda dedicada a la venta de outfits, zapatos y vestidos para mujeres y niñas, también se dedica a la venta de vestidos de novias, quinceañeras y fiestas, están ubicados en la ciudad de Ambato y tienen sucursales en Riobamba y Latacunga.</p> <p>En base a los datos recopilados en esta tienda se puede encontrar vestidos baratos y de gran variedad, además de ser pocos comunes y recibir una buena atención.</p> <p>Link: https://exquisitboutique.com/</p>

Taty Boutique

Es una tienda de Fashion trends de Moda femenina. Retail ropa y calzado de mujer. En base a los datos recopilados esta tienda tiene una gran variedad de diseños y estilos así que se tiene varias opciones de siluetas y tallas.

Link:

<https://www.instagram.com/tatyboutiqueec/?hl=es-la>

Charlestong Megafashion

Una empresa ambateña con más de 35 años en el mercado local y nacional, importando y confeccionando ropa con la mejor calidad, dando una imagen de estilo y gusto por el buen vestir.

Se puede encontrar vestidos con diseño a precio cómodo y brindan el servicio de reajuste en la prenda.

Link:

https://www.facebook.com/pg/charlestongmegafashion/about/?ref=page_internal

POUPÉE

Es una marca ecuatoriana, bajo la dirección creativa de Silvia y Cristina Muñoz, reconocidas por su inserción de pedrería, textiles y apliques, donde la delicadeza de cada pieza es solamente superada por la opulencia de los bordados.

Poupée se distingue por el trabajo manual insertado en cada obra, creando ítems únicos e irrepetibles. En la actualidad, Poupée realiza ready to wear, evening wear y bridal; bajo el indicio de que cada pieza está influenciada por la singularidad de la marca.

Link:

<https://www.instagram.com/poupeeoficial/>

D'gala

D'Gala se especializa en personalizar vestidos de novia y traje de novio y así entregarles un modelo exclusivo y personalizado. Es una tienda con gran variedad y sobre todo hay tallas pequeñas en varios modelos a veces es muy difícil conseguir.

Link:

<https://www.dgala.com.ec>

Ely Juma

Es una marca de ropa ecuatoriana ambateña y sus diseños son exclusivos. Con textiles de muy buena calidad, realizan indumentaria para dama.

Link:

<https://www.facebook.com/ELI-JUMA-LINEA-MODA-940157129497278/about/>

Pasarela Shop

Es una empresa que brinda asesoría de imagen personal con un proceso divertido basándose en la personalidad, edad, sin costo adicional, aprovechan las curvas que mejor representa al cuerpo para resaltar la imagen. Su lema es “No es lo mismo vestir para acudir a una reunión de negocios que a tomar un café con los amigos”, Están capacitados para asesorar en cualquier cambio de imagen.

Link:

[facebook.com/pg/passarellashop/about/?ref=page_internal](https://www.facebook.com/pg/passarellashop/about/?ref=page_internal)

Diva-Divo

Ropa de moda importada desde Los Ángeles, CA., tiene 25 años al servicio y están ubicadas en Riobamba. Tienen Excelentes precios, modelos exclusivos. Se caracteriza por ser exclusivo y por tener modelos que no se repiten, en especial tienen modelos de diseñadores.

Link:

<https://www.instagram.com/almacendivadivo/>

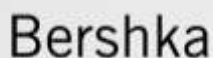
TIENDAS INTERNACIONALES

Zara

Es una empresa española de venta de ropa cuya sede principal está en la ciudad de La Coruña, Galicia. La compañía fue fundada en 1975 por Amancio Ortega y Rosalía Mera, es una empresa que tiene como lema “Si un diseño no se vende bien en una semana, se retira de las tiendas, se cancelan los pedidos y se busca un nuevo diseño”, por ello tiene un estilo sencillo y juvenil que resalta.

Link:

<https://www.zara.com/ec/>

Bershka

El target de Bershka es un público Millennials y Generación Z, es más, una firma de Low Cost que se adapta al estilo de la generación adolescente que vaya llegando, dispone de Looks arrasadores, atrevidos y muy salvajes, cuenta con una variedad de vestidos modernos.

Link:

www.bershka.com

Tommy Hilfiger

Es una Herencia estadounidense con un toque moderno con los últimos looks.

Link:

<https://usa.tommy.com/en/>

Rita Boutique

Marca mexicana, donde realizan vestidos para eventos de etiquetas, bodas y eventos especiales.

Link:

<https://www.facebook.com/pg/Ritaboutiquesalvatierra/photos/>



Tienda ubicada en Ecuador, Colombia y Costa Rica, agrega a sus colecciones lo casual y lo urbano, está pensado para mujeres preparadas y realizadas.

Link:

<https://www.koaj.co/ec>



Es una tienda que ofrece vestidos de vendaje para mujeres, vestidos maxi y midi, vestidos sin tirantes, vestidos de cóctel, vestidos formales, vestidos de suéter, monos y vestidos más sexys.

Link:

<https://guessbymarciano.guess.com>

American Eagle



Es una marca que representa la individualidad, libertad y diferencia, nacida en 1977, dispone de vestidos, mini vestidos, midi y maxi, y casuales.

Link:

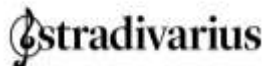
<https://www.ae.com/intl/en/x/women/dresses/casual-dresses?pagetype=shp>

Abercrombie
Abercrombie
& **Fitch**

Abercrombie & Fitch es la principal fuente de estilo americano sin esfuerzo. Todo comenzó en 1892 cuando David Abercrombie abrió un emporio de indumentaria y ropa en Nueva York para portar productos para los entusiastas del aire libre adinerados. En 1904, Ezra Fitch se convirtió en socio, y la compañía ha estado creciendo desde entonces. Hoy, A&F conserva su espíritu pionero original, creando un estilo duradero que continúa evolucionando. Dispone de vestidos casuales y monos.

Link:

<http://www.abercrombie.com>

Stradivarius Ecuador


Moda en constante movimiento. Su esencia se basa en el glamour y el estilo que una mujer desea adquirir. El espíritu de Stradivarius es femenino, fresco y creativo. Una moda en constante movimiento que tiene como esencia el glamour y el estilo que la mujer Stradivarius lleva a la calle.

El espíritu de Stradivarius es fresco, femenino y creativo, su ropa es buena, juvenil, barata.

Link:

www.stradivarius.com



Es una de las marcas argentinas de indumentaria femenina vanguardista que se encarga del diseño y producción de toda la ropa que necesita una mujer de pies a cabeza. Lo revolucionario de Mishka son sus diseños, románticos que invitan a las mujeres a estar cómodas y con estilo a donde quiera que fuesen.

Link:

<https://www.mishka.com.ar/#>

Pull And Bear



Se fundó en 1991 con una clara vocación internacional y la intención de vender ropa a jóvenes comprometidos con su entorno que viven en la comunidad e interactúan juntos.

Jóvenes que optan por vestirse casualmente, rechazan los estereotipos y quieren sentirse cómodos con su ropa. Pull & Bear satisface esta necesidad al unir las tendencias internacionales, mezclarlas con las influencias de la moda callejera y de clubes y reinterpretar el estilo para crear prendas cómodas y fáciles de usar a precios inmejorables.

Como parte del Grupo Inditex (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe), uno de los grupos de moda más grandes del mundo, Pull & Bear tiene una red de más de 900 tiendas en 70 países diferentes.

Pull & Bear también está disponible en línea en PULLANDBEAR.COM desde varios países europeos a partir de septiembre de 2011.

Link:

<https://www.pullandbear.com/ec/>

Naf Naf



Dispone de variedad de estilos en sus prendas Naf Naf es una tribu brillante y colorida, una marca que dice mucho sobre la feminidad. Una marca que reclama, con una sonrisa, un encanto tan francés, chispeante y alegre.

Alegría de la vida, natural y un toque de locura / Naf Naf lo dice. Nunca excéntrico pero descarado, Nunca arrogante pero ambicioso, Nunca clásico, pero con clase, Nunca pretencioso pero generoso. ¡La marca Naf Naf se divierte con paradojas y hace que todo sea posible!

Link:

<https://www.nafnaf.com.co>

Según los datos recopilados, la mayoría de las entrevistadas buscan tiendas nacionales para adquirir sus prendas, sin embargo, al no encontrar lo que desean tratan de buscar marcas internacionales que se encuentren en el país para poder tener más opciones de compra como tiendas en línea como Wish, Aliexpress, Amazon y tiendas físicas que no se encuentran en páginas web como Girls For Girls, Josephine, Janeth.

Técnica del Draping

1. ¿Conoce usted sobre la técnica del Draping en vestidos de gala?

Tabla 14

Cuadro de Interpretación Pregunta: Técnica del Draping

Opciones	N°	%
Si	21	30%
No	40	57,10%
Tal vez	9	12,90%
TOTAL	70	100%

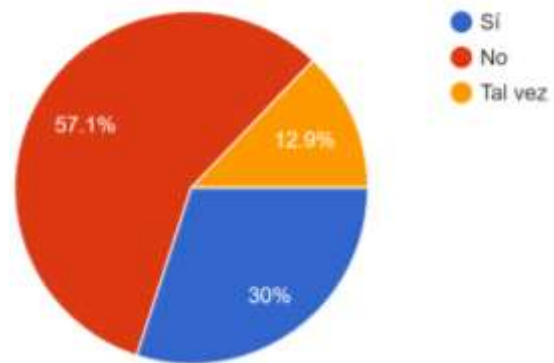


Gráfico 9 Interpretación circular de resultados
Pregunta: Técnica del Draping

Esta pregunta se realizó con el fin de conocer si el público objetivo está familiarizado con la técnica del draping o drapeado, sin embargo, el 57,10% afirman que lo desconocen y el 12,90% no está seguro. Por el contrario, el 30% afirmo conocerlo, por lo tanto, para la siguiente pregunta se presenta un video con la técnica con el fin de que las personas que dudaban reconfirmen su respuesta.

2. Después de la demostración sobre la técnica del Draping ¿Conocía usted esta técnica?

Tabla 15

Cuadro de Interpretación Pregunta: Técnica del Draping

Opciones	N°	%
Si	38	54,30%
No	31	44,30%
Si, pero no sabía que se llamaba así	1	1,40%
TOTAL	70	100%

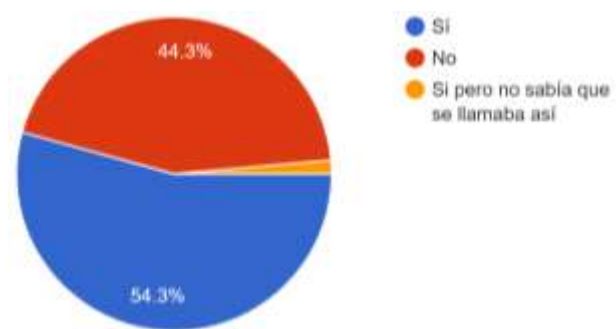


Gráfico 10 Interpretación circular de resultados
Pregunta: Técnica del Draping

Después de la demostración del video, se puede evidenciar que aumentan los encuestados afirmando que si lo conocen (54,30%) con un porcentaje de diferencia del 24,3% y otras se mantienen en no conocerlo disminuyendo casi el 13% de la población encuestada, esto a su vez permite obtener como resultado que sin duda esta técnica será algo nuevo e innovador dentro del mercado.

3. Después de conocer sobre la técnica ¿Estaría dispuesta a adquirir un modelo de alta gala utilizando el draping en sus diseños?

Tabla 16
Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica

	Opciones	N°	%
	Si	41	58,60%
	No	2	2,90%
	Tal vez	25	35,70%
Creo que el diseño de un vestido sobre todo si es bajo medida, involucran muchos factores que no se debe dejar a un lado, como son los valores, gustos y la personalidad de quien. Creo que la técnica de draping involucra mucha más de envolver telas sobre el cuerpo.		1	1,40%
Si el modelo me encanta y me queda bien si		1	1,40%
	TOTAL	70	100%

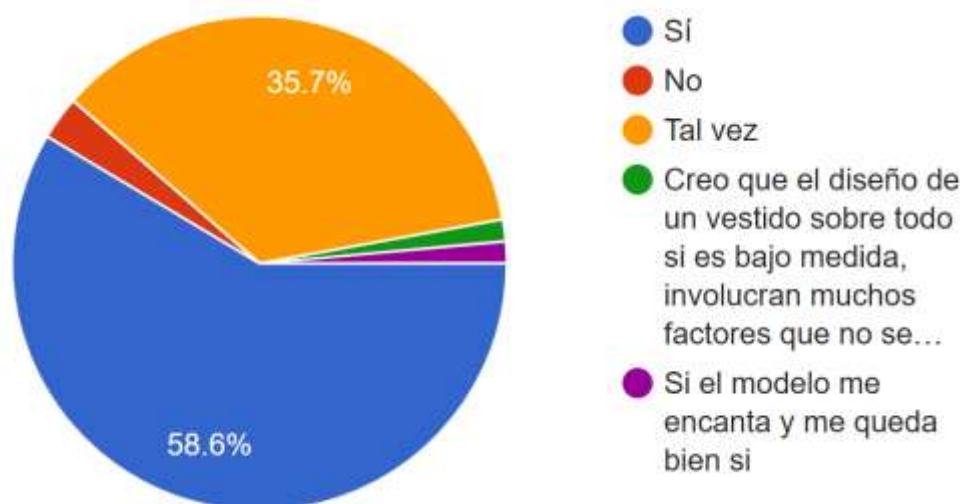


Gráfico 11 Interpretación circular de resultados
Pregunta: aceptación de la Técnica

Reconfirmando la pregunta anterior para conocer la aceptación dentro del público objetivo el 58,60% afirma que estarían dispuestas a adquirir un modelo de alta gala utilizando el draping en sus diseños, y el 35,70% duda sobre su adquisición debido a que aún no conocen bien sobre

el tema y a su vez tienen un poco de miedo por lo desconocido. El otro porcentaje restante no se animan a adquirirlo como es el caso de Cristina Paredes que menciona: “Creo que el diseño de un vestido sobre todo si es bajo medida, involucran muchos factores que no se debe dejar a un lado, como son los valores, gustos y la personalidad. Creo que la técnica de draping involucra mucha más de envolver telas sobre el cuerpo”.

4. ¿Le gustaría comprar un vestido que contenga una guía sobre su armado contando varios modelos en uno solo?

Tabla 17
Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica

	Opciones	N°	%
	Muy Tedioso no lo compraría	11	15,70%
	¿Varios diseños en uno solo?, fabuloso, amo su originalidad	31	44,30%
	Si la guía es fácil de aplicar, claro que si	28	40,00%
	TOTAL	70	100%



Gráfico 12 Interpretación circular de resultados
Pregunta: aceptación de la Técnica

Dentro del proyecto se pretende realizar una guía sobre como armar diferentes modelos con la misma tela sin necesidad de volver a buscar al diseñador o tienda en donde lo adquiero, obteniendo como resultado el 44, 30% le parece una idea fabulosa y original, el 40% afirma que la guía debe ser fácil de aplicar y sin complicaciones y el 15,70% temen a que sea muy tedioso y sea un gasto en vano.

5. ¿Qué criterio utiliza para seleccionar un vestido al momento de salir a comprar?

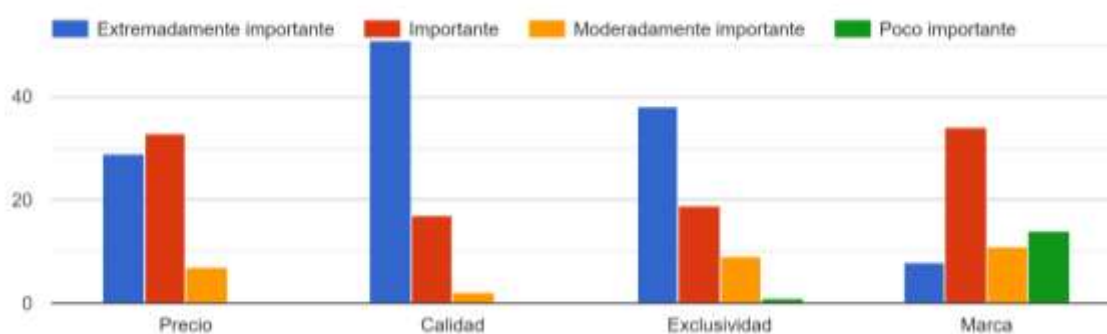


Gráfico 13 Interpretación circular de resultados
Pregunta: criterios de compra

Por lo tanto, después de conocer que la población objeto de estudio estaría dispuesto a adquirir este modelo con una guía que le complemente al uso y detalle del modelo, se toma en consideración los criterios de compra para su adquisición y de esta manera que aporte al proyecto al momento de ofertar al mercado, considerando que lo **extremadamente importante es la calidad** ya sea de la tela, del corte, del modelo o de la costura, después **se considera la exclusividad** del producto tomando en consideración su originalidad, entre los aspectos **importantes se encuentra el precio y la marca**, ya que esto son factores que después de enamorarse del modelo, se van complementando para al final adquirir el producto.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por diseños exclusivos y personalizados utilizando la técnica del Draping?

Tabla 18
Cuadro de Interpretación Pregunta: aceptación de la Técnica

Opciones	N°	%
100 - 200	29	41,40%
200 - 300	24	34,30%
300 - 400	8	11,40%
400 - 500	5	7,10%
Un vestido de alta costura cuesta sobre los \$1200 dólares	1	1,40%
Creo que el precio será acorde a los materiales usados y diseño.	1	1,40%
Menos de 100	1	1,40%
Creo que el precio será acorde a los materiales usados y diseño.	1	1,40%
TOTAL	70	100%

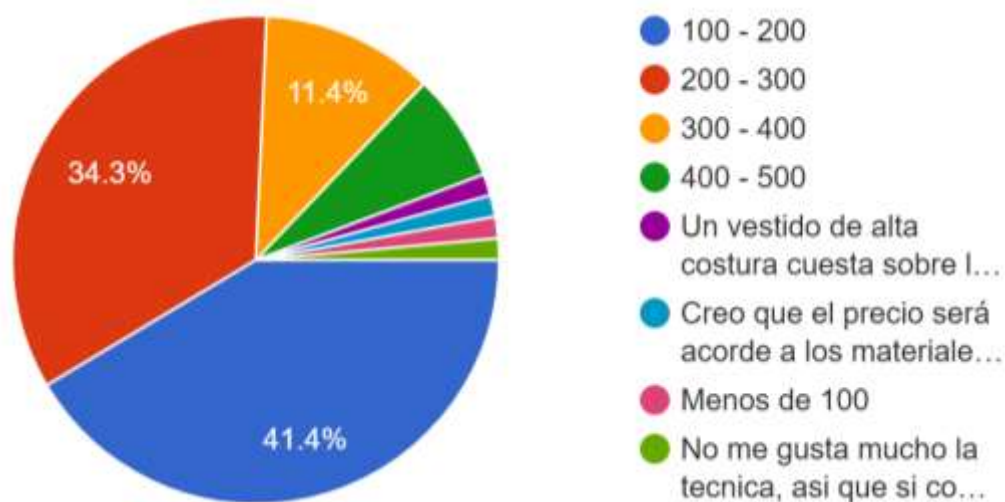


Gráfico 14 Interpretación circular de resultados
Pregunta: precios

Lo que conlleva a conocer cuánto estaría dispuesto a pagar por un modelo de alta gala con la aplicación de la técnica del draping, obteniendo como resultado que el **41,40%** estaría dispuesta a pagar el valor de **100 a 200 dólares**, el **34,30%** el valor de **200 y 300 dólares** y el **18,50%** el valor de **300 a 500 dólares**, el otro porcentaje cuestiona su valor dependiendo el detalle, el modelo, el material y el diseño.

7. ¿En dónde le gustaría adquirir este tipo de vestidos?

Tabla 19
Cuadro de Interpretación Pregunta: Adquisición de producto

Opciones	N°	%
Tienda Física del diseñador "Boutique"	60	85,70%
Tienda online "Instagram - Blog - Pagina web"	5	7,10%
Catalogo	1	1,40%
Tienda de experiencias.	1	1,40%
Todas las anteriores	1	1,40%
Me gustaría que exista una tienda online, pero también física	2	2,80%
TOTAL	70	100%



Gráfico 15 Interpretación circular de resultados
Pregunta: Adquisición de producto

A Futuro tambien se pretende plantear en el proyecto la forma de comercialización del producto y la aceptación en el mercado, por lo tanto en base a los resultados obtenidos y las experiencias de las encuestadas el **85,70% desea adquirir por medio de una tienda física propia del diseñador, y el 7,10% a través de tiendas online como "Instagram - Blog - Pagina web"**, tomando en consideración que la propuesta de marketing y difusión se realiza a través de redes sociales y la venta será física y personalizada, para lograr que el cliente tenga excelente experiencia desde la atención a la adquisición.

8. Finalmente queremos conocer tu criterio sobre esta técnica ¿Cuál es tu opinión de este proyecto después de conocerlo? ¿Tienes alguna sugerencia?

Dentro de los comentarios o sugerencias se puede evidenciar el miedo a lo desconocido en cuanto a su aplicación, uso o descontento como son los siguientes comentarios:

- **Gabriela Lara:** Seguridad porque a simple vista se ve que se pueden salir del diseño, y es operador dependiente, se necesita alguien de experiencia para cada colocación de las telas, la persona que lo adquiere tendría dificultades en su colocación.
- **María Elena Peñafiel:** Que sean cocidos jaja, Que miedo que en una fiesta estés bailando y se te afloje el vestido, y pues yo soy un poco más conservadora y tradicionalista, aunque me agrada la idea de tener dos o más vestidos por así decirlo con una sola tela. Pues los vestidos casi nunca repito en las fiestas y creo que debería probármelo y estar segura de que no se me va a caer si me lo pongo yo misma.
- **Sophia Arévalo:** Se ven muy bonitos, pero me parece muy complicado ponerse, siempre se necesita de la ayuda de otra persona, preferiría un vestido que tenga la técnica de

Draping pero que tenga costuras, ya que leí un poco y vi unos modelos super bonitos 😊 por mi parte prefiero lo más práctico para ponerme 😊 no sabría por dónde empezar.

- **Ariana Coca:** Es interesante, pero me doy cuenta en mi opinión que este tipo de técnicas va más con mujeres delgadas ya que por lo general no cubre toda la piel y para las mujeres que somos más gruesitas lo que más queremos es disimular esa piel extra 😊.
- **Samantha Ortiz:** Lindo, pero es muy tedioso al momento de entallar es conflictivo. Tomar en cuenta el volumen de los cuerpos que está Técnica añade y es un complejo que todas tienen.

En general las dudas de las mujeres es la forma de colocación, además de pensar en la textura de la mujer, ya que como mencionan varias mujeres la inseguridad con el cuerpo es un problema que casi toda mujer tiene, sin embargo, existen también sugerencias muy buenas como son:

- **Cristina Paredes:** “Si se lo va a desarrollar como se presentó en el video, considero que lo primero que afectaría es a la seguridad del uso. Además, debemos recordar que debemos estudiar el contexto social donde nos encontramos. En las mujeres de la sierra ecuatoriana existen pocas posibilidades que lo usen en comparación a una mujer de la costa. Se debe tomar en cuenta que el diseño para que sea buen diseño primero debe funcionar bien.
- **Nicole Salazar:** Es super genial esta técnica ya que se adapta a todo tiempo de cuerpo, pero con esta técnica se podría llegar también a mercados más casuales dándole un toque de glamour. Ya que en lo personal he buscado un vestido que lo llaman mil formas y no lo he conseguido, y en lugar donde vivo tampoco me lo pueden hacer, es por ello que, si sería importante e innovador realizar este tipo de prendas, para estos 2 mercados, de gala y casuales.
- **Olga Robalino:** sería bueno que se visiten las tiendas de alta costura y comparen precios para poder emitir una propuesta que se acerque a la realidad, en casa Fanny sector los bomberos en Ambato compramos hace poco un vestido de novia exclusivo y el más barato costaba \$1200 dólares, en otras boutiques de la ciudad había unos que costaban \$600 pero la calidad no era tan buena.
- **Kimberly Ortega:** En mi opinión es un proyecto muy ambicioso y eso me llama la atención, me gusta. Creo que es importante que la dueña del proyecto sea cuidadosa con

el tema de materiales y acabados, debe ser perfeccionista y buscar lo mejor dado lo contrario sería un proyecto bueno, pero mal manejado.

- **María Belén Jara:** Es una idea innovadora que no tiene tanto terreno ganado en una sociedad como la nuestra donde la gente acostumbra a comprar en una tienda física, además es una alternativa aceptable para mujeres que no se sienten satisfechas con los diseños proporcionados por determinada tienda.
- **Ximena De La Cruz:** La idea es muy buena, muy original sin embargo hay q ser cuidadosos en el tema de los diseños, Que no sean muy complicados y a su vez en mi opinión no sean como en el del video anterior que opaque el rostro de la modelo.
- **Gisela Sánchez:** Me parece una idea innovadora al crear una guía para usar de varias formas un solo vestido, estoy segura que será muy explicativo, pero si no es así como sugerencia que tenga más imágenes para explicar.
- **Dayana Cortez:** ¡Es muy importante enseñar al comprador a cómo utilizar la prenda, si no de nada servirá el diseño!


En general los comentarios y sugerencias son positivos, sobre todo resaltando las palabras: *Innovador, Original, Glamuroso, Técnica Llamativa, Extravagante, Interesante, Novedoso, Versátil, Creativo, Elegante, Exclusivo y Diferente*. Además, se debe resaltar que muchas de las sugerencias es *estudiar bien a quien está dirigido y como se lo va a ofrecer* ya que el miedo a lo desconocido prevalece y no todas se arriesgarían a comprar por las dudas e inquietudes que tiene sobre el producto y su cuerpo.

4.2.2. Elaboración e interpretación de los datos | Ficha de observación

OBJETIVO: Conocer las necesidades físicas y cognitivas del público objeto de estudio, analizando y observando el comportamiento y pensamiento dentro del proceso y presentación de la técnica del draping, con el fin de que el investigador llegue a tener una experiencia directa con el público objetivo.

Tabla 20
Cuadro de Indagación contextual

CUADRO DE OBSERVACIÓN INDAGACIÓN CONTEXTUAL	
Población objeto de estudio: Mujeres estudiantes, emprendedoras y profesionales	
Edad: 18 a 35 años con un porcentaje alto de 18 a 24 años	
Enfoque	Descripción a observar
¿Qué piensan y dicen?	<p>En cuanto a sus expresiones se mostraba mucho asombro y admiración, porque se pudo realizar dos modelos de vestidos con la misma tela y en pocos segundos, es importante mencionar que el ejemplo o experimento realizado sobre el cuerpo en las chicas, fueron modelos básicos para mostrarles rápidamente.</p> <p>Se preocupan un poco en si necesitaran ayuda de otras personas para hacerlo ya que tanto en la demostración física como del video las modelos tienen asistencia del diseñador.</p>
¿Qué imaginan y sueñan?	<p>Se imagina un vestido cómodo y fácil de armar, desean una guía que les ayude a recrear el modelo del diseñador en su cuerpo.</p> <p>Sus expectativas es tener un hermoso vestido que se adapte a su cuerpo. Desean también conseguir modelos de vestidos con buen diseño, y calidad además de que se adapten a su cuerpo.</p>
¿Que sienten?	<p>Sus expresiones físicas expresan curiosidad y nerviosismo, al mismo tiempo se sienten inseguras de su cuerpo al no saber que partes de su cuerpo estarán descubiertas, otras de las inseguridades es el ajuste del vestido, sienten nerviosismo de que en algún momento se les caiga el vestido.</p> <p>Se debe mencionar también que no todas las chicas se animaron a ser parte del experimento porque mencionaban que esta técnica es de flacas y no para gruesitas.</p> <p>Otro de los factores que las modelos sintieron es no sentirse listas en cuanto a maquillaje, tacones, accesorios y por eso no pudieron sentirse completamente feliz.</p>

EMOCIONES		
ENFOQUE	ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	FOTOGRAFÍA
VISCERAL	<p>Apariencia del objeto: Su apariencia es agradable y muy sencillo, sin embargo, afirman que la estética cambiaría dependiendo la forma del cuerpo.</p>	
	<p>Emociones: En el transcurso de la colocación del vestido para la demostración de la técnica, se evidencio nervios, e inseguridad, además de curiosidad por cómo va a terminar un pedazo de tela en cuerpo y que forma va a tener, y también demostraron frustración de que el producto final sea muy tedioso al armar.</p> <p>Dentro de las emociones positivas al culminar el producto fue ilusión y expectativas de que al final el vestido seria genial.</p>	
	<p>Recuerdos: Se les pregunto a las modelos si le recordaba a alguna experiencia, ellas mencionaron que siempre al probarse los vestidos no eran lo que esperaban, o la tallas no eran para ellas y no les ajustaba o no les formaba el cuerpo, sin embargo, les pareció interesante este vestido y les produce un buen presentimiento de que funcionaria.</p>	
CONDUCTUAL	<p>Rendimiento: En cuanto al funcionamiento mencionaron que el tul era cómodo, fluido, no tuvieron molestias en cuanto al armado ni su textura, prácticamente se adaptó a su cuerpo.</p>	
	<p>Experiencia con el producto La experiencia con el producto fue buena, uno de los aspectos a tomar en cuenta fue la facilidad de movimiento con el vestido, sin embargo les agrada la idea de que puedan decidir el tipo de tela que vaya con sus necesidades, en cuanto a la chicas flacas se sintieron cómodas, sin embargo las personas con contextura flaca e inseguras, cuestionan que aspectos de su cuerpo se vería más y que se debería resaltar más los atributos buenos que los negativos, es decir un estudio dependiendo la forma del cuerpo.</p>	
	<p>Sensación física Las sensaciones y percepciones son experiencias generadas por el vestido y la modelo, en este caso muchos se sintieron cómodas, no tuvieron incomodidades en ninguna parte del cuerpo, como axilas o cuello. Sin embargo, se quedaron con</p>	

		<p>algunas dudas, cuestionando la parte interna del vestido, debido a que las piernas y ropa interior en la prueba estaban a la vista, sintiendo dudas si realmente sería así o cual sería el producto final.</p>
	Función y Usabilidad	<p>Para actividades de caminar, sentarse y bailar es funcional, es cuanto al armado sentían inconformidad y miedo de cómo se va armar.</p>
	Conductual:	<p>La conducta de las modelos, fue intriga, felicidad, alegría, ilusión, expectativas, el 50% seguras de sí misma, y el Otro 50% miedo de mostrar su cuerpo. También se demuestran en sus expresiones faciales y en su estado de ánimo.</p>
	Satisfacción personal	<p>La satisfacción personal del mobiliario en base a las opiniones de las modelos se la define como: SATISFACTORIA 😊, producida por el desempeño del producto y las expectativas del cliente para el producto final.</p>
REFLEXIVO	Memorias producidas por el producto	<p>En base a las memorias producidas con otros productos es la falta de diseños personalizados en el mercado, la ausencia de tallas que se adapten al cuerpo, la experiencia difícil de conseguir un vestido a gusto.</p> <p>Sin embargo, después de 2 semanas de realizar el experimento se les pregunto si tenían recuerdos sobre ese momento y mencionaron que esperan con ansias ver el producto final, ya que se sienten muy a la expectativa y con ilusión de al fin encontrar diseños personalizados y únicos</p>
		<p>¿Ayuda o aporta el vestido al público objetivo determinado dentro del proyecto? Si aporta demasiado al ser algo innovador y creativo, además de sentirse únicas por diseños personalizados y pensados en la silueta de la mujer</p> <p>¿Sirve para corto o largo plazo?: En cuanto a su funcionalidad y material es un producto que durara a largo plazo, sin embargo, en cuando al modelo, es de corto plazo ya que muchas de las mujeres encuestadas afirman que no repiten sus vestidos en eventos, así que si dispone de 3 modelos para armar se utilizaría los 3 y después ya sería reemplazado por otro modelo.</p>



CORPORAL		
ENFOQUE	ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	FOTOGRAFÍA
CUERPO	<p>Contextura</p>	<p>Existe tres tipos de contextura, mesomorfica (promedio), ectomorfica (flaca) y endomorfica (gorda).</p>
	<p>Hábitos</p>	<p>Dentro de los hábitos al tener un vestido es acomodarse constantemente el cabello, o el largo del vestido, observar los detalles, tener como complemento un bolso para poder llevar sus documentos, dinero y celular, tener una postura erguida y adecuada ya que eso permite que luzca más el vestido.</p>
	<p>Actividades</p>	<p>Cuando se utiliza el vestido, las actividades que se realiza es caminar, bailar, sentarse, ir al baño, dependiendo el evento cambiarse constantemente de atuendos.</p>



4.2.3. Conclusiones

En base a lo expuesto a lo largo del proyecto y una vez aplicado las herramientas de recopilación de datos para el análisis de los requerimientos y necesidades del público objetivo y a su vez la obtención de información verídica y experimentada por las mujeres estudiadas, se generó un conjunto de resultados que permiten presentar las siguientes conclusiones:

A lo referido en la recopilación de información sobre el proceso, diseño y materiales para los trajes de alta gala, dependiendo su uso y ocasión, se toma en consideración materiales de alta calidad que permitan resaltar las curvas de la mujer y sobre todo sentirse cómoda, entre estas telas se puede considerar a la podesua, chiffon, shantung, satín, organza, spandex, tul y seda, las cuales van a permitir que el diseño sea más atractivo, además de poder combinar telas y colores permitiendo diseños exclusivos, que en base al estudio realizado, las encuestadas desean tener vestidos con diseños exclusivos que se adapten a su personalidad y que les permita sentirse únicas, se determinó también en base a la indagación de información que el uso de los vestidos están destinados para eventos de etiquetas, eventos sociales y reinados.

En referente a la identificación y requerimientos para los trajes de alta gala mediante la técnica del draping, se determina que el primer objetivo es construir un modelo de vestido que transmita seguridad al colocarse, debido a que según la demostración de la técnica muchas desconfiaban por el miedo de la sujeción del vestido. Otro aspecto a considerar es la realización de una guía que sea entendible y fácil al momento de colocación y uso del vestido sobre el cuerpo, sin tener que preocuparse por la asistencia de otra persona, se debe considerar a este aspecto con mucha importancia debido a que muchas mujeres se sienten inseguras e inconformes con sus cuerpos.

En base a la indagación y obtención de información se debe tomar en cuenta los detalles y costo final del producto, puesto que el rango de precios que les gustaría pagar varía entre 100 dólares como mínimo y 500 como máximo, por último se debe tener en cuenta la talla del vestido ya que no desean adquirir modelos generalizados, más bien desean trabajar directamente con la diseñadora a través de una tienda boutique en el cual reciban asesoría personalizada para mejorar su imagen y verse únicas en cualquier evento o presentación que tengan. Finalmente, se determina que en el proyecto se elaborara una colección de trajes de alta gala con la aplicación de la técnica del draping, tomando en consideración los aspectos antes mencionados en este ítem, además de considera la elaboración de una guía práctica y gráfica, en donde se muestre el modo de utilización y colocación.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción

La elaboración del cronograma toma en cuenta los diferentes procesos del diseño y el tiempo que se toma en cada uno de ellos, desde el proceso inicial del proceso de bocetaje, hasta el final el control de calidad, precios y difusión publicitaria.

Tabla 21
Cronograma de producción

ACTIVIDAD	MES					
	MAYO	JUNIO				JULIO
	4° SEMANA	1° SEMANA	2° SEMANA	3° SEMANA	4° SEMANA	1° SEMANA
Proceso de diseño (bocetaje)						
Experimentación						
Definir colección						
Identificación y elección de materia prima						
Intervención textil						
Elaboración y confección del diseño sobre el cuerpo						
Control de calidad						
Empaquetado y etiquetado						
Asignación de precios						
Publicidad						

5.2. Control de calidad

Para el adecuado control de calidad es necesarios conocer las especificaciones a cumplir con respecto al producto diseñado, a partir de esto se toma en cuenta los siguientes puntos:

- Evaluar los detalles del modelo y diseño.

- Evaluar los detalles del material.
- Evaluar los detalles de los acabados y/o accesorios en caso de usarlo.

El modelo de vestido de alta gala, debe ser de alta calidad y estrictamente controlado, debido a que se debe cumplir las expectativas del grupo focal del proyecto, tomando en cuenta el criterio del producto final desde diferentes puntos de vista como del diseñador enfocado sus criterios en la función, calidad y diseño, el criterio de 3 personas como modelos para conocer si cumple con los requerimientos establecidos y si es comfortable al momento de usarlo y finalmente, un control de precios establecidos comparándolos con el mercado y como maneja sus productos.

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Las instalaciones y emprendimiento estarán ubicados en la ciudad de Ambato, iniciando con una infraestructura pequeña, la cual contara con las seguridad, señalética y diseño apropiado y con las áreas correspondientes de trabajo, desarrollo y exhibición de los diseños.

- Área de diseño: se requiere un computador con los programas requeridos para las ilustraciones y proceso de armado, un escritorio y materiales de proceso de bocetaje.
- Área de experimentación: es un espacio que, a partir del diseño boceteado, se procede a experimentar en diferentes modelos la colección, el movimiento y apliques de la tela utilizando la técnica de draping.
- Área de materiales e insumos: en esta área se tendrá ordenado el tipo de materiales y herramientas a utilizar, tomando en cuenta las telas, accesorios y maquinaria en caso de ser requerido.
- Área de bodega: este espacio está destinado para almacenar sistemáticamente en estanterías todo lo elaborado y materiales de reserva.
- Área de exhibición: por último y no menos importante, el espacio de exhibición de los diseños y colección para poder ofertarlos dentro de la boutique.

Es decir, que también este proyecto a futuro pretende instalarse físicamente una boutique con el fin de ofrecer de forma directa el producto y que el diseñador tenga mayor reconocimiento por los diseños únicos, originales y personalidades.

5.4. Requerimientos de mano de obra

Tabla 22
Requerimientos de mano de obra

Tabla de recursos			
Recurso humano	Descripción	Tiempo	Costo
Tutor	Direcciona el proyecto	9 meses	7200
Investigador	Analiza, encuentra, organiza, y planifica la información para encontrar datos que aporten al desarrollo del proyecto.	9 meses	3600
Asistente 1	Apoya en el desarrollo de la recolección de datos, en la observación y focus group.	1 mes	150
Asistente 2	Modelos para la aplicación y experimentación de la colección.	1 mes	150
Ing. Textil	Consolida datos.	1 mes	300
Ing. Diseño gráfico	Desarrolla la identidad e imagen corporativa, además de los artículos necesarios para la publicidad, empaquetado y etiquetado del producto.	1 mes	300
Total			11,700

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

En este punto se toma en consideración el “Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo del Ecuador”.

Tabla 23

Cuadro de seguridad social de trabajadores y empleador

TRABAJADOR	EMPLEADOR
<ul style="list-style-type: none">• Implementar medidas que garantice el bienestar en la salud física y mental del trabajador.• Conocer el uso de la señalética, saber las precauciones básicas de seguridad.• Si alguna máquina se encuentra en mal estado comunicar inmediatamente a su superior.• Todos los trabajadores deben portar los uniformes y de acuerdo con el área en que se desempeñe usará además mascarilla, guante metálico, tapones para oídos y calzado apropiado.• Se prohíbe fumar dentro de las instalaciones ya que puede causar incendios.• Mantener el lugar de trabajo ordenado y limpio.• Mantener el orden general en cada área de trabajo, evitando aglomeración innecesaria de materiales.	<ul style="list-style-type: none">• Se capacitará a los empleados para que tengan conocimiento del uso de la señalética, las normas de seguridad personal, así también la importancia del uso de diferentes implementos.• Adquirir máquinas seguras.• En el área a laborar utilizar el uniforme correspondiente.• Colocar la señalética apropiada y legible.• Colocar extintores.• Instalar iluminación adecuada en cada área para evitar daños en la vista.• Controlar que las instalaciones eléctricas cumplan con toda la seguridad pertinente, y procurar revisiones periódicas para evitar daños futuros.• Permitir a los trabajadores que roten las tareas y proporcionar descansos cortos para que puedan realizar movimientos voluntarios, con el fin de evitar dolores y malestares en las piernas, brazos, espalda o cuello.• Proporcionar a los trabajadores asientos ergonómicos y evitar el sobre esfuerzo inútil.• Proporcionar la ventilación adecuada para la comodidad de los trabajadores.• La empresa contara con botiquín en caso de emergencia de primeros auxilios.

Y además se toma en consideración los puntos vigentes dentro de la legislación nacional Materia Ambiental, Art. 93:

- a) Comprobar el buen funcionamiento de las herramientas de trabajo.

- b) Insonorizar los equipos externos que produzcan ruido y señalizarlos para no afectar a los trabajadores.
- c) Comprobar la ventilación y calefacción del área de trabajo para que no perjudique con el impacto ambiental.
- d) Verificar que los tachos de basura estén ubicados en lugares adecuados.
- e) Mantener limpia, ordenada y señalizada todas las áreas de trabajo.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

6.1.1. Brain storming

El desafío para este proyecto fue crear una marca que represente a la diseñadora María José Abril como su firma y distintivo propio, pero que así mismo tenga una proyección futura, convirtiéndose en una marca empresarial e identificativo propio de una línea de productos desarrollados dentro de la categoría de Diseño de Moda.

Para la selección del nombre también se tomó mucho en cuenta las encuestas realizadas, donde un alto porcentaje de las encuestadas afirman que prefieren adquirir vestuario de alta gala personalizado y directamente del diseñador, para que de esta manera sus vestidos se adapten mucho mejor a sus medidas y preferencias haciéndolas sentir más seguras.

Es así que se decide darle un aire personal y propio de la diseñadora, enfocando todos los esfuerzos de marca hacia este camino, para así lograr una comunicación más personalizada y cercana.

El eslogan identificativo '*Gala sin Costura*' es creado a partir de las premisas claves que se consideró para el inicio del proyecto, estas son la 'Alta Gala' que es el principal enfoque de la diseñadora; y el 'Draping', estilo principal a trabajar el cual consiste en la creación de vestidos formando pliegues sobre el mismo cuerpo, una técnica que es conocida por su principal característica al prescindir de cualquier tipo de costura previa.

6.2. Identidad de marca.



María José Abril / gala sin costura, es la firma de una diseñadora que busca enfocar su marca en valorizar a la **mujer fuerte y moderna**, resaltando siempre su lado **femenino y**

sensual, inspirada en las grandes firmas italianas, busca trascender en el tiempo innovando en técnicas con el esfuerzo de siempre ser pionera y distinguiéndose de las demás.

De una manera muy sutil, pero con fortaleza en su mensaje, anima a la mujer de hoy a recuperar el glamour transmitiendo la sensación de autoestima, autoconfianza y presencia en cada creación.

La Tela como principal fuente de inspiración, sus pliegues y formas onduladas se acoplan perfectamente para la construcción de la marca, adaptándose a la principal técnica que la firma presenta, “el DRAPING o DRAPEADO (formar pliegues en la tela sobre el cuerpo, cubrir, adornar, vestir.)”.

El Glamour, la feminidad y la belleza son los valores principales que se quiere mantener latente a lo largo de toda la trayectoria de la marca.

6.2.1. Perfil del consumidor

Para dar inicio a la ejecución y creación del identificador y posteriormente la marca, es primordial conocer y estudiar al cliente o consumidor final, para este caso el público objetivo son mujeres entre las edades de 18 a 35 años ubicadas en el sector urbano, mujeres fuertes e independientes pertenecientes a un estrato social de clase A / B, es decir clase Alta, sus intereses y características más relevantes se enfocan en actividades relacionadas a los reinados y eventos de belleza, mujeres decididas que cuidan de su apariencia, participativas en eventos de gala y etiqueta, tales como bodas, bautizos, fiestas, pasarelas y otros relacionados.

6.2.2. Moodboard del perfil del cliente

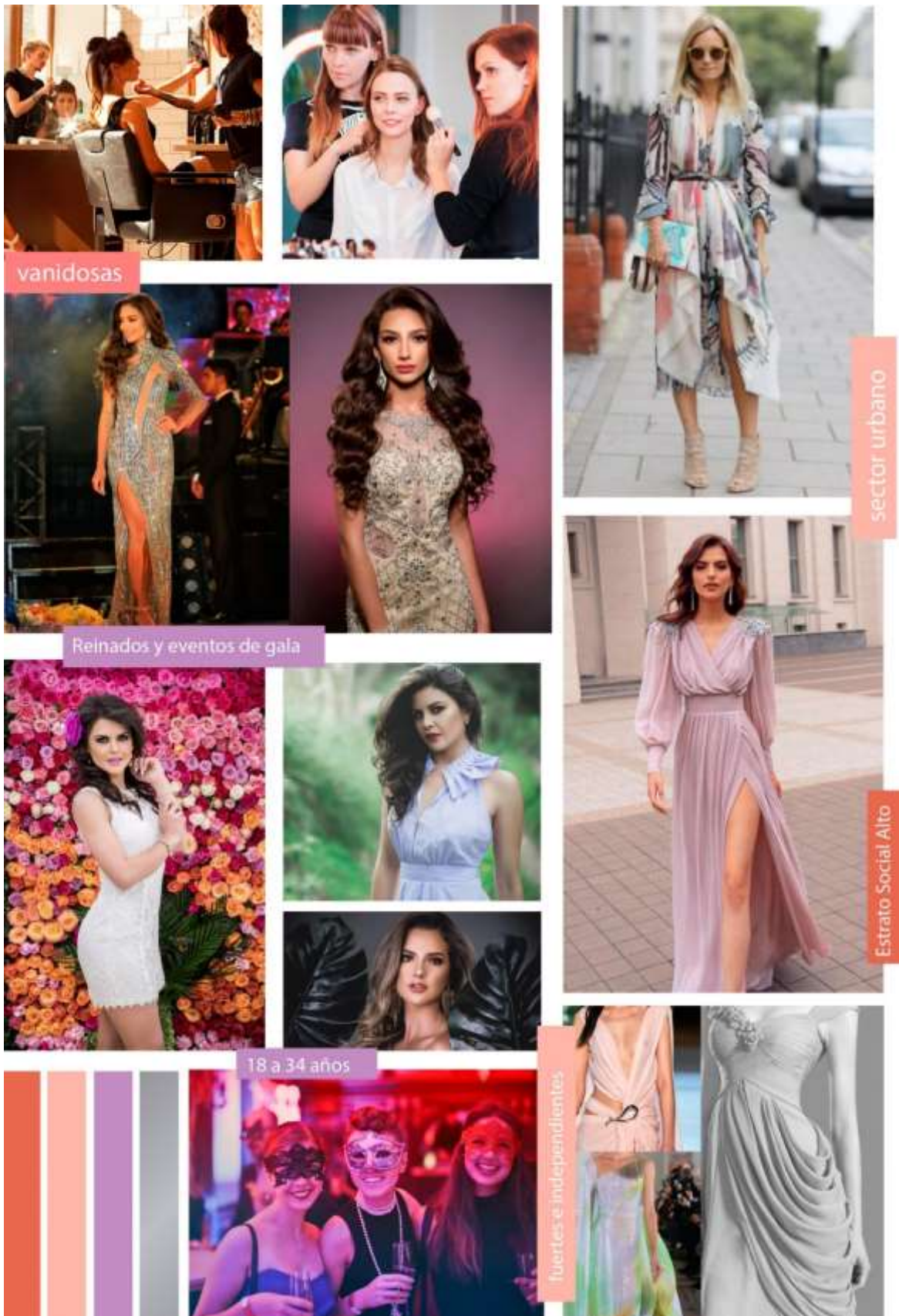


Gráfico 16 Moodboard perfil del cliente

6.2.3. Selección del Nombre y Eslogan

El desafío para este proyecto fue crear una marca que represente a la diseñadora María José Abril como su firma y distintivo propio, pero que así mismo tenga una proyección futura, convirtiéndose en una marca empresarial e identificativo propio de una línea de productos desarrollados dentro de la categoría de Diseño de Moda.

Para la selección del nombre también se tomó mucho en cuenta las encuestas realizadas, donde un alto porcentaje de las encuestadas afirman que prefieren adquirir vestuario de alta gala personalizado y directamente del diseñador, para que de esta manera sus vestidos se adapten mucho mejor a sus medidas y preferencias haciéndolas sentir más seguras.

Es así que se decide darle un aire personal y propio de la diseñadora, enfocando todos los esfuerzos de marca hacia este camino, para así lograr una comunicación más personalizada y cercana.

El eslogan identificativo ‘Gala sin Costura’ es creado a partir de las premisas claves que se consideró para el inicio del proyecto, estas son la ‘Alta Gala’ que es el principal enfoque de la diseñadora; y el ‘Draping’, estilo principal a trabajar el cual consiste en la creación de vestidos formando pliegues sobre el mismo cuerpo, una técnica que es conocida por su principal característica al prescindir de cualquier tipo de costura previa.

6.2.4. El Isotipo (Símbolo)

Para la construcción del Isotipo se partió del concepto principal “Transformación de lo simple y común en exclusivo y hermoso”. Es así que se crea una marca inspirada en la elegancia y belleza del cisne, un animal que transmite pureza y refleja la hermosura y la feminidad; y en las grandes firmas italianas, cuna de famosos y talentosos diseñadores en el mundo de la moda.

El cisne fue construido a partir de círculos por toda su connotación y significados. Formas onduladas para transmitir versatilidad, fineza y delicadeza.



Imagen 64 Construcción del isotipo de la marca

6.2.5. Selección Tipográfica

Albra Bold

Antro Vectra Bold

Imagen 65 Tipografías elegidas

Para la creación del logotipo se utilizó una tipografía script / manuscrita '*Antro Vectra*' que transmita delicadeza y elegancia, de carácter moderno y premium.

Sus formas y construcción dan la sensación de haber sido escrita con puño y letra del propietario haciéndola así una firma personal. Todos estos valores ayudan a transmitir cercanía y atrevimiento.

Por otra parte, el eslogan y demás textos corporativos están contruidos con una tipografía Serif '*Albra*' de carácter muy elegante y fuerte, está fuente utilizada en sus distintos grosores da la sensación de seriedad y versatilidad, sus formas muy bien cuidadas y suavizadas también ayudan a transmitir glamour y exclusividad.

6.2.6. Análisis de color de la propuesta

En cuanto a la cromática seleccionada se utilizó colores con tonalidades pasteles, acoplados a la categoría que se está trabajando, primero un color femenino y elegante que ha sido asociado por mucho tiempo con mujeres refinadas y ricas, mientras que el color púrpura representa la realeza, esta tonalidad representa la belleza y la feminidad, se lo considera también el rosa

“adulto”; acompañado por otro color suave que lo complementa, el rojo en tonalidades livianas aporta mucho en cuanto a sensualidad y pasión, aspectos claves a comunicar, el tercer color importante es el rosa, el cual tiene una fuerte connotación de feminidad y delicadeza en nuestra cultura. Finalmente, a todo se le acompaña por dos de las tonalidades que más elegancia, neutralidad y modernidad transmiten el negro y el gris plateado, también aportan mucho comunicando glamour, lujo y exclusividad.

6.2.7. Paleta de color de la propuesta

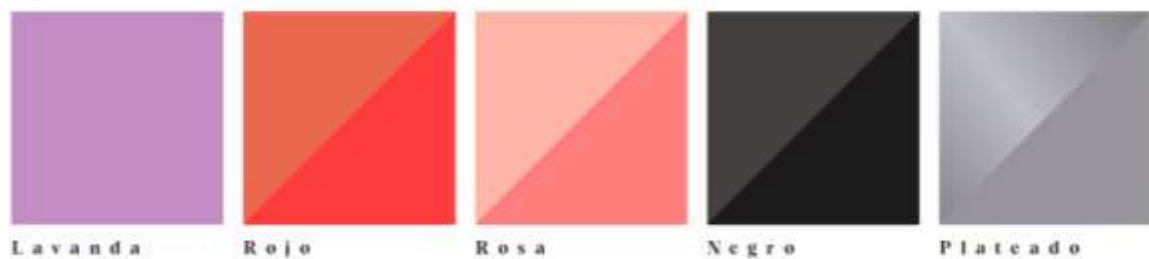


Imagen 66 Paleta cromática del proyecto

Imagen 67 Paleta cromática del proyecto

6.2.8. Área de Seguridad y Construcción

El área de seguridad son las distancias en las dimensiones alto y ancho en las cuales otros elementos no pueden entrar, es como si fuera el "espacio vital" del logotipo.

Este será equivalente a una unidad proporcional (X) definida en el mismo identificador. Esta área debe ser respetada por elementos gráficos, textos, imágenes, otros logotipos de instituciones o empresas.

A continuación, se muestra como fue construido el identificador y que aspectos se tomaron en cuenta para cada elemento y espacio en el.



Imagen 68 Construcción del identificador - Área de seguridad

6.2.9. Versiones Alternativas



Imagen 69 Versiones alternativas de la marca

Estas versiones se pueden utilizar cuando la versión principal sea muy grande para el formato donde se vaya a aplicar, ambas sirven como apoyo y diminutivos, es así que deben ser respetadas de igual manera que el logotipo principal.

6.2.10. Usos no Permitidos

Los ejemplos que se presentan a continuación son situaciones de usos indebidos de los elementos de la marca.

Es fundamental que se observen las instrucciones de cómo se debe usar para garantizar el impacto visual y la legibilidad del logotipo.

Las restricciones que se muestran aplican para todas las presentaciones de la marca.



Imagen 70 Restricciones o usos no permitidos

6.2.11. Usos de la marca



Imagen 71 Diseño de etiquetas



Imagen 72 Uso y aplicación de la marca en funda de papel



Imagen 73 Uso y aplicación de la marca en tarjetas de presentación



Imagen 74 Uso y aplicación de la marca en pines corporativos

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

6.3.1. Macrotendencia



Imagen 75 Macrotendencia
Fuente: youtube.com

La macrotendencia NEOANCESTRALES habla de la conexión que existe entre el pasado y la naturaleza del ser humano, acá se encuentra nuevos propósitos de vida que generaran que se cree productos con conciencia, desarrollando así prendas que transmitan el sentir del pasado combinándolo con la actualidad. Esta macrotendencia utiliza textiles con acabados artesanales o bordados hechos a mano, maneja patrones de distintas regiones, combinándolas de manera armónica reviviendo herencias culturales que amenazan con marcharse en el tiempo.

Además de haber conexión entre el pasado y la esencia del ser humano, destina palabras claves para que esta comunique su sentir en el hoy, las palabras para describir de mejor manera esta macrotendencia son: sabiduría, armonía, tradición, origen y rituales ancestrales.

6.3.2. Tendencia



Imagen 76 Tendencia
Fuente: Pinterest.com

Tendencia “ETHOS” trata de una vida lenta, la cual busca los placeres de la vida fuera de las redes sociales, explorando y disfrutando de la tranquilidad que la misma le brinda, de la misma manera goza de la alegría que da perderse dentro de uno mismo y descubrir la esencia que cada uno posee.

El estilo de vida lenta nos lleva a lo nómada, de donde se obtiene inspiraciones del espacio en el que se encuentra el ser, obteniendo así la paleta de color en tonos tierra cálidos, junto con colores optimistas y exuberantes como: rosa coral, pastos marinos, puesta de sol y siena que relajan en combinación de colores rotos, estampados tropicales, flores o cuadros. La tendencia reclama un lugar rustico aplicando pliegues, con acabados grotescos, como son las marcas que deja el sol adaptando hilos orgánicos que exponga lo cuan maravillosa, hermosa e inexacta es la naturaleza.



Imagen 77 Tendencia paleta de color
Fuente: Pinterest.com

Los materiales a utilizar en esta tendencia son: algodón, seda mate, lino texturizado, telares brillantes y visillos frágiles, de igual manera se aplica patrones o gráficos como: flora silenciosa, efectos ondulados y rayas primitivas, adaptando texturas como la de la piedra pómez que es una de las más toscas dentro de la tendencia.



Imagen 78 Materiales de tendencia
Fuente: yesstyle.com

6.4. Concepto de la propuesta.

La propuesta del presente proyecto se basa en las investigaciones realizadas anteriormente y conjuntamente con la macrotendencia y tendencia escogida para este año 2020, cabe aclarar que el proyecto se enfocara en la misma finalidad establecida realizar vestidos de alta gala con la aplicación de la técnica del draping, con la diferencia de que este se ira adaptando a cada año, según las macrotendencias y las tendencias vayan cambiando.

El proyecto tiene como propuesta presentar vestidos de alta gala con la intervención de la técnica del draping, haciendo de estos una experiencia única ya que mediante esta técnica se podrá realizar tres distintos modelos en base a una misma tela, la cual tendrá intervención textil, al igual que tendrá diferentes insumos para realizar los distintos diseños que se presentaran en los siguientes puntos.

El concepto de esta colección se enfoca en tomar elementos de inspiración en la naturaleza, ya que la macrotendencia y tendencia apunta a esto, a la conexión entre el ser humano y el pasado, pero de manera actualizada. En la colección se aplicará diseño de líneas orgánicas, cuadros y estampados florales que nos hacen recordar lo bella y he increíble puede llegar a ser la naturaleza, dando un estilo elegante y sobrio a la persona que lleve puesta un vestido de gala con esta técnica, y por supuesto dando como valor agregado la técnica del draping.

En cuanto a los métodos de diseño, los vestidos de alta gala de esta colección manejan ámbitos del usuario, social, simbólico e inspirador; en el ámbito del usuario su código para esta colección es que está dirigido para mujeres profesionales así mismo como para estudiantes del grupo A y el grupo B dentro de la sociedad; también se puede decir que en el aspecto social tiene que ver con la libertad de pensamiento y creatividad por parte del diseñador, lo simbólico sostiene una ruptura con el diseño preestablecido, pero sorprende al cliente con su innovación y creatividad que puede llegar a trascender en producciones futuras y finalmente la inspiración que busca la armonía entre los seres humanos y la naturaleza.

6.5. Elementos del diseño

6.5.1. Siluetas

Existen varias siluetas en el campo de la moda, las más idóneas para esta colección y después de haber realizado un estudio de campo, se desarrollará la colección en base a la silueta en A que favorece a toda mujer ya que hace que el torso se vea más angosto y las caderas más

amplias, la silueta trompeta que se caracteriza por marcar las curvas y la silueta columna que va muy bien para mujeres altas y delgadas.



Imagen 79 Izq. Silueta A – centro Silueta trompeta – der. Silueta recta
Fuente: Pinterest.com

6.5.2. Proporción y línea

Siendo la porción un elemento importante dentro de la colección, se puede decir que esta es la que relaciona las prendas de una colección entre sí, ya que al momento de diseñar se va eligiendo de manera simultánea las líneas y siluetas, haciendo que coordinen unas entre otras.

Es muy importante la concordancia de las siluetas y colores, puesto que así se mantendrá un equilibrio entre los vestidos de la colección, los vestidos que son asimétrico generaran armonía visual y los que son simétricos generaran equilibrio visual, dando como resultado una colección equilibrada tanto en color como en forma.

6.5.3. Función

La colección de vestidos propuesta en la siguiente tesis de tercer nivel satisface las demandas de una sociedad consciente del creciente consumo de moda y la necesidad de una inversión más inteligente. Los vestidos son un aporte a la tendencia mundial de una producción más sostenible debido a su mínimo desperdicio de material. A más de esto las propuestas presentadas son de fácil adaptación a la figura de la mujer ambateña son accesibles para los grupos de un status A y B. La colección inspira a la apreciación de la natural de lo étnico a través de sus texturas.

6.5.4. Detalles

La siguiente propuesta es llamativa debido a las hermosas formadas mediante el uso de amarres y ajustes en el mismo cuerpo sin necesidad de patrones y costura previa. Las texturas en la tela brindan elegancia y confort. Las prendas tienen detalles artesanales en la intervención textil de cada vestido, característica de una prenda de lujo. Destaca lo manejable de la tela para armarse y desarmarse en cuestión de minutos sin verse maltratada. Los sublimados son de carácter orgánico que va impuesta por la tendencia local. No posee detalles exagerados, pero si notorios en su forma.

6.5.5. Estilo

El estilo manejado en esta propuesta es de carácter neo contemporáneo que va de la búsqueda de lo nuevo, pero manteniendo ciertas pautas tradicionales en su estilismo. La propuesta es elegante, llamativa e innovadora. Realza la figura de la mujer, haciendo notar las curvas del cuerpo brindando confianza a quien lo usa y siendo llamativo al momento de su uso.

Tiene un estilo moderno basado en su combinación de colores adyacentes, con texturas y acabados de lujo que es primordial en el alta gala. Conserva las siluetas conocidas con una construcción innovadora que reduce tiempo y costos.

6.5.6. Estampados, bordados y acabados, terminados

Dentro de esta colección se muestran distintos diseños en cuanto a su estampado desde lo tropical a lo orgánico y psicodélico manteniendo la elegancia sin perder su toque tradicional. La base tela conserva su forma rectangular para realizar los distintos diseños y son pulidos sus bordes con dobladillo enrollado.

Las telas base sufrirán una intervención textil para que estas adquieran mayor vistosidad y obtengan su carácter de gala mediante aplicación de piedras, plumas, cintas, alfileres decorativos, argollas y pintura textil.

6.6. Materiales e insumos.

Marca: María José Abril	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

Material	Distribuidor	Nombre	Composición	Muestra
Textil 1	Comercial Elegancia	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
Textil 2	Comercial Elegancia	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
Textil 3	Comercial Valentina	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
Textil 4	Comercial Elegancia	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
Textil 5	Comercial Valentina	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
Textil 6	Comercial Valentina	Estampado Mango	70% algodón 30 % poliéster	
textil 7	Comercial Elegancia	Tull	15% algodón 85% poliéster	
Argolla	Comercial Nuñez	Argolla pequeña	Aluminio	
Argolla 2	Comercial Nuñez	Argolla doble entrada	Aluminio	
Elástico	Comercial Nuñez	Elástico base	65% poliéster 35% látex	
Alfileres	Comercial Elenita	Broches con pedrería	Aluminio pedras brillantes	
Cinta	Comercial Elenita	Cinta decorativa	75% fibroina 25% sericina	
Plumas	Comercial Nuñez	Plumas		

6.7. Sketch o bocetos

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 001

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 002

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 003

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 004

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 005

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BOCETAJE

Referencia: 006

Prenda: Vestido de alta gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

6.7.1. Diseños planos por prenda

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 001

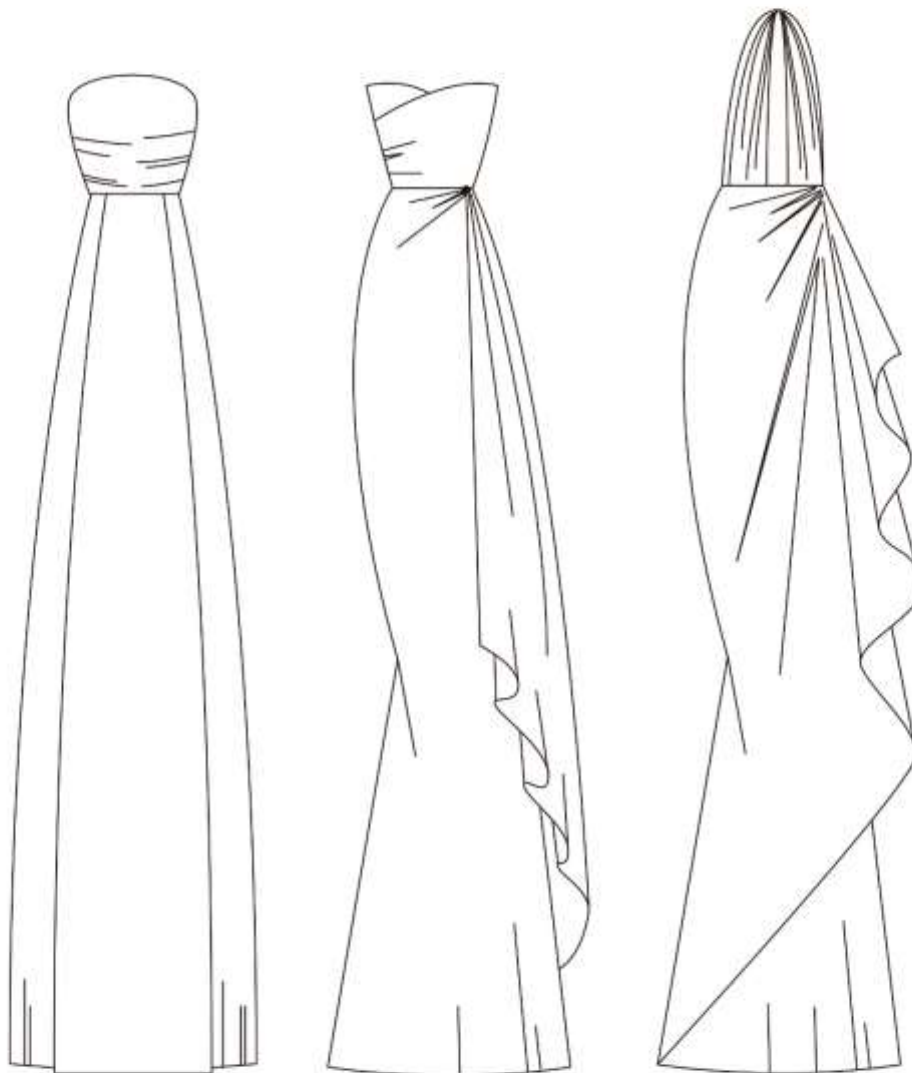
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 001

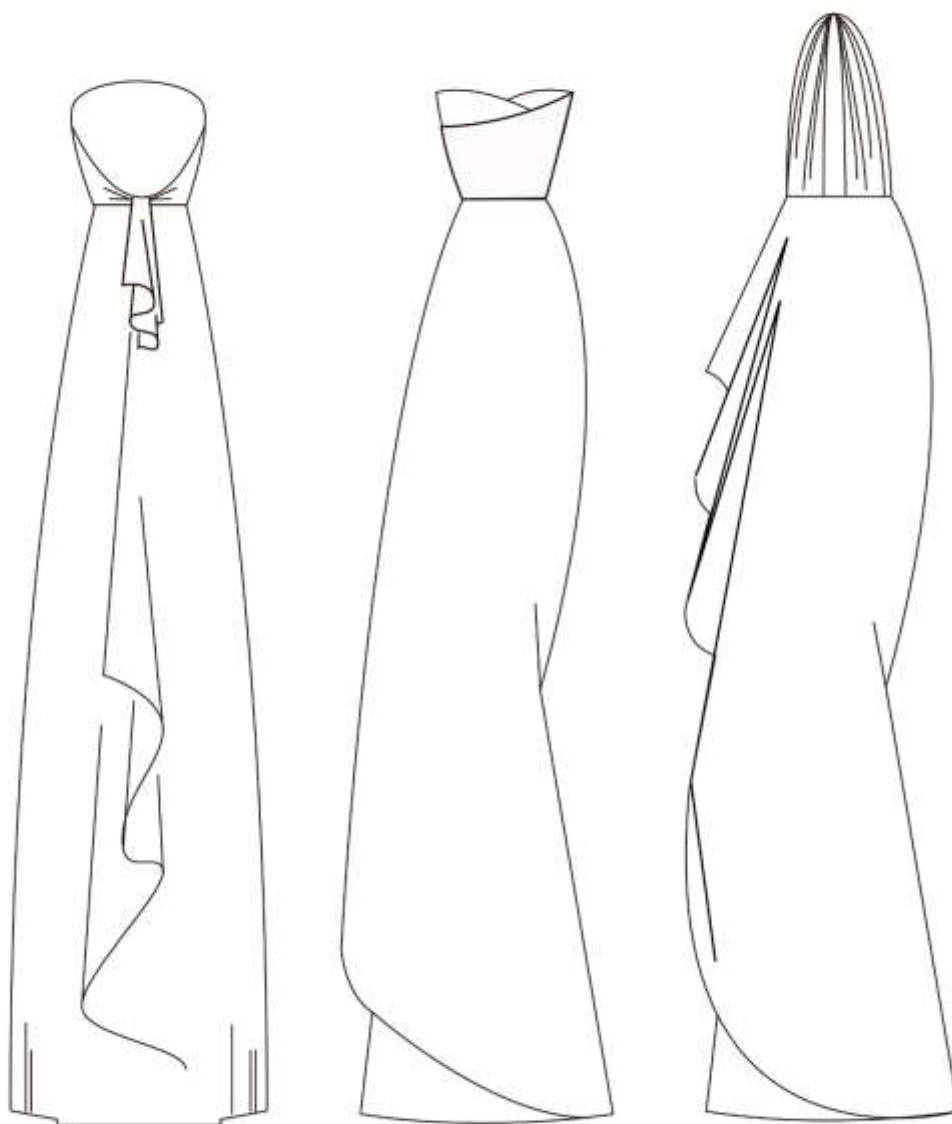
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 002

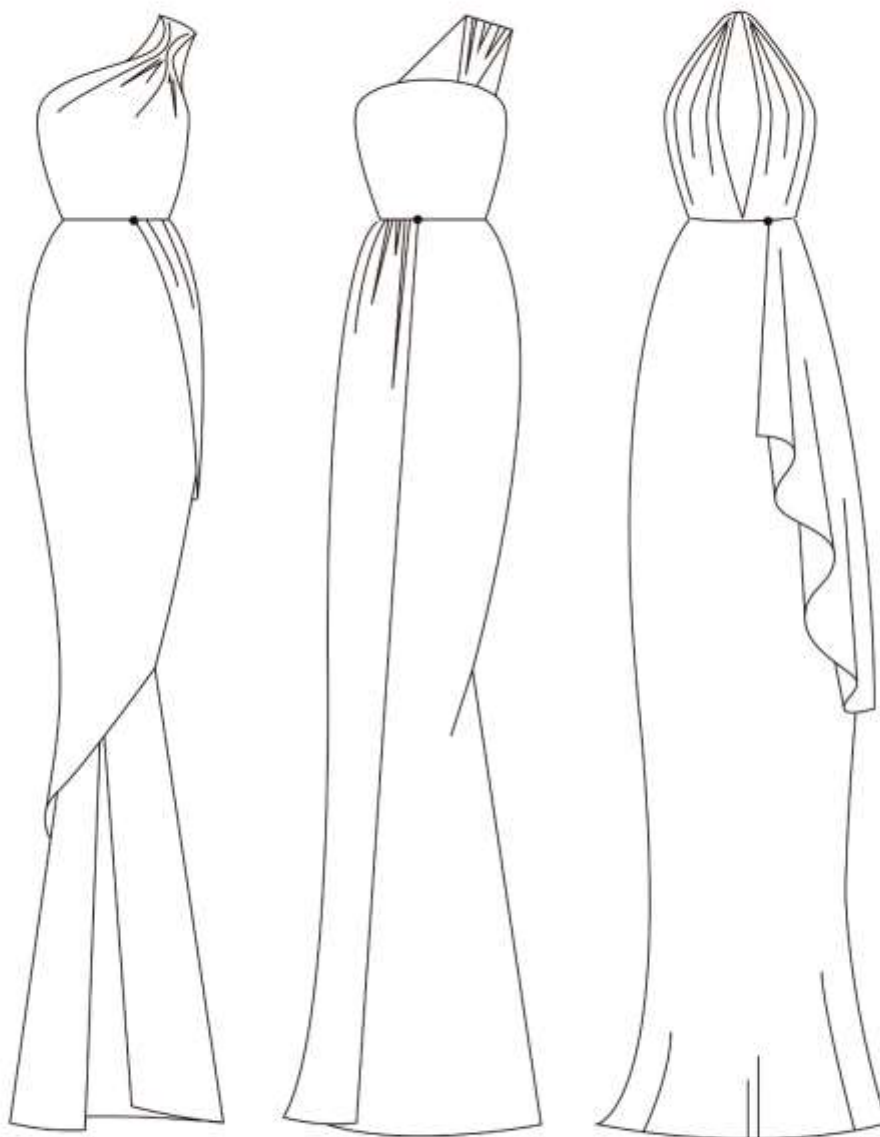
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 002

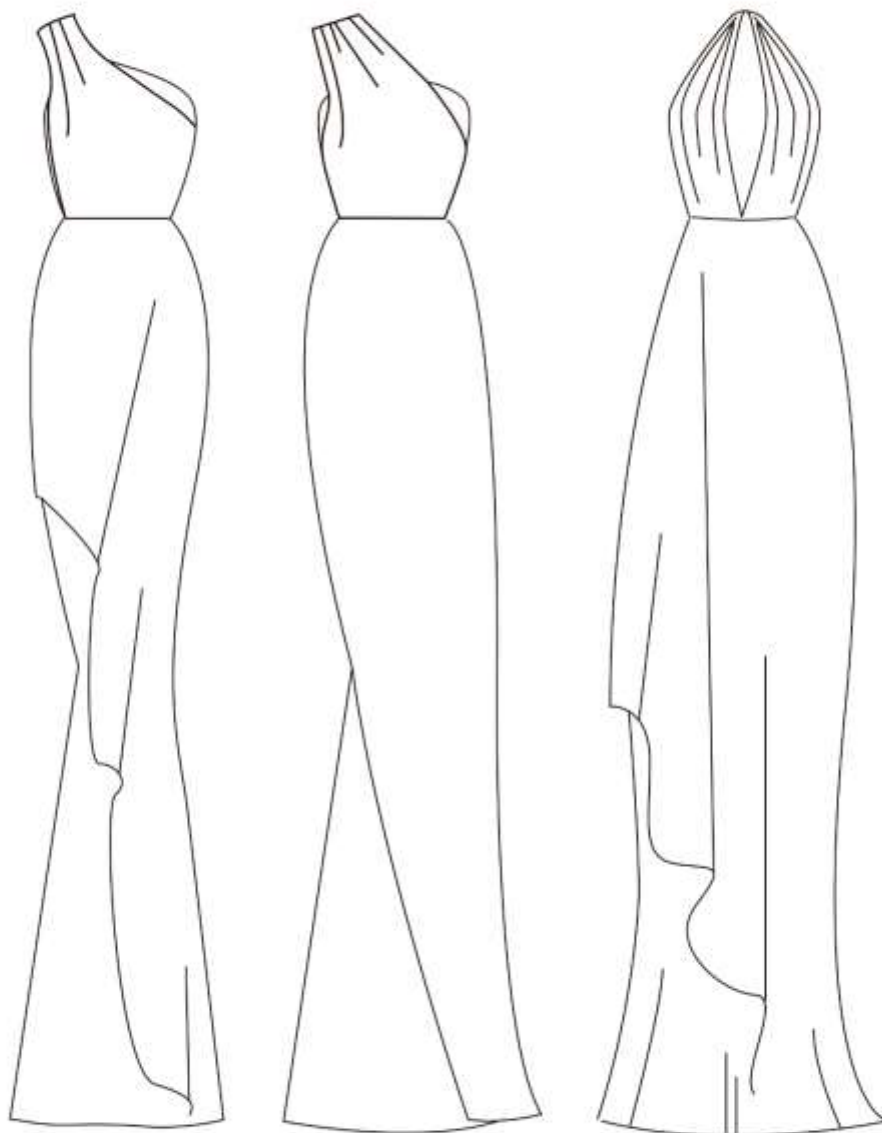
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 003

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 003

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 004

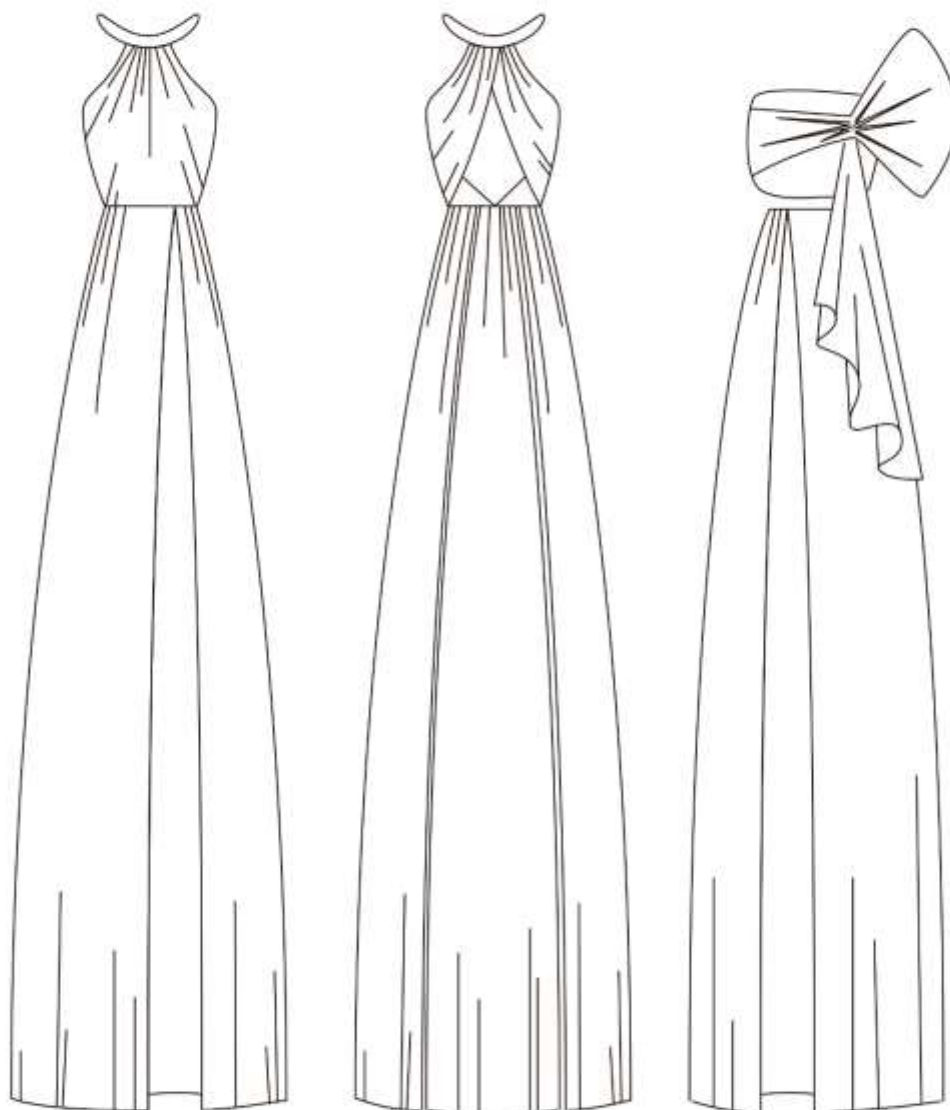
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 004

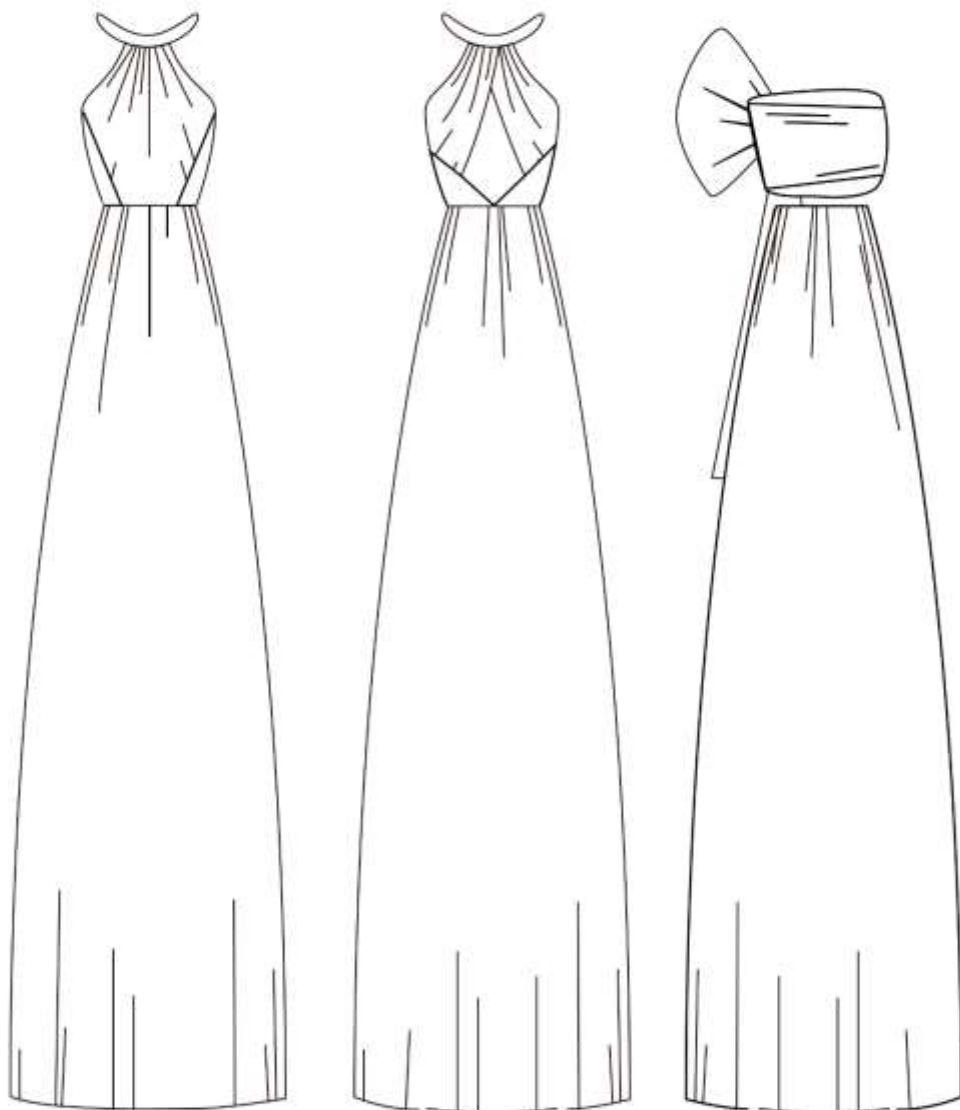
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 005

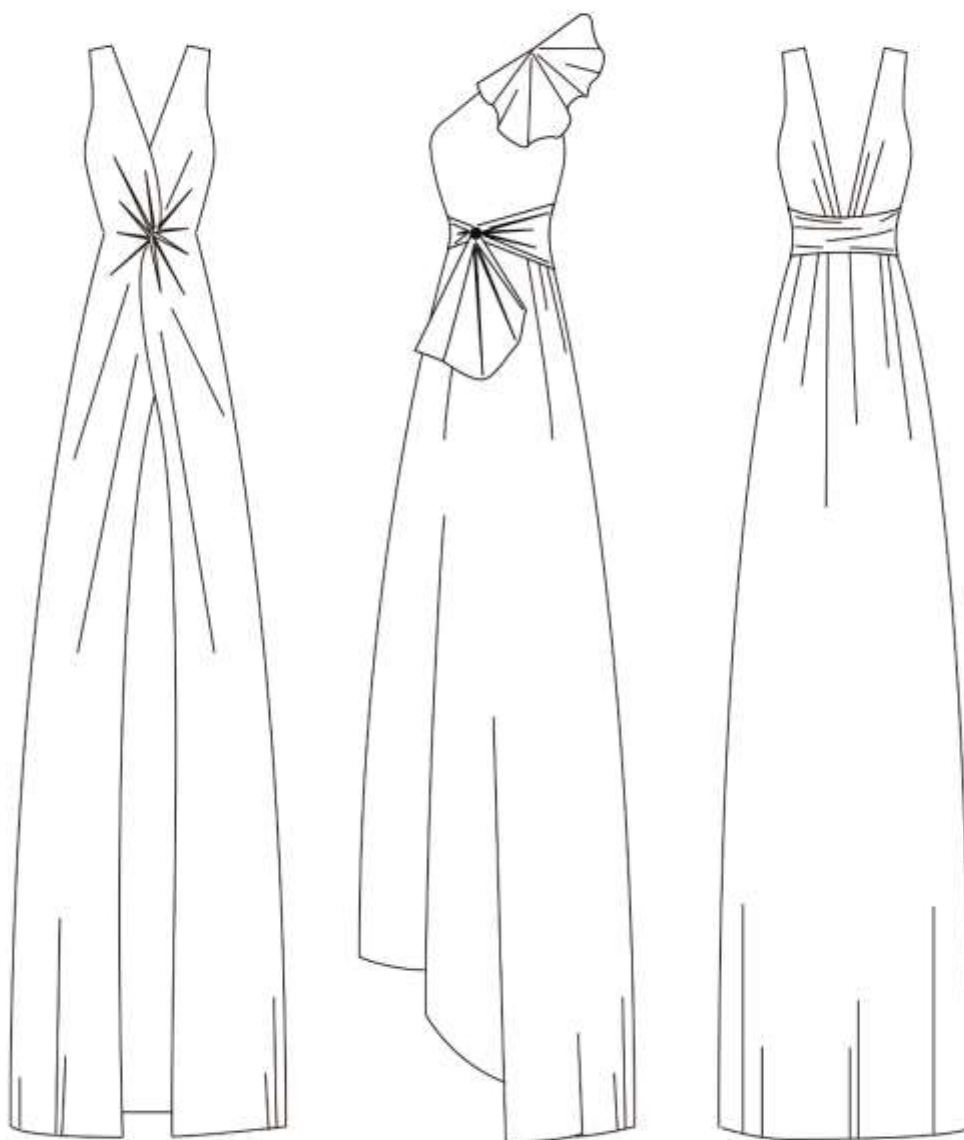
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 005

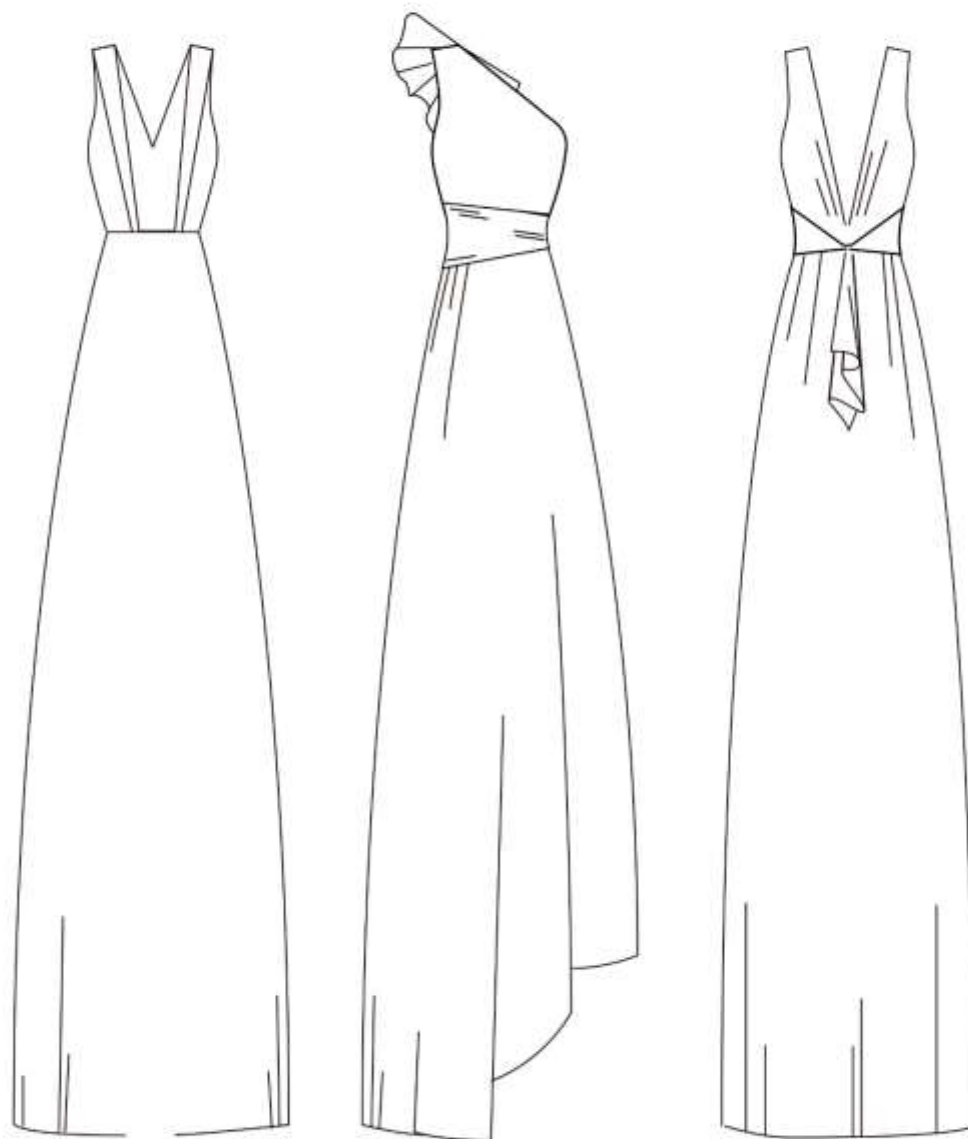
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 006

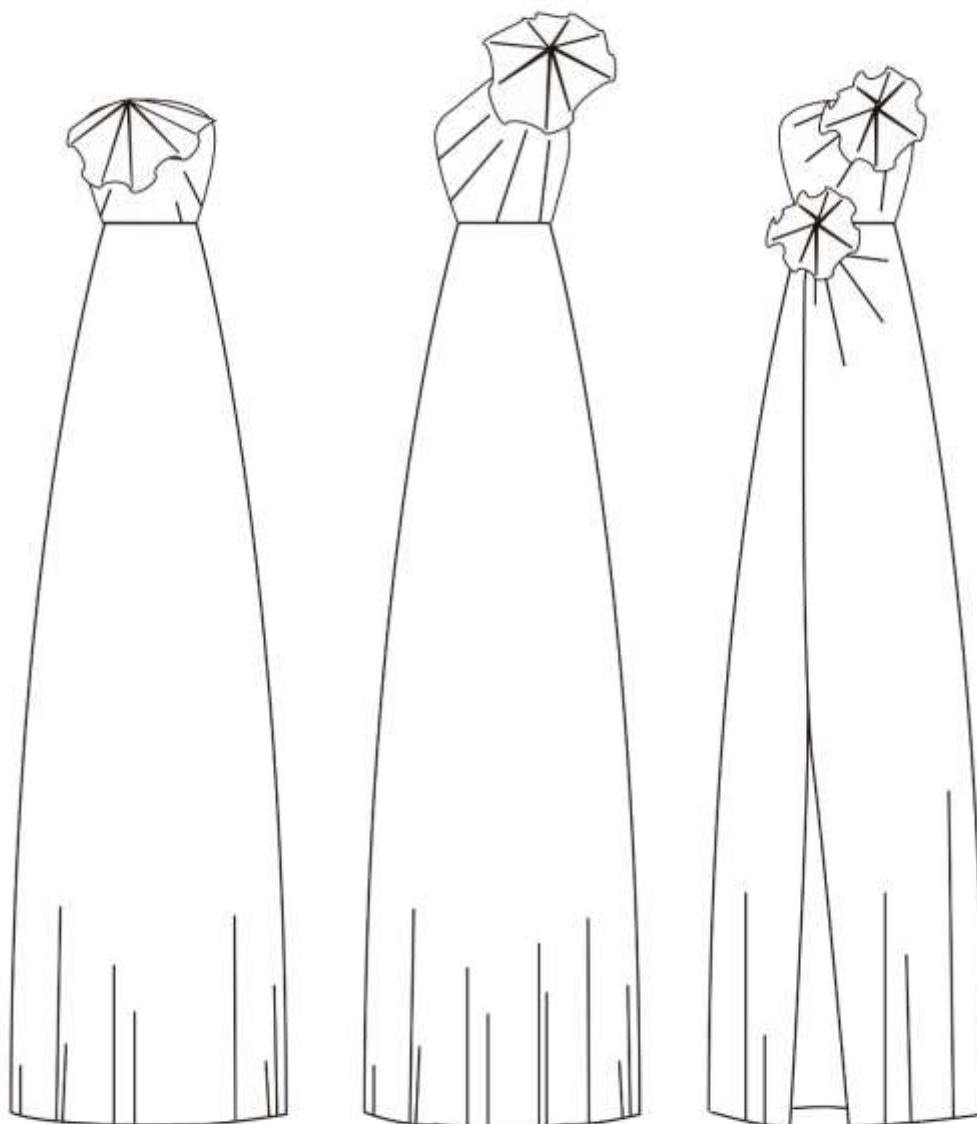
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

DELANTERO



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE DIBUJO PLANO

Referencia: 006

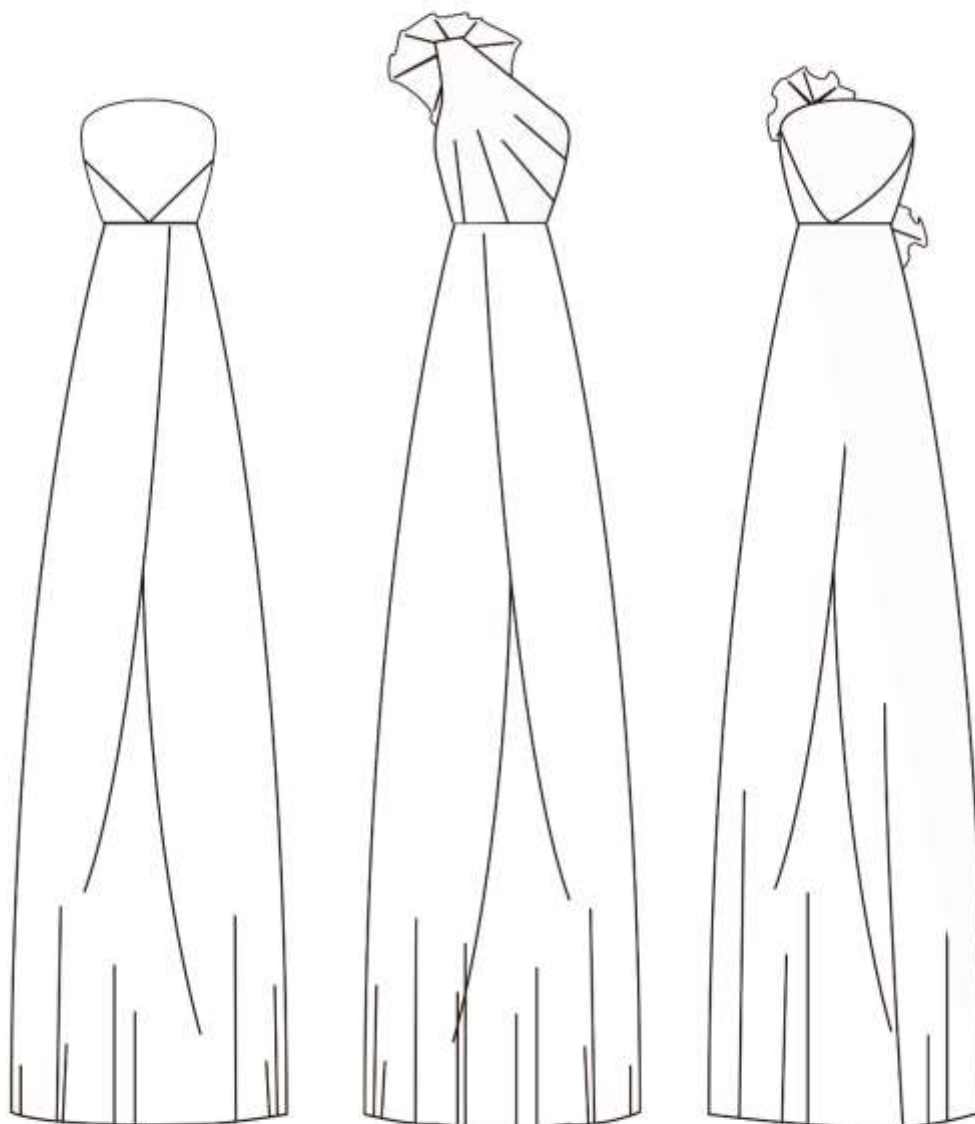
Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

POSTERIOR



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

6.7.2. Ilustraciones

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 001

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 002

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

Observaciones:

María José Abril

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 003

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 004

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 005

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Referencia: 006

Prenda: Vestido de gala



Elaborado por:

Observaciones:

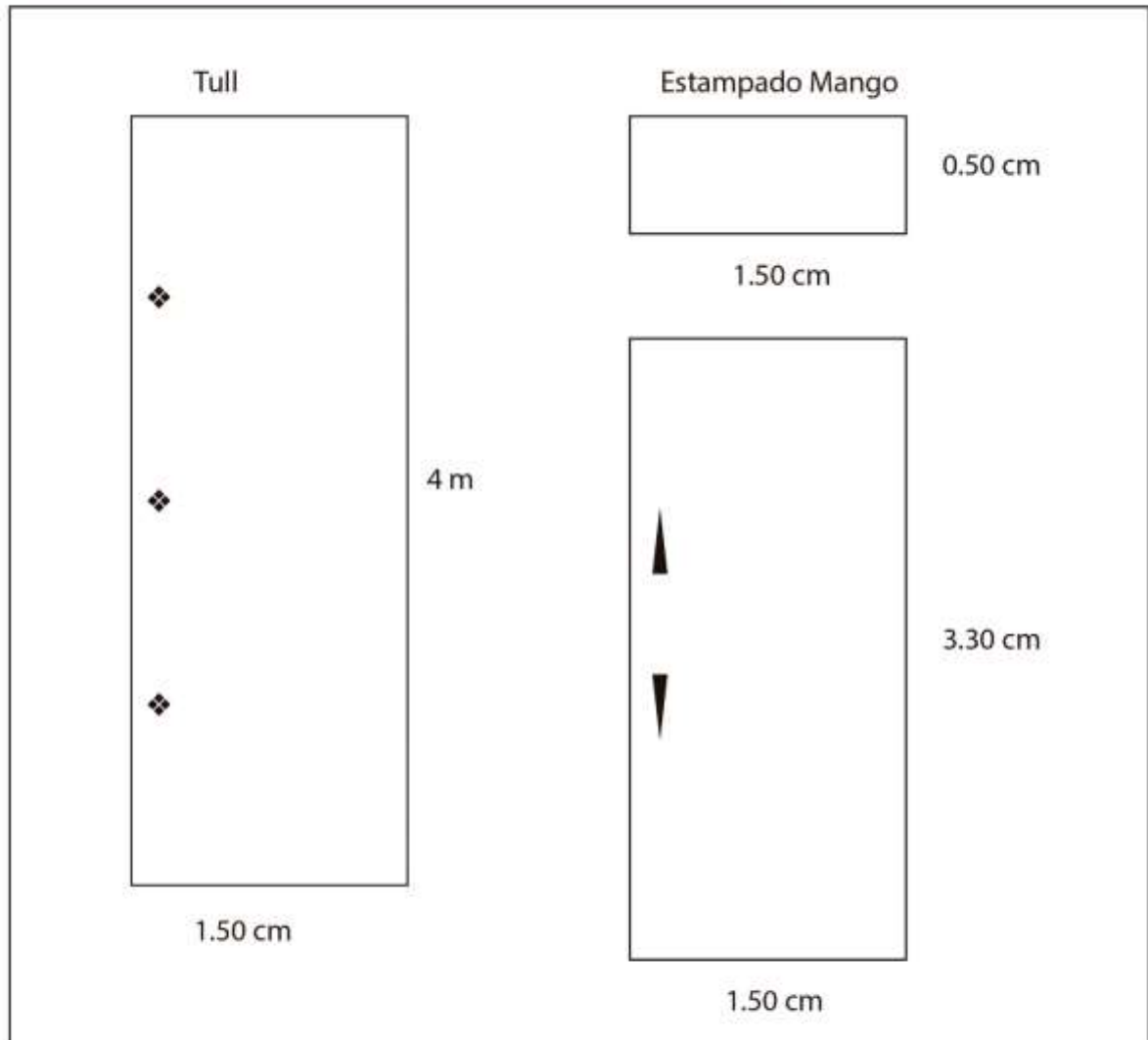
María José Abril

6.7.3. Ficha de patronaje

FICHA DE PATRONAJE

Referencia: 001-006 Línea: Gala

Prenda: Vestido Talla: S-M-L



Simbología



Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

Estas son las medidas que tienen todas las telas de la colección, ya que el draping es la técnica bajo la cual se maneja la misma no varía sus medidas, siendo estándar para todos los diseños establecidos dentro de esta.

6.7.4. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 001	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango

Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Tropical

Intervención: Aplicación de plumas

Tipo de costura: Doblado enrollado

Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 002	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango

Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Cuadro

Intervención: Aplicación de pintura textil

Tipo de costura: Dobladillo enrollado

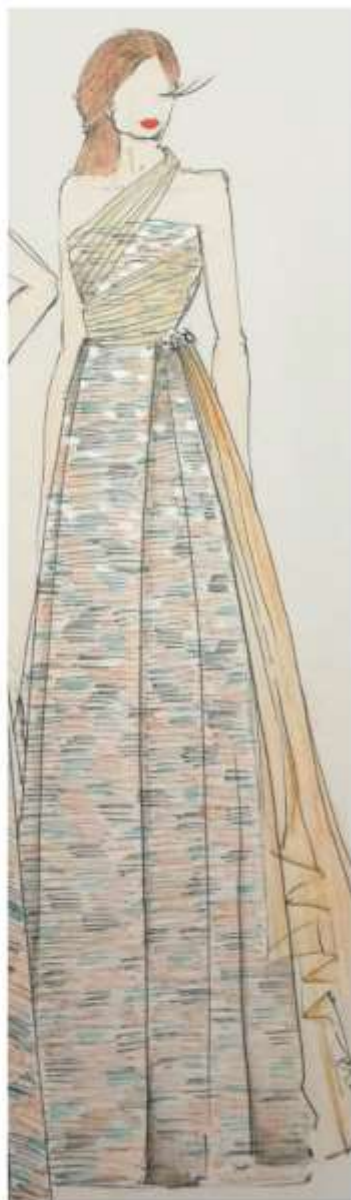
Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 003	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango
Tull



Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Líneas primitivas

Intervención: Aplicación de pintura textil

Tipo de costura: Doblado enrollado

Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 004	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango
Tull



Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Flora silenciosa

Intervención: Aplicación de pedrería

Tipo de costura: Doblado enrollado

Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 005	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango

Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Efecto ondulado

Intervención: Aplicación de pedrería

Tipo de costura: Dobladillo enrollado

Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

FICHA DE BORDADO O ESTAMPADO

Referencia: 006	Línea: Gala	Colección: S/S 2020
Tipología: Vestido	Tallas: S - M - L	Fecha: Septiembre 2020



Estampado Mango

Tipo de textil: Strech

Tipo de estampado: Efecto ondulado

Intervención: Aplicación de plumas

Tipo de costura: Dobladillo enrollado

Elaborado por:

María José Abril

Observaciones:

6.7.5. Photobook

6.7.5.1.Vestido 001









6.7.5.2. Vestido 002









6.7.5.3. Vestido 003









6.7.5.4. Vestido 004









6.7.5.5. Vestido 005







6.7.5.6. Vestido 006










6.8. Costos de producción

FICHA DE COSTOS					
Referencia: 001		Línea: Gala			
Prenda: Vestido		Talla: S-M-L			
Información general		Costos fijos de producción			
N. de piezas: 2		Mano de obra indirecta		4.00	
Combinación 1: Est. Tropical		Servicios básicos		1.00	
Combinación 2:		Depreciación de maquinaria		0.10	
Costo de contrato de servicio		Insumos de oficina		5.00	
Descripción Máquina		Costo de venta		1.00	
Proveedor Obrero		Servicio de publicidad		10.00	
Precio 5.00		Imprevistos		5.00	
TOTAL		5.00		TOTAL	
				26.10	
TEXTILES					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Elegancia	3.30	metros	6.50	21.45
TOTAL					21.45
INSUMOS					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Broche con pedrería	C. Nuñez	1	unidad	10.00	10.00
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Plumas	C. Nuñez	117	docena	1.00	10.00
Argolla pequeña	C. Nuñez	1	unidad	0.50	0.50
TOTAL					20.75
Total de costos					
Total (1+2+3+4)		73.30			
Costo a la venta con utilidad (30 %)		21.99		TOTAL	
				95.29	

FICHA DE COSTOS

Referencia: 002

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

Información general

N. de piezas: 1
Combinación 1: Cuadros
Combinación 2:

Costo de contrato de servicio

Descripción	Máquina
Proveedor	Obrero
Precio	4.00

TOTAL 4.00

Costos fijos de producción

Mano de obra indirecta	4.00
Servicios básicos	1.00
Depreciación de maquinaria	0.10
Insumos de oficina	5.00
Costo de venta	1.00
Servicio de publicidad	10.00
Imprevistos	5.00

TOTAL 26.10

TEXTILES

Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Elegancia	3.30	metros	6.50	21.45

TOTAL 21.45

INSUMOS

Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Broche con pedrería	C. Nuñez	1	unidad	10.00	10.00
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Goma Escarchada	C. Elenita	6	unidad	1.50	9.00

TOTAL 19.25

Total de costos

Total (1+2+3+4)	70.80
Costo a la venta con utilidad (30 %)	21.24

TOTAL 92.04

FICHA DE COSTOS

Referencia: 003

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

Información general	Costos fijos de producción	
N. de piezas: 2 Combinación 1: L. primitivas Combinación 2: Tull	Mano de obra indirecta	4.00
	Servicios básicos	1.00
	Depreciación de maquinaria	0.10
	Insumos de oficina	5.00
	Costo de venta	1.00
	Servicio de publicidad	10.00
	Imprevistos	5.00
Costo de contrato de servicio		
Descripción Máquina Proveedor Obrero Precio 8.00		
TOTAL		26.10
TOTAL		8.00

TEXTILES					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Valentina	3.30	metros	6.50	21.45
Tull	C. Elegancia	4	metros	5.50	22.00
TOTAL					43.45

INSUMOS					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Broche con pedrería	C. Nuñez	1	unidad	10.00	10.00
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Goma Escarchada	C. Elenita	3	unidad	1.50	4.50
TOTAL					14.75

Total de costos			
Total (1+2+3+4)	92.30		
Costo a la venta con utilidad (30 %)	27.69		
TOTAL			119.99

FICHA DE COSTOS

Referencia: 004 Línea: Gala



Prenda: Vestido Talla: S-M-L

Información general	Costos fijos de producción	
N. de piezas: 3 Combinación 1: Tull Combinación 2: F. silenciosa	Mano de obra indirecta	4.00
	Servicios básicos	1.00
	Depreciación de maquinaria	0.10
	Insumos de oficina	5.00
	Costo de venta	1.00
	Servicio de publicidad	10.00
	Imprevistos	5.00
Costo de contrato de servicio		
Descripción Máquina Proveedor Obrero Precio 1.00		
TOTAL		26.10
TOTAL		1.00

TEXTILES					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Elegancia	1	metros	6.50	6.50
Tull	C. Elegancia	8	metros	5.50	44.00
TOTAL					50.50

INSUMOS					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Pedrería	C. Nuñez	10	gramo	1.00	1.00
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Cinta	C. Elenita	2	metro	0.10	0.20
TOTAL					1.45

Total de costos			
Total (1+2+3+4)		79.05	
Costo a la venta con utilidad (30 %)		23.71	
TOTAL			102.76

FICHA DE COSTOS

Referencia: 005

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

Información general	Costos fijos de producción	
N. de piezas: 2	Mano de obra indirecta	4.00
Combinación 1: Ef. ondulado	Servicios básicos	1.00
Combinación 2:	Depreciación de maquinaria	0.10
Costo de contrato de servicio	Insumos de oficina	5.00
Descripción Máquina	Costo de venta	1.00
Proveedor Obrero	Servicio de publicidad	10.00
Precio 8.00	Imprevistos	5.00
TOTAL		26.10
8.00		

TEXTILES					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Valentina	6.40	metros	6.50	41.60
TOTAL					41.60

INSUMOS					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Pedrería	C. Nuñez	200	gramo	1.00	20.00
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Argolla doble ent.	C. Nuñez	1	unidad	3.00	3.00
TOTAL					23.25

Total de costos			
Total (1+2+3+4)	98.95		
Costo a la venta con utilidad (30 %)	29.68		
TOTAL			128.63

FICHA DE COSTOS

Referencia: 006

Línea: Gala



Prenda: Vestido

Talla: S-M-L

Información general	Costos fijos de producción	
N. de piezas: 1	Mano de obra indirecta	4.00
Combinación 1: Ef. ondulado	Servicios básicos	1.00
Combinación 2:	Depreciación de maquinaria	0.10
Costo de contrato de servicio	Insumos de oficina	5.00
Descripción Máquina	Costo de venta	1.00
Proveedor Obrero	Servicio de publicidad	10.00
Precio 7.00	Imprevistos	5.00
TOTAL		26.10
TOTAL		7.00

TEXTILES					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Estampado Mango	C. Valentina	5.60	metros	6.50	36.40
TOTAL					36.40

INSUMOS					
Nombre	Proveedor	Consumo	Unidad de medida	Precio unitario	Precio
Elástico	C. Nuñez	1	metro	0.25	0.25
Plumas	C. Nuñez	10	metro	4.00	40.00
TOTAL					40.25

Total de costos			
Total (1+2+3+4)		109.75	
Costo a la venta con utilidad (30 %)		32.92	
TOTAL			142.67

6.9. CONCLUSIONES

- La realización de vestidos de gala exige telas de calidad, para esto se necesita la importación de textiles. El abastecimiento de materia prima de calidad es limitado y por ende eleva el costo de producción de los textiles.
- El proceso de investigación junto con la manufactura de los textiles para vestidos de gala conlleva a la identificación de varias marcas por fortalecer en la industria local.
- La técnica del draping resulta favorable al momento de innovar, ya que para su realización es necesario la utilización de insumos que fácilmente se puede adquirir dentro del país, agregando la creatividad al momento de armar uno de estos vestidos.
- La alta gala, así como todos los universos de vestuario pueden y deben buscar alternativas para realizar diseños innovadores, como lo es la técnica del draping, la misma que es sostenible en tiempos modernos.
- El presente proyecto logra identificar problemáticas en cuanto a diseño de la alta gala con nuevas técnicas, proponiendo al público objetivo optar por esta propuesta innovadora, ya que esta no tiene desperdicios y es una opción sustentable para el medio.
- Se puede identificar innumerables fuentes de inspiraciones para el desarrollo de colecciones con el enfoque de alta gala, esto va a depender de la macrotendencia y tendencia en temporada.
- La investigación cualitativa y cuantitativa proporciono valiosa información. El conocimiento no solo ha inspirado a la toma de formas, colores o siluetas, sino que ha generado conciencia en los métodos de construcción de vestidos de gala.
- La estrategia de marketing de una marca es de suma importancia al momento de comercializar una prenda. Es necesario promover el uso de redes sociales, plataformas, páginas web y escaparates ante el consumidor.

6.10. RECOMENDACIONES

- Es de suma importancia desarrollar proyectos para la obtención de materia prima de calidad, a fin de contar con textiles óptimos para el uso de la creación de colecciones de los diferentes universos de vestuarios.
- Es necesario investigar técnicas que se puedan aplicar al diseño de vestuario, ya que pocas son trabajadas por la falta de conocimiento que se tiene de las mismas.
- Trabajar de la mano con conocimientos nuevos, ya que la moda es un constante cambio y los diseños se deben ir adaptando al mismo para lograr tener resultados innovadores y llamativos, para los consumidores que gustan ir a la vanguardia.
- Una recomendación primordial para los futuros diseñadores de modas, es que amen lo que hacen y como lo hacen, que sus nombres se den a conocer por su talento y originalidad en el campo de la moda.

6.11. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, S. (7 de Agosto de 2009). "Draping. Art and Craftmanship in Fashion Design". *Couture*.
- Audaces. (2013). *Sistema Computarizado [versión electrónica]*. Obtenido de <http://www.audaces.com/br>
- Castro, A. (2011). *Estudio y experimentacion del modelado de tela*. Cuenca.
- Censo Nacional Economico. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Cevallos Sierra, M. I. (2011). *Planificación de una boutique Prêt-À-Porter con inspiraciones retro*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Crispino, F. (25 de Abril de 2010). Cara a cara con el diseñador Fabrizio Crispino. (A. Improta, Entrevistador) Obtenido de <https://www.donnafashionnews.it/a-tu-per-tu-con-lo-stilista-fabrizio-crispino/>
- Dávila Gutiérrez, S. (2011). *Creación de una Boutique Pret a porter femenina para mujeres jóvenes adultas del sector norte de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Domínguez, A. (2019). *EL MAPA DE LA MODA 2019*. Obtenido de Modaes: <https://www.modaes.es/especiales/el-mapa-de-la-moda-2019.html>
- Erhardt, A. (1992). *Fachbuch Textil*. Mexico: Trillas.
- Escobar, M. (25 de Junio de 2016). *Aló.co*. Obtenido de EL ORIGAMI, INSPIRACIÓN PARA LA MODA COLOMBIANA!: <http://blogs.alo.co/kymoni-tras-los-pasos-de-la-moda/el-origami-inspiracion-para-la-moda-colombiana/>
- Escuela de patronaje de Valencia. (26 de Mayo de 2017). *Fabrica de moda*. Obtenido de <http://fabricademoda.com/que-es-el-mouflage/>
- Espín, S. (2017). *Sector Textil en cifras*. Obtenido de Viistazo.
- Eva Luna Couture. (s.f.). *El proceso de la tecnica Mouflage*. Obtenido de <https://evalunacouture.nl/es/proceso/>

- Farfán, K. (2017). *Políticas Arancelarias y su impacto en la industria del calzado período 2009-2015*.
- Ferrero, M. d. (31 de octubre de 2013). *deconstrucción en moda*. Obtenido de <https://pipiveroylanguajedigital.wordpress.com/2013/10/31/8/>
- Folch, M. (2014). *Catalogo de agujas y alfileres*. España.
- Fondo Monetario Internacional FMI. (2017). *Prespectivas de la economía mundial*. Washington, Estados Unidos: International Monetary Fund, Publication Services.
- Gerber Scientific Inc. (2013). *Sistema Computarizado Textil Gerber*. Obtenido de <http://www.gerbertechnology.com>)
- Giménez, P. (02 de Noviembre de 2011). *Couture*. Obtenido de <http://miradacouture.com/workshop-de-moda-draping/15309/>
- Guachilema, M., & Logacho, D. (2016). *Analisis de la comercializacion internacional del sector textil ecuatoriano*. Sangolqui. doi:<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/11938/1/T-ESPE-053297.pdf>
- Hollen. (1993). *Introduccion a los textiles*. Mexico D.F.: Limusa.
- INEC. (2010). *Censo Poblacional-Ambato*. Obtenido de www.inec.ec
- Iñiguez Dávila, C. (2018). *Tallas grandes, alternativas de cortes en patronaje para indumentaria femenina*. Cuenca.
- Jaffe , H., & Rellis, N. (2005). *Draping for Fashion Desing* ((4ªed.) ed.). New Jersey: Carlisle,.
- Jenkyn, J. S. (2005). *Diseño de Modas*. Blume.
- Kienyke. (23 de enero de 2018). ¿Cuál es la diferencia entre Alta Costura y Pret-a-Porter? Obtenido de <https://www.kienyke.com/tendencias/moda/cual-es-la-diferencia-entre-alta-costura-y-pret-porter>
- Knowles, L. (2005). *The Practical Guide to Paterrnmaking for Fashion Designers*. Fairchild Publications.
- Kuky, D. (2007). *Diseño de Prendas Sin Costuras, Historia, Diseño y dibujo*. Pepin van Roojen.

- LaFayetteFashion. (16 de Agosto de 2016). Obtenido de ORIGAMI, UNA IDEA INNOVADORA EN LA MODA: <https://www.lafayettefashion.com.co/blog-moda/cazando-tendencias/estilo-de-vida/origami-una-idea-innovadora-en-la-moda/>
- Mach, N. (9 de Agosto de 2018). *Conoce los diferentes tipos de siluetas en vestidos de novia*. Obtenido de <https://elcolordemiboda.com/conoce-los-diferentes-tipos-de-siluetas-en-vestidos-de-novia/>
- Riaza, A. (16 de Febrero de 2016). *Guía definitiva para entender los tipos de siluetas del traje de novia*. Obtenido de <https://www.hola.com/novias/2016021983908/siluetas-vestido-novia-guia/>
- Sato, S. (21 de agosto de 2018). Si usamos la intuición, no hay límites para crear. (P. Melgarejo, Entrevistador) Obtenido de <https://noticiaspositivas.org/shingo-sato-si-usamos-la-intuicion-no-hay-limites-para-crear/>
- Seivewright, S. (2013). *Diseño e Investigación*. Barcelona: Gustavo Gili S.L.
- Sistema EDA de patronaje . (s.f.). *Patronaje de Señora VI: Drapeados*. Teikhos Tech S.L.
- Taco, V. (2013). *DISEÑO DE COLECCIONES DE LENCERÍA CON DISEÑO DE COLECCIONES DE LENCERÍA CON*. Quito. Obtenido de [file:///C:/Users/VAIO/Downloads/51587_1%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/VAIO/Downloads/51587_1%20(3).pdf)
- Xiuhtely. (26 de Octubre de 2017). *Del Haute Couture al Prêt-à-porter: una breve historia sobre la evolución de la moda*. Obtenido de <https://medium.com/revista-arena/del-haute-couture-al-pr%C3%AAt-%C3%A0-porter-una-breve-historia-sobre-la-evoluci%C3%B3n-de-la-moda-40bf3f60ec9a>
- Zak, E. I. (2016). *Métodos directos de pratonaje crativo didáctica y experimentación* . Madrid.

6.12. ANEXOS

Anexo 1. Categorías fundamentales

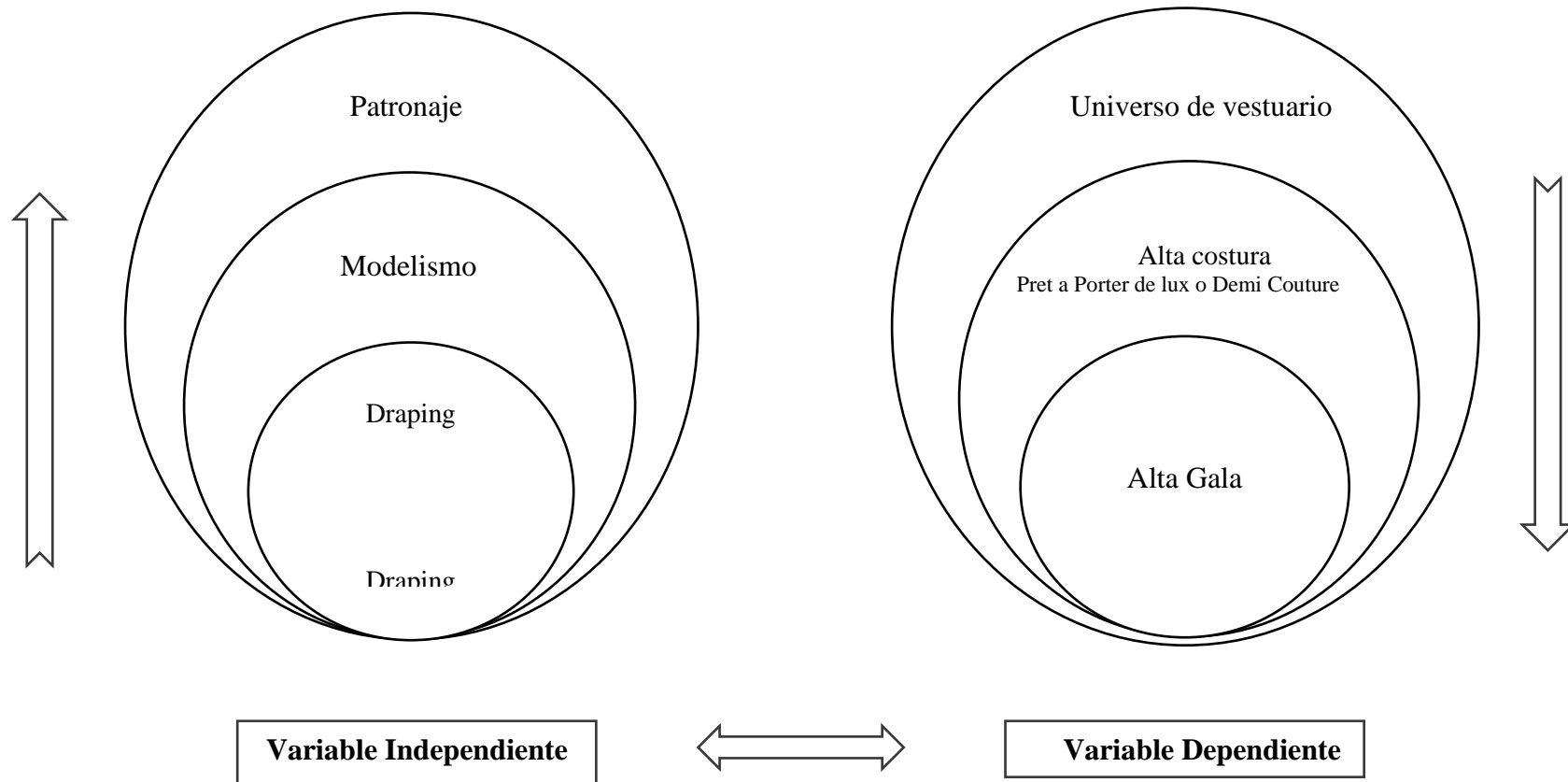


Gráfico 17 Supraordinación en la parte izquierda y subordinación en la parte derecha de variables independiente y dependiente

Anexo 2. Constelación de ideas variable independiente

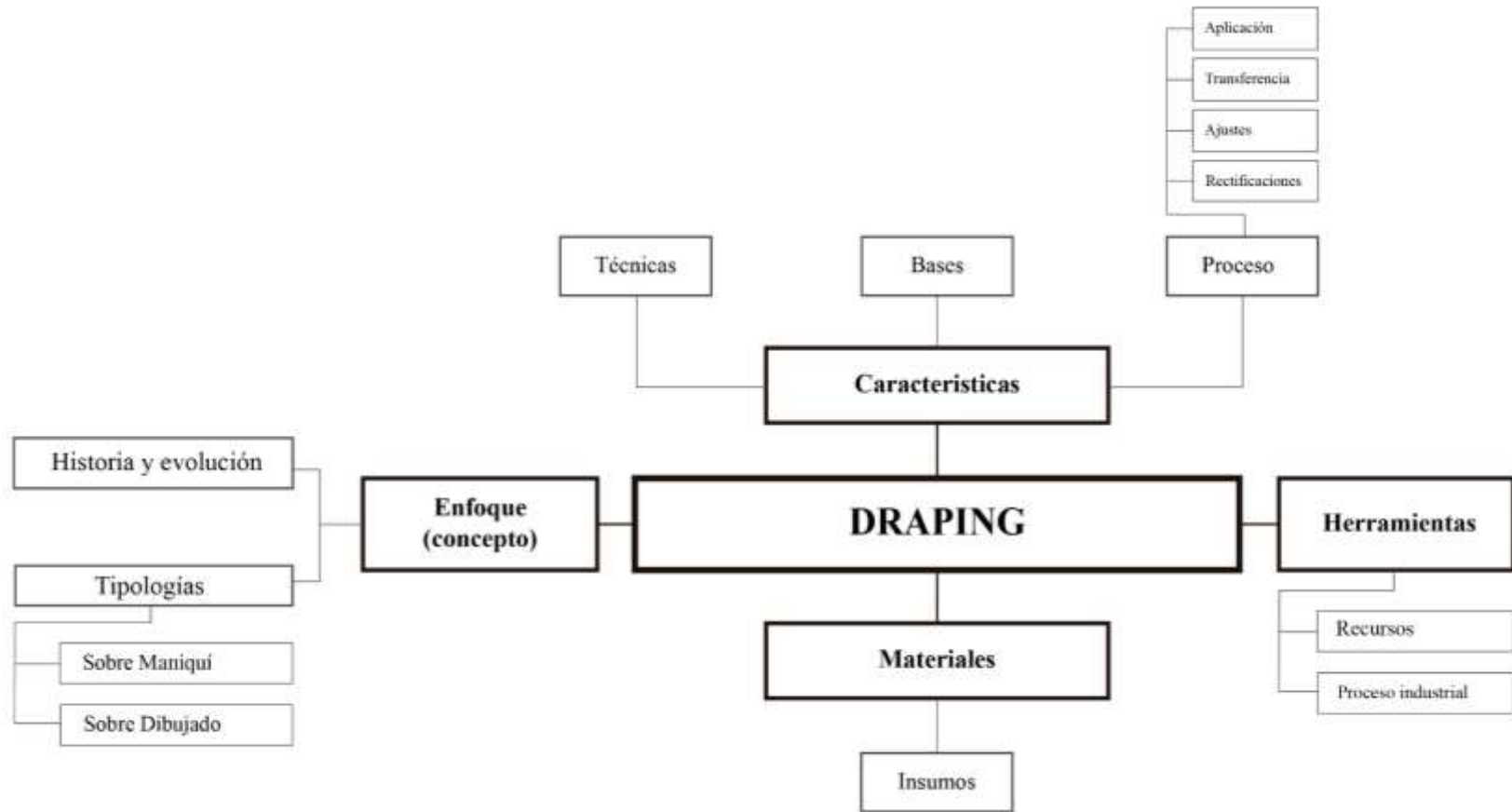


Gráfico 18 Constelación de ideas variable Independiente

Anexo 3. Constelación de ideas variable dependiente

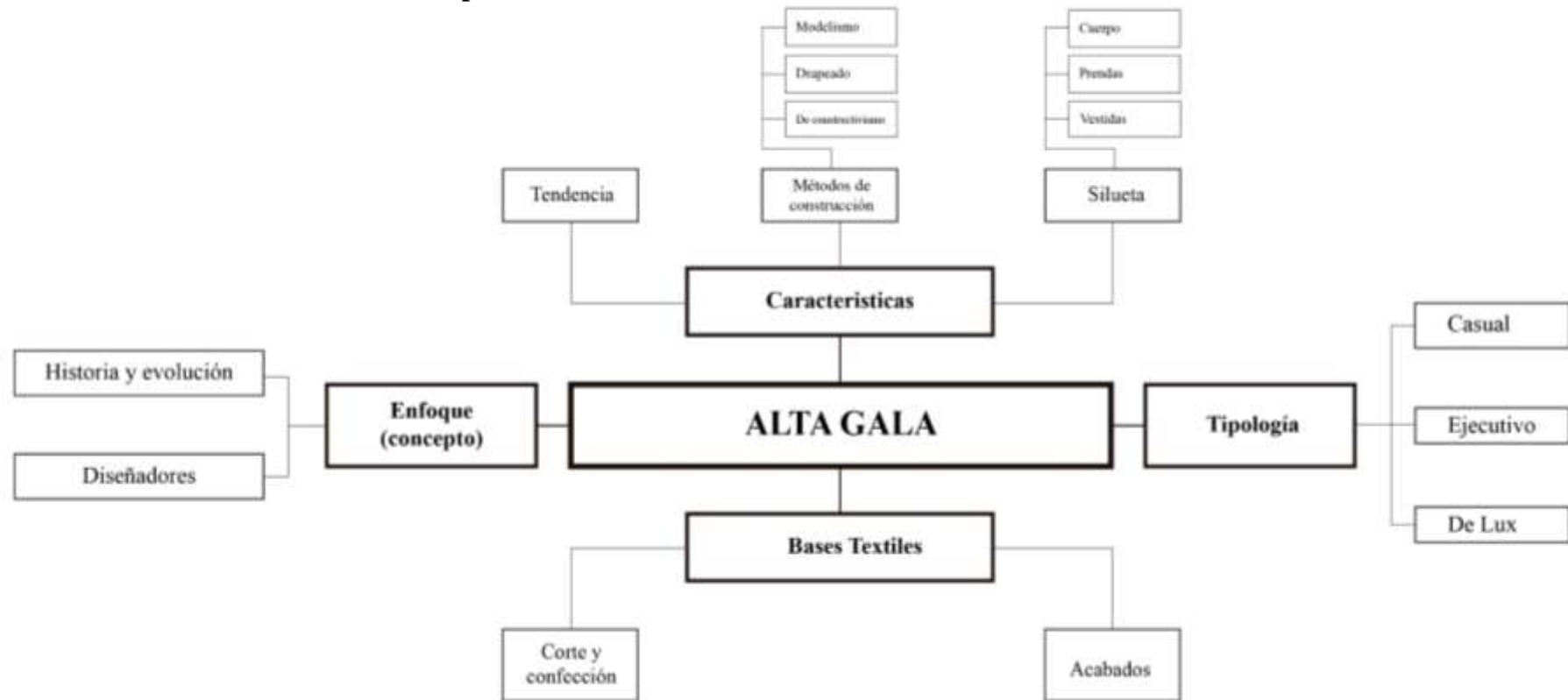


Gráfico 19 Constelación de ideas variable Dependiente