



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

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

**“Diseño de chaquetas sastre masculinas con bordados en la ciudad de
Ambato”**

Autor: Salgado Pazmiño, Alex Xavier

Profesor Guía: Ing. Guamán, Carlos Alberto

Ambato – Ecuador

Diciembre, 2016

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Diseño de Chaquetas Sastre Masculinas con Bordados en La Ciudad de Ambato”

Del alumno Alex Xavier Salgado Pazmiño, Estudiante de la Carrera de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho proyecto integrador reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre de 2016

EL TUTOR



Ing. Carlos Alberto Guamán

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “Diseño De Chaquetas Sastre Masculinas con Bordados en la Ciudad de Ambato”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son de responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, Diciembre 2016

EL AUTOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alex Xavier Salgado Pazmiño', written over a dotted line.

Alex Xavier Salgado Pazmiño

C.I. 180480925-7

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 ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Diciembre 2016

EL AUTOR



.....

Alex Xavier Salgado Pazmiño

C.I. 180480925-7

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Examinador aprueban el Proyecto Integrador sobre el tema:

“Diseño de Chaquetas Sastre Masculinas con Bordados en la Ciudad de Ambato”, del Sr. Alex Xavier Salgado Pazmiño, estudiante de la carrera de Ingeniería en Procesos y 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, Diciembre 2016

Para constancia firman:

.....

Presidente

NOMBRE:

C.I.

.....

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

.....

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, mis padres, hermanos y sobrino por regalarme la oportunidad estudiar la carrera que más amo, son quienes forman parte de mi historia apoyando mis ideas, compartiendo mis éxitos y aprendiendo de mis tropiezos, velando siempre mi bienestar. He aprendido que en la vida si luchas con ahínco las metas se cumplen y los desafíos se logran.

Gracias por estar siempre a mi lado.

AGRADECIMIENTOS

Estoy eternamente agradecido con Dios, con mis padres por el esfuerzo brindado, de ellos he aprendido la valentía de seguir adelante. A mi padre Rigoberto Salgado y mi madre Georgina Pazmiño por ser mi apoyo en esta vida son lo que más amo, mis hermanos Gabriela y Joshua por siempre brindarme ánimos. Gracias a mi Abu Georgina Rosero por acompañarme.

A mi tía Sarita Pazmiño por apoyarme incondicionalmente, a mi primo Daniel Moreta quien es un gran ejemplo a seguir, a mi querida y siempre recordada amiga Judy Salazar quien me enseñó la valía de luchar por mis sueños. Un grato agradecimiento al Mtr. Ab. Andrés Espín Barroso por creer en mi talento, por enseñarme que hay que levantarse con una sonrisa pues todo es pasajero, mostrándome lo asombroso que es vivir y que proyectarse desafíos es muy importante para existir.

Gracias por formarme como hombre para la vida.

ÍNDICE GENERAL
PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA.....	iii
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
PÁGINAS PRELIMINARES.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	x
RESÚMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRACT.....	xii

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

1. Investigación	2
1.1 Problema/ Oportunidad de Diseño detectada.....	2
1.2 Objetivos	2
1.3 Justificación	2
1.4 Contextualización	4

CAPÍTULO II

2. Marco referencial	8
2.1. Equipo de formación y experiencia / organigrama	8
2.2.2 Diseño Identitario.....	27
2.2.3 Culturas ancestrales	29
2.2.4 Semiótica de la cultura jama coaque.....	46
2.2.5 Manufactura	46
2.2.6 Alfarería	58
2.3. Alianzas estratégicas.....	62
2.4 Análisis estratégico (FODA).....	63
2.4.1. Fortalezas	63
2.4.2. Debilidades	63
2.4.3. Oportunidades	63
2.4.4. Amenazas	64
2.4.5. Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas.	64
2.5. Perfil del cliente	65
2.6 Descripción del mercado objetivo.....	66
2.7 Pronóstico del mercado potencial	67

2.8 Marcas Referentes	67
-----------------------------	----

CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico.....	73
3.1. Estudio del Mercado	73
3.1.1 Segmentación del mercado	84
3.2 Tendencias del mercado.....	86
3.2.1 Análisis de tendencias.....	86
3.3 Brief.....	88
3.4 Benchmarking.....	88
3.5 Marketing.....	89
3.5.1 Objetivo general de marketing.....	89
3.5.2 Objetivo específico de marketing	89
3.5.3 Estrategia marketing mix	89

CAPÍTULO IV

4 Desarrollo Del Producto	92
4.1 Marco General Del Proyecto De Diseño.....	92
4.1.1 Identidad del producto	92
4.1.2 Descripción del producto	94
4.1.3 Necesidad del Mercado.....	94
4.1.4 Estrategias del desarrollo del proyecto	94
4.1.5 Modelo de negocio.....	95
4.1.6 Canal de distribución	95
4.1.7 Concepto de marca.....	95
4.1.8 Estrategias de marca	96
4.1.9 Relación	96

4.2 Plan De Producción.....	96
4.2.2 Valor agregado.....	96
4.2.3 Materiales e Insumos	97
4.2.4 Gama de color	100
4.2.5 Siluetas/formas.....	102
4.2.6 Descripción etiquetas, marquillas, empaque.....	102
4.2.7 Sketcher.....	104
4.2.8 Descripción del proyecto	110
4.3 Costos De Producción.....	138
4.3.1 Costos Variables	138
4.3.2 Costos fijos.....	138
4.3.3 Costo total	139
4.3.4 Utilidad	139
4.3.5 Impuesto al Valor Agregado.....	139
4.3.6 Fichas precio de venta.....	140

CAPÍTULO V

5. Anexos	142
5.1 Bibliografía	142

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 / Organigrama Empresarial	8
Gráfico No. 2 / Organigrama Departamental	9
Gráfico N°. 3 / Evolución de la Chaqueta Sastre	20
Gráfico No.5 / Mesomorfo.....	23
Gráfico No. 6 / Endomorfo	24
Gráfico No.7 / Silueta Trapezoidal	24
Gráfico No.8 / Silueta Triángulo Invertido.....	25
Gráfico No.9 / Silueta Rectangular	25
Gráfico No.10 / Silueta Triángulo.....	26
Gráfico No.11 / Silueta Oval.....	26
Gráfico No.12 / Cultura Valdivia.....	32
Gráfico No.13 / Cultura Machalilla	33
Gráfico No.14 / Cultura Jama-Coaque.....	34
Gráfico No.15 / Cultura Jama-Coaque.....	36
Gráfico No.16 / Cultura Jama-Coaque.	35
Gráfico No.17 / Cultura Jama-Coaque.....	36
Gráfico No.18 / Cultura Jama-Coaque	36
Gráfico No.19 / Cultura Jama-Coaque.....	36
Gráfico No.20 / Cultura Jama-Coaque	36
Gráfico No.21 / Cultura Jama-Coaque.....	37
Gráfico No.22 / Cultura Jama-Coaque	37
Gráfico No.23 / Cultura Jama-Coaque.....	37
Gráfico No.24 / Cultura Jama-Coaque	37
Gráfico No.25 / Cultura Jama-Coaque.....	38
Gráfico No.26 / Cultura Jama-Coaque.....	38

Gráfico No.27 / Cultura Jama-Coaque.....	38
Gráfico No.28 / Cultura Jama-Coaque	38
Gráfico No.29 / Cultura Jama-Coaque.....	39
Gráfico No.30 / Cultura Jama-Coaque	38
Gráfico No.31 / Cultura Jama-Coaque.....	39
Gráfico No.32 / Cultura Jama-Coaque	39
Gráfico No.33 / Cultura Jama-Coaque.....	40
Gráfico No.34 / Cultura Jama-Coaque	39
Gráfico No.35 / Cultura Jama-Coaque.....	40
Gráfico No.36 / Cultura Jama-Coaque	40
Gráfico No.37 / Cultura Jama-Coaque.....	41
Gráfico No.38 / Cultura Jama-Coaque	40
Gráfico No.39 / Cultura Jama-Coaque.....	41
Gráfico No.40 / Cultura Jama-Coaque.....	42
Gráfico No.41 / Detalles de Alta Costura	49
Gráfico No.42 / Detalles de Alta Costura	49
Gráfico No.43 / Detalles de Alta Costura	51
Gráfico No.44 / Detalles de Alta Costura	52
Gráfico No.45 / Detalles de Alta Costura	52
Gráfico No.46 / Detalles de Alta Costura	53
Gráfico No.47 / Detalles de Alta Costura	54
Gráfico No.48 / Detalles de Alta Costura	55
Gráfico No.49 / Detalles de Alta Costura	56
Gráfico No.50 / Detalles de Alta Costura	57
Gráfico No.51 / Detalles de Alta Costura	57
Gráfico No.52 / Mercado Potencial	67
Gráfico N°.53 / Gustavo Moscoso	68

Gráfico Nº.55 / Dormel	69
Gráfico Nº.56 / Diego Peña.....	70
Gráfico Nº.57 / Armani	71
Gráfico Nº.58 / Paul Surridge	71
Gráfico Nº.59 / Dolce & Gabbana	72
Gráfico Nº.60 / Raf Simons	72
Gráfico No. 66 / Pregunta 6	78
Gráfico No. 69 / Pregunta 6	80
Gráfico No. 70 / Pregunta 6	80
Gráfico No. 71 / Pregunta 6	81
Gráfico No. 73 Pregunta 8	82
Gráfico No. 74 / Pregunta 9	83
Gráfico No. 75 / Pregunta 10	83
Gráfico Nº. 76 / Imagen Corporativa	92
Gráfico Nº. 77 / Colorimetría.....	93
Gráfico Nº. 78 / Textil Blue Hopsack	97
Gráfico Nº. 79 / Textil Baratheia	98
Gráfico Nº. 80 / Piel de Res	98
Gráfico Nº. 81 / Textil Olimpia Color Blanco	99
Gráfico Nº. 82 / Base Color Chaqueta	100
Gráfico Nº. 83 / Base Color Chaqueta	101
Gráfico Nº. 84 / Acentos Abalorios	101
Gráfico Nº. 85 / Complementos Abalorios e Insumos	101
Gráfico Nº. 86 / Etiqueta.....	111
Gráfico Nº. 87 / Etiqueta.....	111
Gráfico Nº. 88 / Etiqueta.....	112
Gráfico Nº. 89 / Etiqueta.....	112

Gráfico N°. 90 / Etiqueta.....	112
Gráfico N°. 91 / Pechera	113
Gráfico N°. 92 / Empaque	113
Gráfico N°. 93 / Empaque	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1 / Tipologías	13
Tabla N°. 2 / Tipos de Chaquetas Sastre	14
Tabla N°. 3 / Semiòtica de Culturas	47
Tabla N° 4 / Evaluación Cuadro FODA	65
Tabla N° 5 / Segmentación de Mercado	84
Tabla N°. 6 / Detalle de Costos	138

RESÚMEN EJECUTIVO

La necesidad de generar diseño para el segmento masculino es de gran importancia, pues es un mercado poco abarcado por la moda ya que hasta hace algunos años era solo cosa de mujeres y los hombres no pertenecían a ella, pero a medida que ha avanzado el tiempo ésta también ha ido abarcando el campo masculino. Actualmente la moda masculina tiene un lugar muy importante en nuestra sociedad a pesar de su complejidad de gustos y preferencias de este nicho de mercado, es necesario investigar, proponer y ejecutar nuevas alternativas de solución en el vestir masculino.

Generar conciencia de moda masculina ecuatoriana permitirá acceder a una nueva alternativa en la elección de la chaqueta sastre que con el paso del tiempo ha ido perdiendo su uso en las generaciones más jóvenes evidenciando que el mercado masculino es cada vez más exigente, debido a la globalización y el uso de herramientas tecnológicas que ha hecho que muchos hombres sean conocedores de tendencias de moda.

Entre los múltiples beneficios de este proyecto está el de proporcionar valor cultural ancestral en la chaqueta sastre masculina, generando nuevas propuestas en corte, patronaje manejando acabados artesanales en alta costura, reinventándola y haciéndola más moderna. Además, beneficiará al mercado masculino, pues en su gran mayoría utilizan chaquetas sastre para trabajar en corporativos e instituciones, asistir a eventos sociales donde la imagen, lucir pulcro y diferenciarse de los demás es primordial, asimismo incentivar el consumo de diseño masculino ecuatoriano.

PALABRAS CLAVES: INDUSTRIA DEL VESTIDO / ALTA COSTURA / VESTIMENTA MASCULINA

ABSTRACT

The importance of generating design for the male target is very important, because these market isn't covered by fashion industry, just few years ago it was only a matter of women where men didn't belong, however as time has progressed fashion has covered male area. Nowadays male fashion has an important place in our society despite the complexity in tastes and preferences of that target, so it is necessary to research, propose and run new alternative of solution for menswear.

Generating concience of men's fashion in Ecuador will let us access to a new alternative in the election of the tailor jacket which with the pass of time has been lost, it isn't wear by the youngest generations, that shows that the male market is more demanding, due to globalization and the use of technological tools a lot of men have become knowledgeable in fashion trend, it locates men in the contemporary consumer profile.

Between the multiple benefits of this project is giving new alternatives of selection in the men tailor jacket, generating new proposals for cuts, pattern designing for manage handcrafted finishes in couture, reinventing it, making it modern, actual and with national identity. It also will benefit to the male market because most of men wear tailor jackets when they work in corporations and other institutions, assist to protocol and not protocol events, meetings and social events where the look and making a difference from the others is a encourage the consume of male Ecuadorian design.

KEYWORDS: FASHION INDUSTRY / HAUTE COUTURE / MEN FASHION

INTRODUCCIÓN

El diseño de chaquetas masculinas con bordados en la ciudad de Ambato, surge de la necesidad de generar nuevas propuestas de moda conjuntamente con la idea de fabricar artesanalmente los abalorios e insumos empleados en la colección con el uso de materia prima alternativa diferenciadores del mercado nacional con características únicas en cada prenda. En la ejecución de la presente propuesta realizo una previa investigación del mercado de moda masculina en el Ecuador, el mismo que facilitó como resultado la aceptación de nuevas propuestas en el vestir del hombre contemporáneo que en la actualidad prefiere la distinción y elegancia.

El proyecto ofrece una nueva e interesante perspectiva en el diseño de chaquetas sastre para hombres que toma como inspiración las culturas ancestrales de la región más representativas en alfarería, así mismo se examina las distintas alternativas de patronaje, corte y confección obteniendo la silueta moderna, además se maneja técnicas artesanales y acabados en alta costura para la construcción de esta prenda que es clave en el armario masculino.

La metodología a utilizar es cuantitativa, pues ayuda a evaluar la recolección de los datos informativos que se obtienen en el Diseño de chaquetas sastre masculinas con bordados en la ciudad de Ambato, generando una explicación de esta realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva por medio de técnicas de recolección de información.

Se proyecta estimular al consumidor con un producto nuevo, artesanal y de calidad que contiene un alto valor cultural que representa el orgullo nacional histórico, que sea competitivo en el mercado y que ayude a mejorar la visión actual que tiene la industria de la moda masculina en el Ecuador.

CAPÍTULO I

1. INVESTIGACIÓN

1.1 Problema/ Oportunidad de Diseño detectada

“DISEÑO DE CHAQUETAS SASTRE MASCULINAS CON BORDADOS EN LA CIUDAD DE AMBATO”

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Generar propuestas de chaquetas sastre de moda incluyendo bordados manuales con abalorios artesanales inspirados en las principales culturas ancestrales de la región, para el segmento masculino de la ciudad de Ambato.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar conceptos y teorías básicas que apoyen al desarrollo de las propuestas.
- Determinar el mercado objetivo al cual va a estar dirigido las propuestas.
- Conocer las tendencias del contexto y de consumo
- Desarrollar una marca que abarque la idea del proyecto y el diseñador
- Materializar las propuestas

1.3 Justificación

La importancia de generar diseño para el segmento masculino es de gran trascendencia, pues es un mercado poco abarcado por la moda ya que hasta hace algunos años era solo cosa de mujeres y los hombres no pertenecían a ella, pero a medida que ha avanzado el tiempo la moda también ha ido abarcando el campo masculino. Actualmente la moda masculina tiene un lugar muy importante en la sociedad a pesar de su complejidad de gustos y preferencias de este nicho de mercado, es necesario investigar, proponer y ejecutar nuevas alternativas de solución en el vestir.

Generar conciencia de moda masculina ecuatoriana permitirá acceder a una nueva alternativa en la elección de la chaqueta sastre que con el paso del tiempo ha ido

perdiendo su uso en las generaciones más jóvenes, evidenciando que el mercado para hombres es cada vez más exigente debido a la globalización y el uso de herramientas tecnológicas que ha hecho que muchos sean conocedores de tendencias de moda.

Sin embargo, la percepción que en nuestro país se tiene de la chaqueta sastre masculina, es tradicional pues el mayor uso de esta prenda clásica lo hacen los hombres longevos (hombres de mayo edad), por tal razón el interés primordial es llegar a un mercado adulto joven, independiente que busca nuevas alternativas de vestuario formal y semi-formal, haciendo que la chaqueta sastre sea indispensable en el armario masculino dándole un toque de frescura y protagonismo con la silueta moderna y el corte actual, (Slim-Fit).

Además, la moda actual se enfoca en el mercado masculino, pues existe un incremento desde 2014, Euromonitor Internacional una de las firmas de investigación de mercadeo más importantes en el mundo de los negocios, afirma que “Las ventas de ropa, calzado y accesorios para caballeros creció un 4.5% en todo el mundo” (Revista Summa, 2016), hace que el sector de la moda evolucione y muestre un cambio radical de los patrones de producción y consumo, pues es una gran oportunidad para explotar este nicho de mercado.

Por los antecedentes mencionados, se toma como el mercado objetivo de la propuesta a los hombres, para ofrecerles chaquetas sastre con identidad, puesto que en el Ecuador existen diferentes culturas ancestrales ricas para ser utilizadas como referentes en el vestuario de las cuales se tomarán las más representativas en: creencias, actividades tradicionales, ritos, lenguajes, artes como: alfarería, agricultura, pesca; así como también por su grado de jerarquía, región y épocas. Plasmándolas a través de los abalorios e insumos que serán parte primordial de la colección.

Entre los múltiples beneficios de este proyecto está el de proporcionar nuevas alternativas de selección en la chaqueta sastre masculina, generando nuevas propuestas en diseño, corte, patronaje y confección, manejando acabados artesanales en alta costura, reinventándola y haciéndola más moderna, actual y con identidad nacional. Así mismo, beneficiará al mercado masculino, pues en su gran mayoría utilizan chaquetas sastre para trabajar en corporativos e instituciones, asistir a eventos protocolarios y no

protocolarios, reuniones y eventos sociales donde la imagen, lucir pulcro y diferenciarse de los demás es primordial. Asimismo de incentivar el consumo de diseño masculino ecuatoriano.

Lo que intenta aportar este proyecto es una investigación del mercado de moda masculina pues ha sido desatendido. En Ecuador es de gran importancia por ser un mercado en auge que debe ser intervenido por nuevas propuestas hechas por diseñadores nacionales satisfaciendo las demandas de la chaqueta sastre, además se realizará un estudio de las diversas culturas ancestrales del país fomentando el consumo de moda auténtica con valor nacional. Otra contribución importante será favorecer el desarrollo de nuevos nichos de mercados poco explotados en el país, mejorando la matriz productiva pues se incentiva al crecimiento económico del sector textil confecciones, generando nuevas fuentes de empleo y nuevos conocimientos.

1.4 Contextualización

La moda masculina a nivel mundial, se caracteriza por el nacimiento del ámbito digital en donde por medio de plataformas como las redes sociales se muestran nuevos estilos y conceptos que marcan manifestaciones personales, facilitando a los hombres información fresca de tendencias que pueden utilizar. El caballero es la nueva inspiración para la moda, pues el hombre actual se preocupa por verse bien rompiendo paradigmas antiguos y arriesgándose, usa lo que le gusta demostrando que el seguir un estilo no lo hace más ni menos hombre.

“El hombre actual está en una búsqueda constante de una imagen que transmita profesionalismo, por ello invierte en ropa y ha retardado el tiempo en que contrae matrimonio y tiene hijos. La generación DINK (doble ingreso y sin hijos) ha aumentado su interés en gastar en un buen guardarropa y sus compras se orientan al cuidado de la imagen. De acuerdo con un estudio elaborado por Scotiabank, 23% de hombres entrevistados que pertenecen a esta categoría ocupa su dinero en salir de shopping.” (Montes, C. 2015)

El enfoque de los hombres en la actualidad apunta hacia el desarrollo profesional y personal, para ello se preparan académicamente cada vez con mayor seguridad de lo que

desean para sus vidas incluyendo la sensación que les da el experimentar diversas culturas al viajar por el mundo conociendo nuevas perspectivas de ritmos para convivir, por tanto buscan el empleo deseado, ese que les hace sentir realizados y exitosos, para complementar ello necesitan renovar constantemente su imagen invirtiendo en ropa, accesorios, tecnología y belleza, entonces la moda empieza a formar parte de su diario vivir.

A nivel de Latinoamérica la moda masculina ha tenido un menor impacto que en el resto del mundo debido a que la cultura sigue tradiciones, costumbres y creencias que se enseñan, haciendo que perduren entre las generaciones siguientes. El hombre latino se idealiza como el “hombre macho tradicional”, aquel que no debe mostrar sus sentimientos, siendo en su mayoría conservadores y rechazando ciertas conductas como el vestir de un color que no es acorde con lo que se considera varonil. Por tanto la moda no ha sido un aspecto fundamental en sus vidas.

Países como Colombia, Brasil, Argentina, México y Perú son los referentes de moda en toda Latinoamérica, debido a su reconocimiento a nivel mundial, estos países han apostado por dar importancia y brindar mayor apoyo al sector textil, confecciones y en sí al desarrollo de moda, ya que han evidenciado que este mercado participa activamente en la industria y economía de cada país aportando al desarrollo de fuentes de trabajo, creando la necesidad de preparar así como de educar a especialistas de la moda que se encarguen de impulsar, promocionar y promover a cada país proyectándose con entusiasmo a nivel internacional.

Actualmente la moda masculina en Latinoamérica está viviendo un mayor auge que en las décadas anteriores, debido a la globalización que ha hecho posible el intercambio de bienes y productos, contribuyendo a que todo el mundo se integre. Además la tecnología hace que la información esté disponible en tiempo real, verificando los acontecimientos diarios de lo que sucede en todo el planeta. Así mismo el hombre latino actual es más culto, educado y busca permanentemente el éxito en su carrera profesional.

Ecuador, un país encaminado a cambiar el desarrollo de sectores estratégicos y prioritarios como lo es el sector textil – confecciones siendo esta industria como una de

las principales empleadoras de personas en el país, es la tercera prioridad importante para generar riquezas diversificando su producción apuntando a la exportación dando a conocer el producto ecuatoriano al mundo, sin embargo y a pesar de los logros que ésta ha conseguido en los últimos años se ve seriamente afectada por el ingreso de cadenas de moda extranjeras que cada vez apuntan hacia mercados latinos.

La moda masculina en Ecuador no ha tenido mayor trascendencia a comparación de la moda femenina, puesto que los hombres ecuatorianos son sencillos, austeros y no han demostrado interés en la moda, no obstante desde que cadenas de moda europeas ingresaron al país, la imagen del hombre ecuatoriano actual está evolucionando, así como también su percepción de aceptar cambios estéticos está en transición, puesto que se va interesando poco a poco por el cuidado de su apariencia y como se proyecta hacia la sociedad donde se desenvuelve.

Actualmente son más los hombres ecuatorianos que optan por lucir pulcros, sofisticados y modernos, todo esto gracias al poder de influencia de las nuevas tecnologías con la influencia de las redes sociales que son el mayor auge del país. Por ende se dejan seducir por las nuevas tendencias, a pesar de esto en el país no existen suficientes diseñadores de moda que oferten nuevas y frescas propuestas para el mercado masculino, debido a que es un target complejo que necesita ser estudiado con cuidado para identificar sus gustos y preferencias como consumidores.

La Provincia de Tungurahua en los últimos años ha desarrollado y evolucionado la industria textil y de la confección, pues localizarse en el centro del país le ha permitido que la producción se centralice y tenga importancia dentro del sistema productivo, ocupando el cuarto lugar en producción de textiles y confección de prendas. La manufactura intensifica la mano de obra, creando mayores plazas de empleo, haciéndola apetecible en la inversión y por lo que fomenta que muchas de las personas opten por especializarse en el sector de la moda.

La moda masculina en la provincia es limitada puesto que los hombres aún son demasiado conservadores sin darle importancia a su imagen personal y en sí a su forma de vestir. Actualmente la vestimenta en los hombres de la provincia está cambiando de a poco, esto debido a que la mayoría estudia y se prepara en una carrera universitaria

donde se desenvuelve socialmente y va adoptando cambios en su forma de presentarse como futuro profesional hacia los demás. La forma en la que un hombre se viste y el cómo proyecta su imagen personal en su círculo social transmite el éxito que desea alcanzar.

En Ambato existen pocas empresas que se dedican al mercado de moda masculina, los pocos empresarios que se desenvuelven en este mercado son los sastres, que se ven afectados por que en la actualidad pocos son los hombres que usan trajes formales, no obstante la chaqueta sastre masculina semi-formal y casual es una de las prendas favoritas dentro de los hombres de la ciudad pues otorga la elegancia necesaria para acudir a cualquier sin la necesidad de estar vestido completamente de traje.

Es necesario mejorar y explotar la habilidad de diseñadores en el mercado de la moda masculina pues es un ámbito poco estudiado que puede ser explotado, cumplir con sus necesidades y generar mayor estabilidad a la moda para hombres en el Ecuador hacia una visión internacional. Con la implementación de la tecnología en los últimos años la moda masculina podría tener hoy un gran impacto en Ambato puesto que las actuales generaciones están más informadas adoptando la necesidad de verse, sentirse y lucir actual.

Con base en ello y por tanto es importante reinventar la moda masculina de la ciudad dándole fuerza y modernizándola sin dejar de lado la sobriedad que caracteriza a los hombres de la región explotando al máximo nuestras culturas ancestrales que proporcionan coloridos, formas y texturas que pueden ser implementadas en la moda como fuente inspiracional, por medio de insumos que pueden ser incluidos de forma artesanal en cada prenda elaborada para este nicho de mercado, aportando a la moda con influencias culturales de nuestro país.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. EQUIPO DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA / ORGANIGRAMA

Organigrama Empresarial

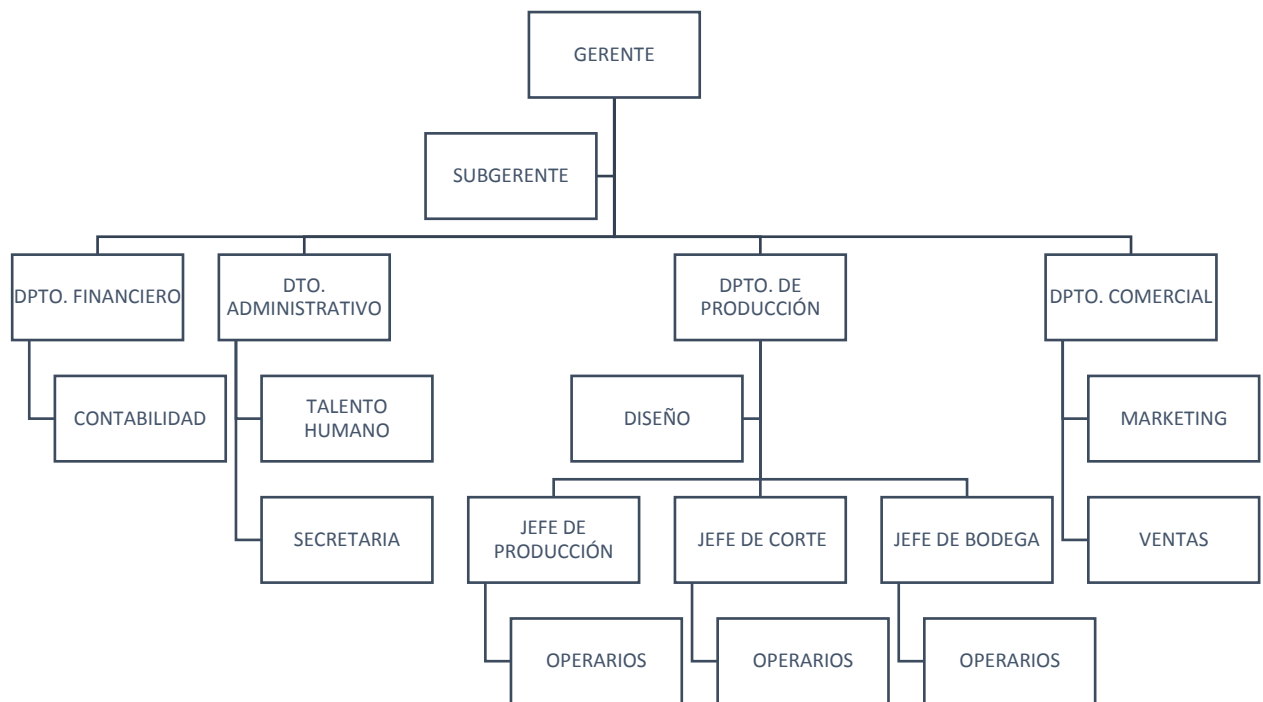


Gráfico No. 1 / Organigrama Empresarial

Organigrama Departamental

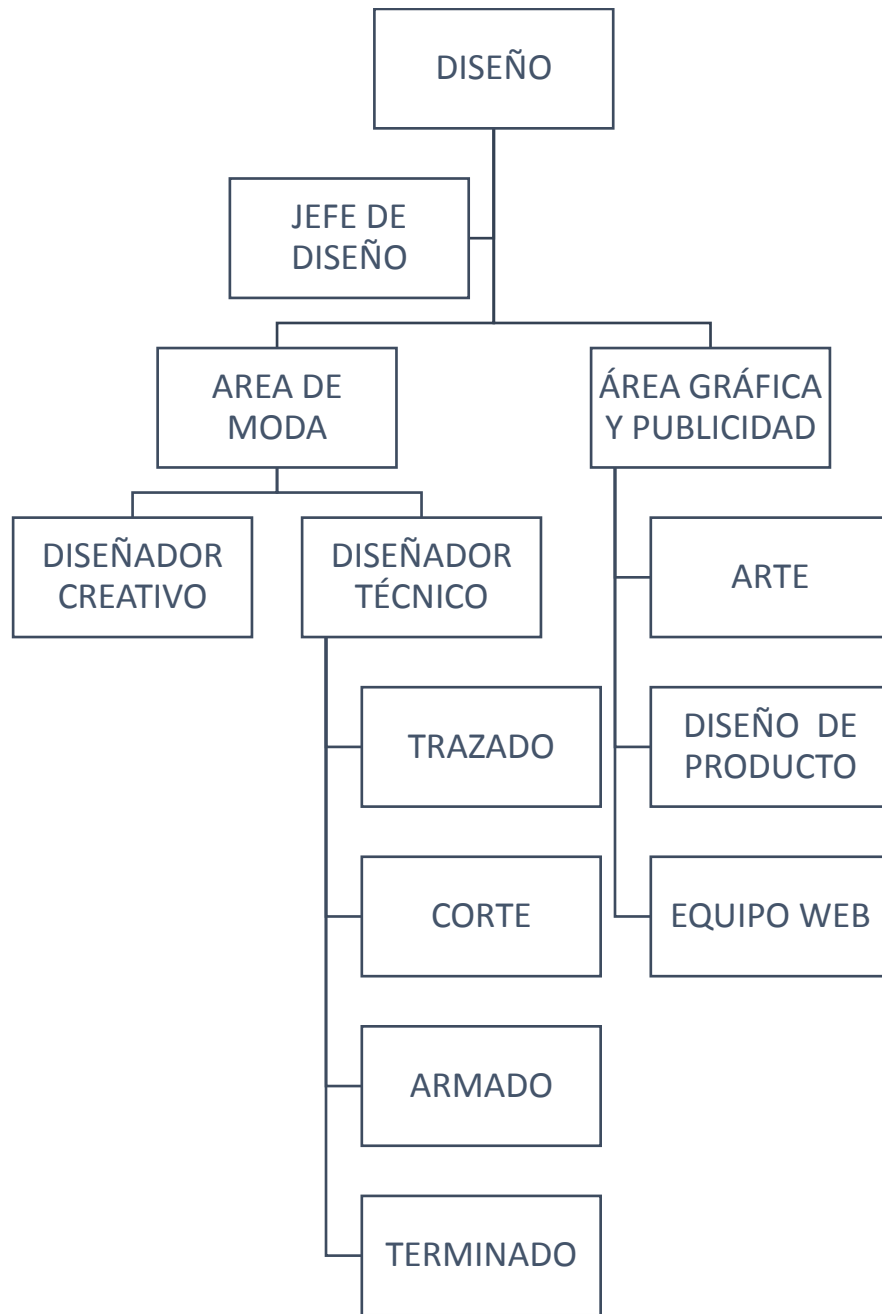


Gráfico No. 2 / Organigrama Departamental

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 DISEÑO DE MODA

2.2.1.1 Definición

En el caso del vestuario, moda significa la forma particular de vestirse cada temporada...el ciclo de la moda es corto y cambia prácticamente dos veces por año. (Lando, L. 2009)

La moda es un modo de expresión que persistentemente está unido a lo estético y a lo funcional, haciendo que las personas la usen como referencia para mostrar su cultura su individualidad, ayudando así a crear su propia identidad ante la sociedad. Determinando un estilo impulsado a combinar prendas y accesorios, siguiendo parámetros de moda y colocándoles personalidad. Hasta hace algunos años la moda era solo para las mujeres, sin embargo los hombres no tenían cabida en ella, pero en el transcurso de esta última década la moda también ha variado y ha influido en el mercado masculino gracias a las nuevas tecnologías y estando permanentemente online ha hecho que hoy en día los hombres elijan lo que quieren y prefieren usar.

En la actualidad la moda es muy importante en la vida del ser humano tanto como el uso de la misma y su estudio así como otros elementos de análisis, pues presenta muchas definiciones conforme la disciplina que se ocupe de ella. De ahí que no es lo mismo moda para la antropología que para la sociología, contemplándose que para la antropometría el vestirse es cubrir el cuerpo con telas, mientras que la sociología analiza el vestirse como medio de diferenciación social. Por todo esto, se considera que moda es un híbrido entre la necesidad que se tiene de vestirse y la exigencia social. Con respecto a entender que es moda, Joanne Entwistle. (2002, P 34). Afirma que:

“La moda no es una mercancía, sino un atributo con el que algunos estilos están dotados, y no todo es moda, pues se necesita que una forma de vestir sea llevada por alguna persona para que sea reconocida como tal, y que es además claramente un referente de la clase social, pues la capacidad de seguir la moda está muy determinada por los ingresos que tiene el individuo, incluso su ocupación también incide en el uso de la moda”

La moda va cambiando su concepto y la apreciación de los individuos a través del tiempo, sin embargo la moda es excluyente y discriminatoria debido a que dicta y clasifica los estatus sociales, apreciando solo a quienes pueden acceder a ella. La necesidad de adquirir prendas y accesorios que sean actuales está en el imaginario colectivo de cada individuo que siente que necesita destacar y diferenciarse dentro de su grupo social. Desde el surgimiento de la modernidad y la postmodernidad, la moda ha tomado un gran protagonismo, que cada vez va en aumento llegando hoy en día a posicionarse en el mercado masculino.

Para Veblen, (p 175). : *“La moda es algo que tiene relación con lo que es consumo ostentoso y existe simplemente porque hay sociedad, es decir, porque hay alguien más que se fija en lo que usan los demás.”*

La moda no solo trata al individuo como un miembro de la sociedad, la moda abarca a toda sociedad clasifica su estructura y marca tendencias impuestas que dictan lo que se debe y no se debe usar haciendo que la sociedad se preocupe por la moda, interrogando el porqué de la ropa y explorando la relación de la moda con los miembros que habitan en sociedad.

2.2.1.2 La moda y la Imagen

La Moda ha sido culpada por muchos años de promover estereotipos de belleza pocos sanos, que crean en las personas una imagen fantástica sobre cómo debería verse una persona normal. A las personas se les olvida que la mayoría de los mensajes que se reciben en relación a la imagen; viene de comerciales, películas, series y medios impresos, y que solo una pequeña parte de esos mensajes está directamente relacionado con la belleza superficial.

La Moda y todos los medios que generan imagen se han encargado de crear mensajes visuales que hacen conceptos intangibles como: riqueza, éxito, felicidad, salud, belleza y glamour, y estos están directamente relacionados con el tributo al cuerpo pues es lo que los vuelve materiales.

El cuerpo y la mente son entidades que trabajan juntas para funcionar, y con tal de alcanzar estándares imposibles somos capaces de exigir hazañas impensables al físico

para que la percepción de nuestro cuerpo corresponda con aquellas imágenes que nos han sido implantadas en la cabeza. Así como no compramos la idea de la fantasía de que los humanos pueden volar, tampoco deberíamos comprar la fantasía de que todos podemos parecer modelos cuando se trata de un cuerpo con un somatotipo completamente diferente. Los mensajes comerciales están pensados para mostrar la moda (prendas, accesorios y complementos), es claro que existe una brecha importante entre la forma en que se conceptualiza al negocio, y el mensaje último que están recibiendo los consumidores. Pareciera que se habla de cambiar la ropa y el mensaje que los consumidores reciben se trata de cambiar el cuerpo. Claramente hace falta reenfocar la comunicación para que todos y cada uno de los consumidores se sientan representados dentro de las campañas de las marcas, que exista una mejor apreciación de los diferentes estilos de belleza y nadie tenga que poner en juego su salud por encajar en un estereotipo fantástico.

2.2.1.3 Productor de Moda


Con una idea previa pensada y desarrollada en el imaginario colectivo de lo que el cliente quiere, los productores de moda, buscan, recorren, interpretan, deciden, seleccionan, combinan, acomodan, visten y logran que los modelos junto con el vestuario, el estilismo de imagen y el contexto cumplan con las expectativas de lo que se quiere proyectar al cliente.

El objetivo principal de un productor de moda por medio de características diferenciadoras hace que su producto sea innovador y este se considere moda, el mismo que pueda llegar a ser tendencia dentro de un grupo social.

2.2.1.4 Tipologías

Tabla N°. 1
Tipologías

<p>PANTALÓN SASTRE</p>	<p>Son una pieza clave de la indumentaria masculina. Los pantalones de hombre se definen por los detalles, el tejido y los acabados. Estos tres aspectos deben tomarse en cuenta a la hora de diseñar pantalones, así como los acabados.</p>	
<p>CHALECO SASTRE</p>	<p>Buen resultado del chaleco depende en gran parte del pantalón. Para lucir un elegante chaleco es totalmente necesario que el pantalón tenga una altura de caja algo superior a lo habitual, para así poder hacer un chaleco corto. De esta manera, se consigue estilizar y alargar la figura de la persona que lo viste.</p>	
<p>CAMISA</p>	<p>La camisa de hombre originalmente se llevaba como prenda interior. En la actualidad proporciona el complemento perfecto para vestir formal e informal.</p>	


<p style="text-align: center;">CHAQUETA SASTRE</p>	<p>La Chaqueta de tweed a menudo asociada con el estilo campestre británico, la chaqueta de tweed normalmente es recta, con dos o tres botones frontales, bolsillos de cartera, una abertura en el bajo del centro espalda (vestigio de la chaqueta del traje de montar) y, ocasionalmente, botones de piel y coderas. Algunas versiones estadounidenses y otras europeas llevan la abertura de la espalda en los laterales y tienen una construcción más relajada. La chaqueta de tweed representa la unión entre la tradición y la continuidad, y abarca diferentes estilos, ocasiones y gustos, con una extensa variedad de diseños de tejido, como el tweed Harris, el tweed Donegal, el tweed espiga, el motivo de pata de gallo y el cuadro Shepherd.</p>	
---	---	---

Fuente: Hopkings, J. (2011).

Tipos de chaquetas sastre

Tabla N°. 2

Tipos de Chaquetas Sastre.

<p style="text-align: center;">TRADICIONAL</p>	<p>Prenda exterior para el torso, con mangas que se llevó por primera vez en el siglo XV, con frecuencia sobre un jubón. Usualmente se abrocha por delante. Suele ser más ligera de peso y más corta, pues no llega más abajo del muslo, puede formar parte de un traje.</p>	
---	--	---

<p>AMERICANA</p>	<p>Proviene del look universitario de Estados Unidos, es versátil debido a la variedad de colores que se pueden utilizar en materiales como sarga de algodón y de lino. A este modelo se le puede añadir bolsillo tipo parche poniéndole un parche o insignia en el bolsillo del pecho.</p>	
<p>CRUZADA</p>	<p>Chaqueta que se cierra al frente con botones, superponiéndose ampliamente sus laterales y cubriendo la zona del pecho. Con la prenda abrochada se aprecia una doble línea de botones. En el pasado las dos eran funcionales, pero hoy en día la parte interior es con frecuencia sólo decorativa.</p>	
<p>ESMÓQUIN</p>	<p>Esmoquin o smoquing, chaqueta formal masculina para la noche, normalmente negra, con cuello forrado de raso. Se lleva con pajarita como parte del traje de etiqueta. Proviene de una chaqueta informal hecha de terciopelo, seda u otro tejido lujoso, a veces acolchada para que abrigara más y fuera más cómoda.</p>	
<p>BLAZER</p>	<p>Chaqueta ligera que se parece a la de traje, aunque normalmente no lleva forro y puede tener bolsillo de plastrón y botones de metal. Se utiliza desde la década de 1980 del siglo XIX, época en la que se confeccionaba usualmente con franela y era de colores vivos o de rayas (hoy es más común encontrarla de color azul marino). A menudo forma parte del uniforme de colegiales o de miembros de</p>	

	clubes deportivos. El nombre proviene de Las chaquetas de franela que llevaban los miembros del Lady Margaret Boat Club del St. John's College de Cambridge, que era de un rojo <<llameante>> (<i>blazing</i> en inglés).	
--	--	--

Fuente: Hopkings, J. (2011).

Evolución de la chaqueta sastre

Es una de las prendas más antiguas, el término chaqueta data de 1600, que proviene de "Jaques" un nombre muy usado en Francia por los campesinos. Nace por la revelación de los campesinos en la guerra de los cien años, como abrigo que les protegía del ataque de las armas. La chaqueta sastre de hombre evoluciona de acuerdo a los acontecimientos sociales que marcaron cada época, es así que se empieza por:

Edad Media: es caracterizada por el mundo bizantino, el cual aportó lujo, nueva variedad de telas y bordados en las prendas con oro y piedras preciosas.

Para los guerreros medievales utilizaban la cota de malla, una especie de armazón de hierro que cubría desde la cabeza hasta encima de la rodilla.

Una de las prendas clave de esta época fue el Jubón, prenda masculina que se podría decir que es la primera chaqueta a medida para los hombres de la clase alta.

Renacimiento, Barroco y Rococó: la preocupación por expresar la riqueza por medio de la indumentaria toma fuerza en estas épocas denominadas como el florecimiento del hombre.

Durante el renacimiento se puso de moda el estilo "acuchillado", El acuchillado se caracteriza por tener las costuras abiertas, o cortar deliberadamente una prenda dejando visible el forro de la misma.

En la época del Barroco el arte se encasilló a realzar la belleza de la figura humana. La ornamentación empezó a caracterizarse por rosas y formas naturales que expresaban

encanto y delicadeza. El hombre empezó a utilizar chaquetones largos, con hombros caídos y de gran amplitud.

El Rococó fue una de las épocas más expresivas en la indumentaria, la arquitectura y el arte; debido a la exageración opulenta de la clase alta. El distintivo en la ropa estuvo dado por la fantasía, finos detalles, tejidos delicados como la seda, los brocados y los encajes. La ropa masculina estaba decorada tan ricamente que parecía afeminada; tenía muchos volantes y bordados, y muchos encajes. El chaleco era corto, así como las mangas. Los pantalones llegaban hasta la rodilla y estaban complementados con unas medias blancas.

1800's:

En esta época los atuendos se volvieron más austeros, entre los hombres surge el dandinismo que su forma de vestir incluía pantalones, camisa, chaleco y saco; los accesorios que utilizaban era sombrero de copa y bastón.

Durante en nuevo siglo, denominado la era de los diseñadores la moda es característica en cada década así tenemos

1920:

Vestir de traje era esencial para la figura masculina de la denominada época dorada, En los años veinte, la moda masculina se caracterizó por las chaquetas de talle muy alto, a menudo se usaban con las correas. Las solapas en las chaquetas de traje no eran muy amplias, ya que tendían a ser abrochadas hasta el cuello, en esta década el sobretodo cobro fuerza en los hombres de la clase alta. Sus accesorios incluían sombrero, bastón y guantes.

1930:

Después de que suceder la famosa denominada “Gran Depresión”, por lo que la paleta de colores de esta década se hizo más tenue, la colorida y brillante paleta que se usó en los años veinte pasaron de moda. La chaqueta blanca se incluyó en el armario masculino y estas se usaban con lazos de arco negro y pantalón negro adornado con ribetes en las costuras laterales.

1940:

Debido a los acontecimientos de la segunda guerra mundial, era imposible ir a ninguna parte sin ser conscientes de lo sucedido, porque los hombres estaban uniformados y las mujeres en los servicios médicos auxiliares eran hechos cotidianos. La influencia del estilo militar se hizo evidente durante esta época en el vestir masculino. La silueta de la chaqueta sastre estaba influenciada por los materiales y largos que servían como protectores del frío de la temporada.

1950:

El estilo teddy boy, surgió como una moda de la clase trabajadora de hombres jóvenes, este estilo consistía en vestir chaquetas de ajuste largo con puños en las mangas, en combinación con chalecos y pantalones de tubo estrechos. Durante esta época influencias musicales como el Rock 'n' Roll tuvieron notoriedad en la sociedad lo que influyó en el vestir.

1960:

Debido a los movimientos de rivalidad entre bandas y el surgimiento de la rebeldía durante esta época. Surgieron los mods y los rockers.

Cada estilo estaba bien marcado y era diferenciado. Los mods vestían de forma pulcra y cuidadosa, preferían los trajes de ajuste italiano, las chaquetas de solapas eran estrechas. Mientras que los rockers mostraban aspectos descuidados, estos vestían con chaquetas negras de piel al estilo motorizado.

1970:

Durante esta década surgen varios movimientos entre los más representativos están: los skinheads y los hippies. Los skinheads tenían la cabeza rapada como símbolo de anarquía y rebeldía contra el sistema común. Los hippies vestían con siluetas amplias pues su filosofía de vida era hacer el amor y no la guerra. La silueta de la chaqueta sastre era amplia, las mangas eran acampanadas y los colores eran vibrantes.

1980:

Se renueva la adoración y culto al cuerpo, nace el estilo hip-hop y este se caracteriza por la utilización de prendas amplias y de estilo deportivo. La chaqueta sastre se enmarca como símbolo de opresión del hombre tradicional, aquel que se casa, tiene familia y trabaja en corporativos. La silueta de la chaqueta sastre se caracteriza por ser amplia, las solapas se ensanchan y se vuelve común los tres botones.

1990:

La moda definida en los años 90 se puede definir como un impulso de las personas por marcar su individualidad por medio de su vestimenta, ya que después de muchos años de tendencias y modas, la gente llegó a la conclusión de que no se estaban expresando con libertad. Es por eso que la moda de los 90 se basaba en la variedad y no en una tendencia específica y duradera. Lo que, esta época la moda se convirtió en algo casual, con lo que las personas se sentían cómodas sin darle mucha importancia a la opinión de los demás o a las tendencias.

2000:

Entrando al nuevo milenio, la moda se volvió retrospectiva y se empezó a utilizar y mezclar lo que se usaba en el siglo anterior. La silueta de la chaqueta sastre empezó a ceñirse al cuerpo y los materiales usados en su confección se volvieron versátiles, como la implementación de los tejidos de punto en la elaboración de esta prenda clásica.

2010-Presente:

La chaqueta sastre empieza a retomar el protagonismo que tuvo en el siglo anterior, sin embargo, los materiales utilizados cada vez aportan al confort del cliente. El uso de textiles inteligentes, prendas ergonómicas, calidad, valor y la estética de la misma ha hecho que esta prenda surja y se vuelva indispensable en el guardarropa de todo hombre que desea proyectar su éxito.



EDAD MEDIA



RENACIMIENTO-BARROCO-ROCOCO



1800'S



1920'S



1930'S



1940'S



1950'S



1960'S



1970'S



1980'S



1990'S



2000'S



2010-2017



Grafico N°. 3 / Evolución de la Chaqueta Sastre

2.2.1.5 Siluetas

Según: Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Paidós. A “La silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo e implica una representación bidimensional o plana. Es la proyección de un cuerpo sobre un plano, a partir de la cual se podría leer la figura de ese cuerpo, delineado en sombra sobre una superficie”

Silueta corporal

Los somatotipos se refiere a el tipo de contextura corporal, que viene dado por naturaleza y genética, define en muchos aspectos qué tan fácil o difícil es cambiar la figura. (FITSEVEN, 2014) Mostrando los diferentes tipos de somatotipos que pueden ser:

2.2.10.1 ECTOMORFO

Los individuos pertenecientes a este tipo somático suelen ser delgados con extremidades largas, igualmente su estructura ósea es delgada. Suelen estar por debajo del peso considerado "normal" y tienen dificultades para ganar peso. Su metabolismo es acelerado, aprovechando muy poco de los alimentos ingeridos.

Características distintivas del ectomorfo:

- Dificultad para ganar peso y músculo
- Cuerpo de naturaleza frágil
- Pecho plano
- Frágil
- Delgado
- Ligeramente musculado
- Hombros pequeños



Gráfico No.4 / Ectomorfo
Fuente: (FitSeven, 2014)

2.2.10.2 MESOMORFO

Tienen una estructura óseo-muscular sólida, con torso largo y pecho desarrollado. Tienden a ser personas fuertes, musculosas y atléticas por naturaleza. Ganan músculo con facilidad y es el tipo somático ideal para el culturismo y casi cualquier deporte que implique fuerza y musculatura: aun entrenando sin demasiada constancia y siguiendo una dieta regular, obtendrán unos buenos músculos, destacándose muy por encima de los otros tipos somáticos.

Características distintivas del mesomorfo:

- Atlético
- Cuerpo duro
- Forma de "reloj de arena" en mujeres
- Forma cuadrada o en V en hombres
- Cuerpo musculado
- Excelente postura
- Gana músculo fácilmente
- Gana grasa con más facilidad que el ectomorfo
- Piel gruesa



Gráfico No.5 / Mesomorfo

Fuente: (FitSeven, 2014)

2.2.10.3 ENDOMORFO

Estos cuerpos tienden a acumular grasa, las caderas son redondeadas, la cara es redonda tienen poca musculatura y cuello corto. Los individuos endomorfos tienen tendencia al sobrepeso: acumulan grasa con facilidad. Suelen estar por encima del peso medio de la población. Ha de enfocar sus esfuerzos en perder grasa, mientras que el ectomorfo debe esforzarse por ganar masa. Deben incluir en su programa de entrenamiento una mayor cantidad de trabajo aeróbico para mantenerse bajos en grasa.

Características distintivas del endomorfo:

- Cuerpo blando
- Músculos infradesarrollados
- Físico redondo
- Dificultad para perder peso
- Gana músculo fácilmente



Gráfico No. 6 / Endomorfo

Fuente: (FitSeven, 2014)

Silueta de moda

Según: Antonio, Asesor de imagen – “Say it Gentle”: Las siluetas masculinas se dividen en cinco, y hay que tener en cuenta que siempre se desarrollará una silueta que se considerará la ideal según los cánones actuales de belleza y en las demás siluetas se actuará para potenciar e intentar conseguir el resultado más parecido a la silueta ideal.

TRAPEZOIDAL

Es aquella en la que se tiene los hombros más anchos que la cintura y las caderas. Esta es la silueta considerada como **la “ideal”**, ésta silueta será la que tomaremos como referente para llegar con respecto al resto de siluetas.



Gráfico No.7 / Silueta Trapezoidal

Fuente: (Antonio-Asesor de Imagen SAY IT GENTLE, 2013)

TRIÁNGULO INVERTIDO

En esta silueta se tiene la **cadera y cintura mucho más estrecha** en comparación con los hombros creándose una desarmonía.



Gráfico No.8 / Silueta Triángulo Invertido

Fuente: (Antonio-Asesor de Imagen SAY IT GENTLE, 2013)

RECTANGULAR

Es aquella silueta en la que **los hombros llevan la misma línea que las caderas**. De este modo es necesario potenciar los hombros y suavizar las caderas para conseguir la silueta perfecta.



Gráfico No.9 / Silueta Rectangular

Fuente: (Antonio-Asesor de Imagen SAY IT GENTLE, 2013)

TRIÁNGULO

En esta silueta los hombros son más estrechos que las caderas y además son caídos, dando la apariencia de un triángulo.



Gráfico No.10 / Silueta Triángulo

Fuente: (Antonio-Asesor de Imagen SAY IT GENTLE, 2013)

OVAL

Es la silueta en la que los hombros son más estrechos que la cadera y con una pequeña sinuosidad de la cintura.



Gráfico No.11 / Silueta Oval

Fuente: (Antonio-Asesor de Imagen SAY IT GENTLE, 2013)

2.2.2 Diseño Identitario

2.2.2.1 Identidad Social

El concepto de identidad social fue propuesto por Tajfel (1982) quien "...entiende la identidad social como aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia". La hipótesis de la que parte Tajfel es la idea que cada individuo tiene de sí mismos en relación con el mundo social que les rodea.

Colectiva

La identidad colectiva es la agrupación de varios individuos que comparten formas, maneras de vida y conocimientos dentro de una sociedad. Estas agrupaciones se construyen a base de manipulaciones ideológicas como: la raza, rituales y nacionalidades caracterizadas hacia un grupo social.

Cultural

Son las características comunes que engloban a grupos de personas y la diferenciación que existe entre los mismos. Estas particularidades están basadas en los conocimientos, creencias, arte, derechos, costumbres, etc.

Étnica

Es definida como el conocimiento de un grupo étnico específico el cual es seguido por un gran sentido de respeto y orgullo. La identidad del individuo se desarrolla desde la niñez, con las experiencias positivas y negativas que se adquieran durante el desarrollo psicológico, social y fisiológico.

2.2.2.3 Patrones

Indumentaria e Identidad

La indumentaria es una de las formas mediante el cual es ser humano se comunica, se expresa y des esta forma confecciona su identidad. Esta identidad es la que quiere proyectar en su grupo social.

Por medio de la identidad étnica ya conocedores de los pueblos ancestrales de nuestra región se procede a la elaboración de planos en dos dimensiones de los diseños que serán empleados en la colección, viendo a la indumentaria como una forma simbólica.

La indumentaria como inscripción estética del individuo

Cada persona expresa la indumentaria como forma de manifestación ante la sociedad, muchas de las veces ésta es modificada a la intención de lo que se quiere proyectar hacia los demás, no siendo siempre la verdad de como en realidad es el individuo. La indumentaria es una constante en la vida del ser humano desde los primeros tiempos, y la moda se presenta como una narrativa de ésta, en las diversas épocas.

Indumentaria como forma simbólica

Al momento de una persona se viste realiza el proceso de que cada prenda se convierta en símbolos con esto la indumentaria se convierte en mensajes que se transmite en la sociedad. El vestirse diariamente estará limitado por varios factores de diversas procedencias, entre ellos el clima, la moda, ubicación geográfica, la pertenencia o no a una determinada religión, etc. Sin embargo el vestirse cotidianamente está vinculado a una práctica intuitiva deviniendo forma simbólica mediante la cual se confecciona la identidad de cada individuo.

El bordado como elemento identitario

El bordado a mano se realiza desde épocas muy antiguas como una actividad artística y cotidiana. Desde el punto de vista de la salud muchos lo consideran como una terapia; sin embargo, debemos enfatizar que el bordado es un arte donde se pueden plasmar: ideas, sentimientos, costumbres, vivencias, mitos y leyendas. Cuando se tiene

una prenda terminada podemos hacerle aplicaciones mediante los bordados. Se pueden utilizar el mismo tipo de hilado de la prenda tejida, hilos de bordar, cintas u otros materiales a base de hilos. (Ramos, M.- Manual Básico de Crochet y Bordados.2013, P 37-40).

Los bordados son técnicas ancestrales, pues su uso era netamente artesanal elaborado a mano con técnicas desarrolladas e implementadas con el paso del tiempo. En Ecuador los bordados se emplean en las comunidades indígenas que ornamentan sus vestimentas con el uso de hilos, pedrerías y demás insumos que consideren llamativos. En la actualidad los bordados manuales han perdido la importancia que solían tener, pues hoy en día todo es industrializado por medio de máquinas automáticas que favorecen los tiempos y costos de producción.

El arte de bordar a mano se ha perdido y en la actualidad son pocas las personas que se dedican a este oficio. Generalmente en Ecuador las mujeres indígenas son quienes se dedican a adornar las prendas autóctonas de sus comunidades. A pesar de su gran labor, en la actualidad este trabajo se está perdiendo en las nuevas generaciones debido en su gran parte a la migración de las comunidades hacia las ciudades en busca de un mejor modo de vida, debido a que este arte es insuficientemente remunerado.

2.2.3 CULTURAS ANCESTRALES

2.2.3.1 Conceptualización de Cultura

Es un conjunto de estrategias, instrumentos instituciones y comportamientos institucionalizados que la práctica social e histórica que un pueblo ha consolidado como herramienta para asegurar su sobrevivencia y reproducción en una relación de mutua transformación con el medio. (Iturralde, D. Cultura)

La cultura vista desde esta perspectiva integral es dinámica y en permanente construcción. Los elementos culturales como: el lenguaje, los conocimientos, la forma de transmitirlos, la manera de ordenar espacios y ocuparlos, las manifestaciones rituales, los signos y los símbolos a partir de condiciones materiales y en un proceso histórico dialéctico

2.2.3.2 Conceptualización de Ancestral

Se refiere a lo tradicional o que proviene de los antepasados. En este sentido no apunta a los antepasados familiares directos, sino que se refiere a los orígenes de un pueblo.

Cultura ancestral se refiere a las costumbres, conocimientos, tradiciones, vestimentas, ceremonias, expresiones y modos de vida de los pueblos originarios y su diferenciación dentro de un espacio y periodo de tiempo, delimitado de una región específica que ha servido para definir como es un país en la actualidad. Siendo Ecuador uno de los países más ricos y megadiversos del mundo que posee una gran riqueza cultural.

2.2.3.3 Culturas ancestrales del Ecuador

En la arqueología ecuatoriana se denominan “culturas” a los distintos asentamientos o sitios que se desarrollaron y que lograron su permanencia durante un tiempo sea éste largo o corto.

Los bienes arqueológicos han sido encontrados en varios lugares del país y los nombres son en su mayoría, tomados de los nombres de los sitios geográficos. Las culturas han sido ubicadas de acuerdo a su cronología en cinco grandes períodos que abajo enumeramos. Cada período corresponde a ciertas características de desarrollo de las sociedades ancestrales:

a. Tipos de culturas

PERÍODO PALEOINDIO

Los grupos humanos pertenecientes a este período fueron por excelencia cazadores y recolectores.

EL INGA (12.000 a 4.000 años a. C)

CHOBSHI (9.000 a 6.500 a C.)

LAS VEGAS (8.800 a 4.600 años a C).

PERÍODO FORMATIVO

El período Formativo comprende la etapa entre los años 4000 al 300 a.C. es decir aproximadamente 6.000 años atrás. Aparecen las sociedades sedentarias en todo el país, con un nuevo estilo de vida marcado por la agricultura, es decir la producción de alimentos, no solo por la apropiación directa de los bienes que brinda la naturaleza, sino con una participación y esfuerzos humanos y tecnológicos; la actividad agrícola posibilita la consecución de alimentos de una manera estable, diversificada y en mayor volumen.

VALDIVIA (4.000 a 1.600 años a C.)

Valdivia es la primera sociedad de agricultores sedentarios y ceramistas en nuestro país y una de las más antiguas en Sudamérica, las investigaciones actuales le otorgan mayor antigüedad. Su nombre lo toma del actual pueblo de pescadores llamado Valdivia en la provincia de Santa Elena, teniendo como fuente alimenticia y de interrelación el océano, el río y el valle. La mayor parte de los sitios están localizados en la parte occidental de la península de Santa Elena. Otros sitios Valdivia están tierra adentro, en la cuenca media del río Guayas (yacimiento Peñón del Río). Y en algunos lugares en la costa de Manabí.

Las características de las estatuillas femeninas valdivianas están vinculadas, a prácticas rituales religiosas particulares. Las estatuillas más sagradas tienen una especie de cuenco en la parte superior de la cabeza, para depositar allí algunas sustancias sagradas utilizadas en las ceremonias. También existen, representaciones de mujeres embarazadas con vientre hueco conteniendo una piedrecilla o bolita de barro, como amuletos u objetos de fertilidad. Las estatuillas femeninas expresan contenidos simbólicos y representaciones de estatus de acuerdo al peinado y representación de las características del cuerpo femenino con las diversas etapas en el desarrollo de la mujer, en especial la pre-pubertad, pubertad, embarazo y maternidad (Di Capua, 1994).



Gráfico No.12 / Cultura Valdivia
Fuente: (Museo Nacional BCE Quito)

MACHALILLA (1600 a 800 años a C.)

La cultura Machalilla es la continuidad de Valdivia, al final de la fase Valdiviana, se produjo un movimiento poblacional, ocupando territorios más amplios. Estos pueblos mantuvieron su identidad, pero también fueron incorporando nuevos elementos culturales hasta presentar su propia cultura conocida como Machalilla.

La cerámica de Machalilla tiene sus propias características, el aparecimiento de la “botella asa de estribo”, recipientes con una asa, que potencializa la trasportación de líquidos. Las representaciones humanas presentan por primera vez en nuestra historia, la deformación craneana, que es el alargamiento del cráneo con fines religiosos y estéticos. El uso de adornos corporales como collares, aretes y clavos faciales y sobre todo la pintura corporal. Elaboran cuencos con engobe rojo y vasijas de color negro al parecer ahumadas.



Gráfico No.13 / Cultura Machalilla

Fuente: (Cempecuador, 2015)

CHORRERA (1000 a 100 años a C.)

Desde hace unos 3000 años hasta el año 100 a.C, en la península de Santa Elena y en la parte baja de la cuenca del río Guayas se desarrolló una sociedad llamada la cultura Chorrera.

La cultura Chorrera es la más representativa en la elaboración de múltiples de objetos de cerámica. Llegando a perfeccionarse en las técnicas del trabajo de arcilla, técnicas que son desconocidas hasta la actualidad, como es el caso de la “pintura iridiscente” de los cuencos, que al mojarse permite ver los diseños y los colores. Los grados de cocción y los desgrasantes utilizados fueron los más resistentes al paso del tiempo, como hoy los podemos apreciar. Por todos estos conocimientos se decía que, Chorrera es el “núcleo de la nacionalidad ecuatoriana”.

Los ceramistas chorrerianos fueron artistas por excelencia, realizaron objetos con representaciones de la fauna y flora de la naturaleza; muchos de los animales representados tienen la simbología religiosa para los pueblos de toda América; el mono, el murciélago, el delfín, etc. Representaron también a las personas: mujeres en distintas facetas, de su categoría social, por sus tocados que representan estatus. Hombres en varias actividades como remeros, contorsionistas, cargadores, etc.

Las sociedades chorrerianas se extendieron por toda la región costera, tanto a orillas del océano como en la cordillera litoral y en los pequeños valles. Su cerámica se encuentra hasta en los valles de la Sierra ecuatoriana, por lo que ha sido considerada como la cultura que se extendió por el territorio ecuatoriano.

Hasta ahora no se han establecido fases temporales dentro de la cultura Chorrera, pero se pueden distinguir algunas variantes regionales, las cuales parecen corresponder a diferentes grupos étnicos relacionados con esta cultura

NARRÍO (2.000 a C. a 400 años d C.)

COTOCOLLAO (1800 A 350 años a C.)

PERÍODO DE DESARROLLO REGIONAL

Este período corresponde su nombre a que los distintos pueblos o culturas, lograron trascender por sus propios desarrollos y conocimientos, de acuerdo con su medio regional.

Los símbolos de poder eran los adornos (narigueras, orejeras, collares, pendientes, pulseras,...) elaborados en materiales como lapislázuli, turquesa, concha Spondylus, obsidiana, cristal de roca (cuarzo), esmeralda y otras piedras verdes, oro, plata y cobre. Estos constituían productos con significación espiritual, emblemas en la comunicación con el mundo de los dioses y los ancestros.

Hombres o mujeres, se adornaban profusamente. La mayor abundancia y riqueza de los adornos y vestimenta está marcada en los personajes masculinos; los femeninos muestran su importancia y jerarquía a través de su vestimenta cuidadosamente decorada, con tocados complejos y adornados, utilizando la decoración corporal con motivos simbólicos, tatuada o pintada”.

Bahía (500 a.C. - 650 d.C.)

Jama-Coaque (350 a.C. - 1532 d.C.)

Esta sociedad ocupó el norte de la actual provincia de Manabí y el sur de la provincia de Esmeraldas, en una área comprendida entre la ensenada de Bahía de

Caráquez por el sur, Santo Domingo de los Colorados al interior y el antiguo cabo de San Francisco al norte, ubicado cerca de la ciudad de Esmeraldas.

Las investigaciones realizadas en San Isidro, el asentamiento más importante de Jama-Coaque, en el valle del río Jama, permitieron reconocer a este sitio como un gran centro ceremonial y administrativo de carácter regional. Su gran tamaño (40 hectáreas), su arquitectura monumental y la alta densidad de sitios satélites, indican la existencia de una sociedad estratificada. El principal monumento arqueológico en el sitio es un inmenso montículo artificial de forma cuadrangular, de tipo piramidal, que debió estar coronado por un gran templo.

La cultura Jama-Coaque de San Isidro, vivieron hasta la época colonial temprana, y posiblemente correspondan a la población histórica descrita por los primeros cronistas europeos, a la cual llamaron “Campace”.

Las manifestaciones culturales de Jama-Coaque son muy variadas. Su cerámica, caracterizada por la producción de estatuillas, decoradas con detalles hechos en pastillaje. El uso de la pintura post-cocción con los colores amarillo, rojo, blanco, verde y negro.

Estos objetos son una fuente de información sobre la vida cotidiana de esta antigua sociedad; están representados personajes con su indumentaria ceremonial, en donde el ritual relacionado al culto agrícola tuvo gran importancia. Igualmente, se puede apreciar una serie de personajes: músicos, danzantes, agricultores, cazadores, orfebres, guerreros, etc.

Los vestidos y adornos que llevan muchas figuras son: máscaras, tocados, adornos, armas, etc. Los personajes portan vestidos completos elaborados al parecer en tejidos, telas que cubren piernas y brazos, en muchos casos asociados a un arte plumario. Usan adornos como collares y brazaletes muy elaborados.



Gráfico No.14



Gráfico No.15

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.16

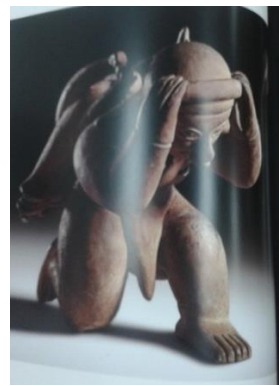


Gráfico No.17

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.18

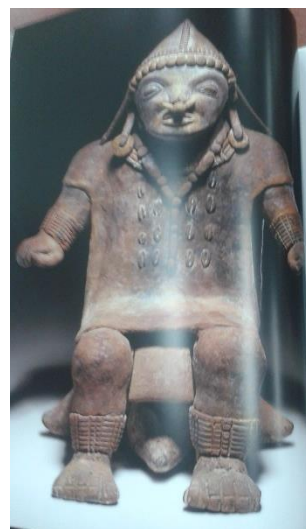


Gráfico No.19

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.20



Gráfico No.21

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.22



Gráfico No.23

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).

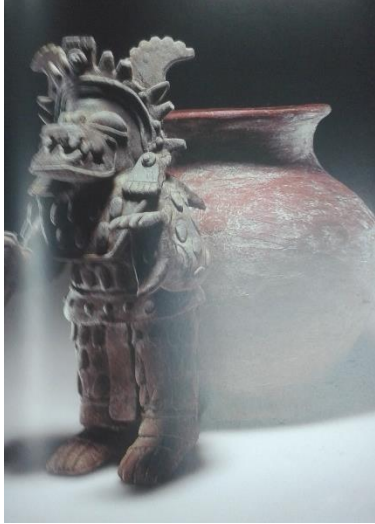


Gráfico No.24



Gráfico No.25

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).

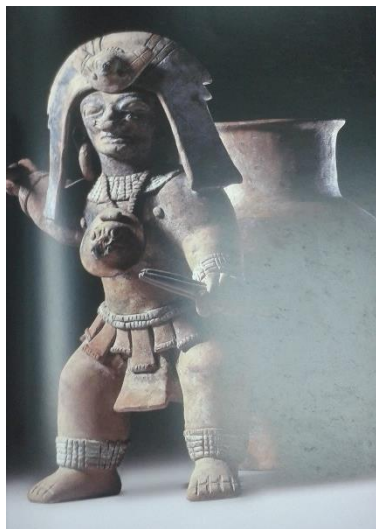


Gráfico No.26



Gráfico No.27

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.28

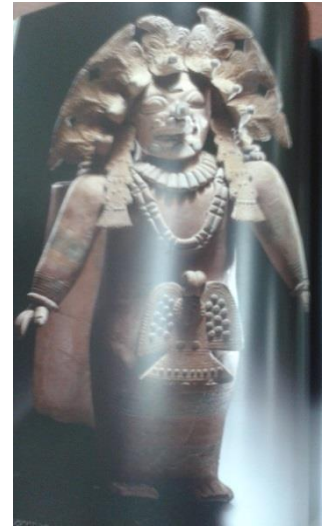


Gráfico No.29

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.30



Gráfico No.31

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.32



Gráfico No.33

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.34



Gráfico No.35

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.36



Gráfico No.37

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.38



Gráfico No.39

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).



Gráfico No.40

Según: Precolombino de Ecuador, A. (1977).

Guangala (100 a.C. - 800 d.C.)

Este pueblo ocupó la zona del golfo de Guayaquil y la península de Santa Elena, siguiendo hacia el norte los territorios comprendidos entre la faja costera y las cordilleras de Chongón-Colonche en la actual provincia del Guayas y la de Paján en Manabí, hasta la altura de la isla de la Plata. Se trata de una zona en la que existe variación en el régimen de lluvias, debido a la interacción de la corriente fría de Humboldt, de procedencia antártica, y la corriente cálida de El Niño, que viene del norte.

La gente de Guangala enfrentó a las condiciones climáticas ocasionadas por el fenómeno de El Niño, es decir, años prolongados de sequías seguidos de fuertes estaciones lluviosas de corta duración. Construyeron presas para retener el agua de lluvia, seleccionaron el área más baja donde se acumulaba el agua y la excavaron para que aumente su estancamiento.

Con la tierra extraída formaron muros de contención que alcanzaron entre cuatro y siete metros de altura. A estas construcciones se las conoce con el nombre de “jagüeyes” o “albarradas” técnica hidráulica milenaria que venía siendo utilizada desde los lejanos tiempos de las últimas fases de Valdivia.

Dentro de su alfarería resalta una cerámica muy fina, policromada, de paredes delgadas y que lleva por decoración una pintura tricolor colocada antes de la cocción de los recipientes. Su color de fondo suele ser el leonado y sobre éste se colocaron colores predominantes como el café oscuro, negro y rojo

Guangala fue una cultura de músicos por excelencia, elaboraron variadas ocarinas de cerámica, generalmente con formas de animales, con un pulido muy cuidadoso, por lo general de color caoba-marrón, decorado con líneas incisas.

Trabajaron por primera vez el cobre en una variedad de objetos como agujas, anzuelos, anillos y pequeños artefactos en forma de estrellas con cinco puntas.

La Tolita (600 a.C. - 400 d.C.)

La Tolita ocupó un espacio territorial entre el río Saija en Colombia hasta la bahía de San Mateo en Ecuador, una franja costera de aproximadamente 500 kilómetros. Su medio ambiente ribereño y marino estuvo en estrecha relación con el manglar y el bosque tropical; el primer ecosistema ofrecía crustáceos, pequeños mamíferos, aves y algunas variedades de peces; mientras el bosque tropical brindaba una gran variedad de plantas y animales.

Las investigaciones de la isla de La Tolita en Ecuador, indica una posición ventajosa en la confluencia de tierra y mar, lo que posibilitó contactos marítimos con Mesoamérica. Investigaciones recientes demuestran que La Tolita es producto de adaptaciones y readaptaciones locales, relacionadas con grupos humanos del período Formativo. Los resultados de las excavaciones han permitido reconocer cuatro etapas de desarrollo cultural: Tolita Temprano, etapa de Transición, Tolita Clásico y Tolita Tardío.

La Tolita Temprano, correspondiente al período Formativo Tardío, sienta las bases (entre el 600 y 400 a.C.), de lo que posteriormente serán las manifestaciones culturales que caracterizan a esta sociedad. Éstas son el resultado de una continuidad cultural evidenciada en las afinidades existentes con las expresiones cerámicas de Chorrera.

La Tolita Clásico que dura aproximadamente tres siglos (entre 200 a.C. y 90 d.C.), la isla de La Tolita fue un gran centro ceremonial de importancia regional. Se

inicia la construcción de montículos artificiales con una área de aproximadamente un kilómetro cuadrado. Más tarde la ocupación se torna más densa, evidenciada por la gran cantidad de restos arqueológicos y en los millares de enterramientos encontrados (Valdez, 1993). Algunos de estos enterramientos tienen ofrendas muy ricas, por lo que la producción de objetos suntuarios y ceremoniales elaborados por especialistas acompañó a sus difuntos.

En La Tolita, ubicado en la desembocadura del río Santiago, se han encontrado una gran cantidad de objetos de carácter sagrado; elaborados en metales (oro, platino, plata, cobre), cerámica, hueso y piedra en los enterramientos humanos y construcciones monumentales, por lo que se lo ha definido como un importante centro ceremonial y de comercio.

Panzalo o Cosanga (1600 a.C. - 1532 d.C.)

PERÍODO DE INTEGRACIÓN

Etapa comprendida entre el 400 y el 1500/1532 d.C. donde se caracterizó por la presencia de numerosos pueblos en cada región, donde la organización política fue superior a la religiosa; La organización social y política, se complejizó, el apareamiento de guerras y alianzas en la consecución de tierras y territorios para su existencia y desarrollo. En este período se organizan en confederaciones, es decir la unión voluntaria de varios pueblos vecinos que se aliaban al mando de un curaca o señorío étnico.

PASTO (700 a 1.500 años d C.)

MILAGRO-QUEVEDO (400 a 1532 d C.)

MANTEÑO (500 a 1532 años d C.)

CARANQUI (700 a 1.500 años d C.)

CHAUPICRUZ - LA FLORIDA (100 a 1500 d C.)

PURUHÁ (300 a 1.500 años d C.)

CAÑARI (400 A 1.500 C.)

NAPO (1200 a 1532 años d C.)

2.2.4 SEMIÓTICA

2.2.4.1 Definición

Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de interés el estudio de los signos. Esta ciencia se encarga de examinar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología. Saussure fue el primero que hablo de la semiología y la definió como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; seguidamente añade: "Ella nos enseñará en que con los signos y cuáles son las leyes que lo gobiernan...".

2.2.4.2 Semiótica y la indumentaria

El vestir es una práctica social compleja que, según el contexto donde se desarrolle, puede cumplir varias funciones. Puede ser un escudo, una máscara, un espejo, un espectáculo y un activador importante en el proceso de seducción. El vestido, la forma como se lleva, las poses y la gestualidad, son elementos que permiten identificar quién es su portador y a qué grupo pertenece, cuál es su rol en la sociedad y qué lo diferencia de los demás, cuál es el poder que posee y cuáles son sus pretensiones. La indumentaria revela semejanzas y diferencias entre los hombres, permite elaborar un sistema clasificador en los miembros de una sociedad. Es un elemento que en la vida social puede generar la aprobación o la desaprobación. (Filosofía, W. 2012)

Semióticamente hablamos de moda cuando a través del vestuario y la elección de una apariencia, expresamos nuestros gustos estéticos, lo que ideamos como una proyección de la belleza diferenciándonos y de lo que queremos transmitir en la sociedad donde habitamos. En el diseño de chaquetas sastre para hombres los signos que se usaran están sustentadas en el análisis de las culturas ancestrales más importantes de la región y para lo cual serán tomadas las más representativas en: creencias, actividades tradicionales, ritos, lenguajes, artes como: alfarería, agricultura, pesca; así como también por su grado de jerarquía, región y épocas.

Para responder el porqué del vestir, se dice que es simplemente por vergüenza debido a que la ropa se usa principalmente para poder cubrir la desnudez de las personas, pero otros afirman que el vestir es más que una expresión de la cultura, ya que

muestra claramente como es el individuo, donde se desenvuelve a que cultura pertenece y hasta qué grado de educación posee. Simmel por su parte dice en Cultura femenina y otros ensayos que: *“La moda sirve para mostrar la pertenencia a una clase e indirectamente la distinción del resto”* (p 213), este autor también dice: *“La moda es un mero engendro de necesidades sociales, mejor aún, de necesidades psicológicas puramente formales, está en que casi nunca podremos descubrir una razón material, estética o de otra que indique y explique sus creaciones”* (p. 214).

Considerando entonces que, tanto Veblen como Simmel reconocen que la moda simboliza clase. Sin embargo, ambos autores tienen conceptos diferentes sobre este tema, los cuales unidos han ayudado a crear una teoría en la cual se establece que la moda tiene mucho que ver con la comunicación, por lo cual se convierte en un lenguaje que exprese diversos hechos. Es inútil negar que la moda posea un lenguaje, sobre todo en la actualidad donde ésta ha logrado un creciente y muy bien posicionado desarrollo, más que todo debido a que la modernidad se sustenta en el gran impacto sobre el “YO” y la moda es una forma de expresión de ese “YO”.

2.2.4 Semiótica de la Cultura Jama Coaque

Tabla N°. 3
Semiótica de Culturas Ancestrales

SEMIOTICA DE CULTURAS ANCESTRALES

PERIODO DE DESARROLLO REGIONAL — CULTURA JAMA-COAQUE

IMAGEN

DESCRIPCIÓN SEMIÓTICA



Partiendo del aprecio de la figura de la indumentaria del sacerdote de la cultura Jama Coaque se puede observar está constituida por un penacho que simboliza la majestuosidad, poder y rango social de este personaje en su comunidad, se dice que este se usaba para representar la nobleza y la divinidad. En el rostro posee aretes en las orejas y nariz como elemento ornamental, en el cuerpo posee un collar, cinturón y un par de flecaduras hechas de plumas, de las mismas que nos permiten comprender el status, la condición social, su procedencia y su ocupación del resto de la sociedad en la que se desenvolvían.



Transformado en una especie de felino, el shamán de la cultura Jama Coaque se introducía en el supramundo, buscando congraciarse con los dioses en beneficio de los mortales. Su expresión feroz es tan solo un medio para comunicarse con sus seres venerados.



La estatuilla representa la imagen de un soldado de la cultura Jama-Coaque, su vestimenta consistía en una pieza con mangas que cubría el torso, el abdomen y llegaba hasta encima de las rodillas, en la cabeza llevaban cascos hechos de madera. En la espalda llevaban una especie de capa que representaba su diferenciación social y ocupación dentro de su sociedad. En las piernas llevaban un par de flecaduras llanas que protegían parte de la pierna y permitían la estabilidad y movilidad de a persona. En las manos poseen los instrumentos de combate como podrían haber sido lanzas y otros objetos cortopunzantes con los que herían a sus presas o les ayudaban a combatir a sus enemigos.



Los sellos utilizados en la cultura Jama Coaque se impregnaban como medio de comunicación entre jefes, sacerdotes, shamanes y soldados, cuyos rangos hacían que sea utilizados como medios para contar hazañas e historias. la simbología parte de figuras geométricas, que transmitían seguridad.

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

2.2.5 Manufactura

2.2.5.1 Definición

De acuerdo a su raíz, manufactura significa "Obra hecha a mano". Sin embargo, a partir del inicio de la era industrial, debemos ampliar la definición a "Obra hecha a mano o con la ayuda de máquinas " y hoy en día, por razones de costos, eficiencia y calidad, la segunda parte de esta definición es la que toma mayor relevancia.

La manufactura de chaquetas sastre masculinas con bordados en la ciudad de Ambato quiere enfocarse a la manufactura artesanal con técnicas de alta costura que serán evidenciadas en los bordados de la colección.

2.2.5.2 Técnicas

Técnicas de alta costura

DETALLES DE ORIGINALIDAD

Los detalles de originalidad son aquellos que se agregan a una prenda para hacerla especial. Le brindan la oportunidad de imprimirles su sello personal a los modelos de los patrones producidos en masa y le dan un toque de buena calidad y buen gusto a las prendas confeccionadas. La apariencia de un modelo clásico puede cambiar completamente de acuerdo con los detalles utilizados.

ACABADOS CREATIVOS EN LAS ORILLAS

Obtenga un toque de diseñador en sus prendas con una apariencia atractiva en las orillas. En lugar de hacer los dobladillos y vistas convencionales, agregue detalles decorativos como un ribete de ante sintético, una cinta de tela contrastante o un dobladillo con ribete simulado que luce como si fuera un ribete. Otras alternativas incluyen las orillas terminadas con ganchillo, los vivos y los flecos. Termine las orillas interiores de las vistas con un forro de entretela fusionable para tener un acabado que no se deshilache.

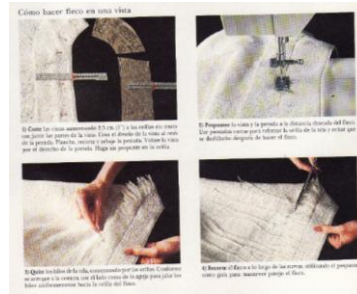


Gráfico No.41 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)



Gráfico No.42 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

COSTURAS DECORATIVAS

Las costuras comunes se convierten en detalles decorativos cuando se hacen por el exterior. Esta técnica muestra las puntadas, y en algunos casos las pestañas, en el exterior de la prenda. El resultado es un sofisticado adorno con los elementos mismos de la prenda.

Tipos de costuras decorativas

La costura plana con overlock, se parece a la costura que se usa en las camisetas de bebés. Las costuras entretejidas se ven por el derecho de la prenda para crear una apariencia informal y deportiva. El método se utiliza a menudo en telas de punto ligeras y molletón para sudaderas.

La costura francesa por el revés, parece una alforza decorativa por el derecho de la tela. La alforza muestra el revés de la tela que, por lo general, queda oculto dentro de la prenda como una pestaña. Esta técnica de costura es propia para las costuras rectas, especialmente en las telas de punto.

La costura sencilla al revés, muestra el revés de la tela para crear un interesante contraste de la textura. Es una forma de manejar las costuras en telas de dos vistas y reversibles, así como en telas de punto y otras telas que no se deshilachan. Úsela sobre costuras rectas o casi rectas.

La costura overlock levantada, en una costura normal con tres hilos juntando las telas por el revés. Esta técnica es adecuada para todas las formas de costuras y para cualquier tela, desde las delicadas sedas y telas transparentes hasta la mezclilla burda y las telas de punto para camisetas.

DETALLES EXCLUSIVOS

Las aplicaciones constituyen una técnica casi ilimitada por las formas en las que se puede utilizar. Además de la tela, considere el uso de listones o encajes para aplicaciones. También puede usar listón o estambre para tejer un motivo a lo largo de la orilla de la prenda. El entredós de encaje es otra técnica para terminar una orilla. El calado es una técnica que da por resultado una apariencia de encaje o bordado. El sobrepepunte agrega textura y puede añadir también color si se usa un hilo contrastante. Los adornos brillantes como las lentejuelas y las cuentas también agregan textura, así como brillo o color a la prenda.



Gráfico No.43 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

APLICACIONES A MÁQUINA

Las aplicaciones son un método de adornar las prendas mediante figuras cortadas de tela que se cosen sobre la prenda. Es una buena manera de utilizar los recortes, porque generalmente sólo se necesitan pequeños recortes de tela para las aplicaciones. Corte sus propias figuras para diseñar las aplicaciones. Otro método sencillo es cortar un motivo individual de una tela estampada para la aplicación. Los diseñadores usan este método para crear una apariencia profesional en las prendas. Aunque casi cualquier tela puede servir para hacer aplicaciones, las técnicas de costura a máquina funcionan mejor en telas ligeras y de peso medio con tejido fino. Debido a que estas técnicas también requieren el uso de entretelas fusionables, evite usar telas delicadas, transparentes o de tejido abierto.

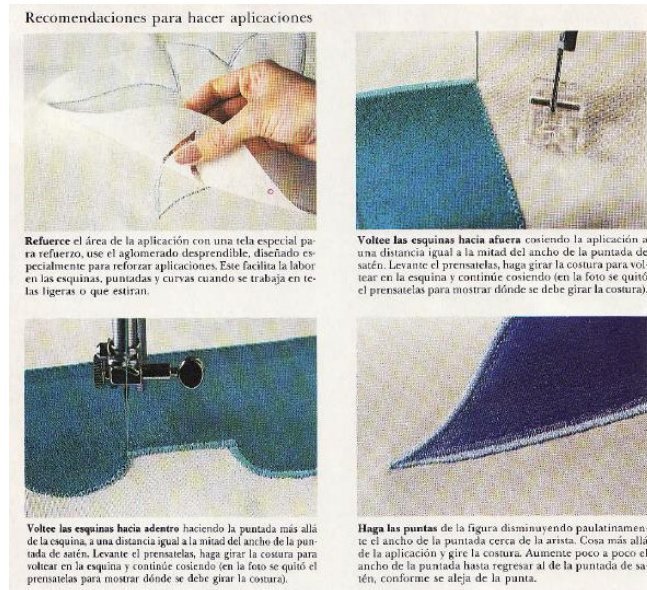


Gráfico No.44 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

ENTREDÓS DE ENCAJE

El encaje es fácil de aplicar y con él se logran detalles exclusivos. El encaje tiene un fondo de tul fino que no se deshilacha, de manera que en ocasiones se pueden eliminar los pasos extras de acabado. Los encajes pueden colocarse en varias capas como un collage para adornar un pequeño corpiño o las orillas de una falda.



Gráfico No.45 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

APLICACIONES CON LISTÓN

Los listones son perfectos para hacer aplicaciones a máquina fáciles porque tienen orillas acabadas previamente. Se pueden adquirir en una gran variedad de telas, incluyendo el satén, popotillo, terciopelo y telas de fantasía. Para el diseño atractivo de una orilla se puede colocar listones de colores combinables y distintos anchos en hileras de mayor a menor, colocando el listón en la parte inferior. A fin de crear un efecto decorativo, los listones angostos pueden usarse para delinear sólo los detalles de la prenda, como el cuello los puños y la pretina. Se puede utilizar una selección de listones diferentes que varíen en color, ancho y textura, para realizar una aplicación en rejilla o a cuadros, como se ilustra en las figuras. Use esta técnica sólo para detalles o piezas completas de una prenda tales como el canesú y las mangas.



Gráfico No.46 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

ENTRETEJIDOS CON LISTÓN O ESTAMBRE

Si se confecciona una prenda con una tela de tejido flojo o abierto, entreteja listones para crear el diseño de una franja atractiva. Se deberá utilizar listones angostos y una aguja para tapicero de punta roma y ojillo grande para esta aplicación de la puntada básica de hilván.

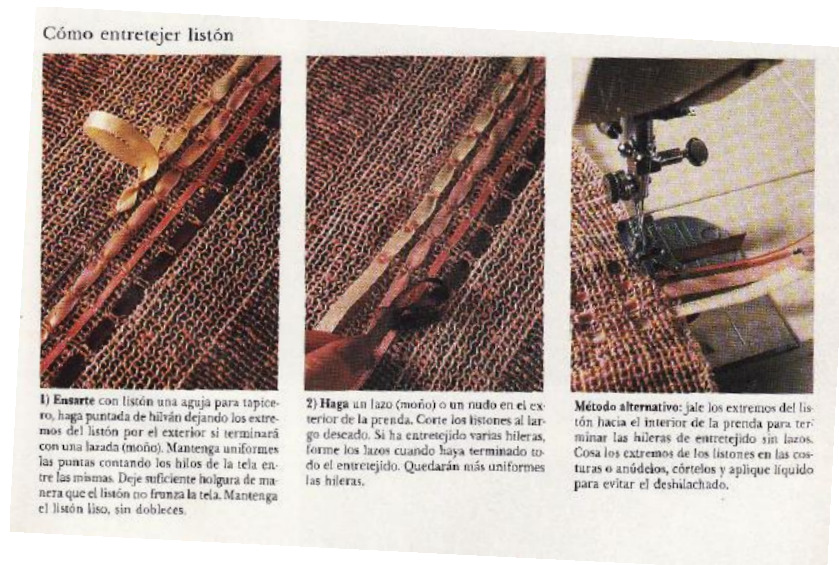


Gráfico No.47 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

CALADO A MÁQUINA

El calado es un tipo de bordado en el cual se cortan ciertas partes del motivo, luego todo el dibujo se delinea con puntada de satén (cordón). El calado tiene una apariencia abierta y delicada similar a la del encaje. Es un detalle fino que se agrega a blusas o vestidos. Cuando se borda el calado a máquina, el trabajo se facilita si el diseño es bastante grande y no demasiado complicado. El diseño también debe ajustarse al tamaño de un bastidor para bordar. Se necesitan dos tipos de hilo para coser: regular para uso general para el pespunte de refuerzo inicial e hilo extrafino o para bordar la puntada de satén final. Se utiliza aguja para máquina de 11/75 para el hilo extrafino. También use una tela aglomerada que no se deshilache, como refuerzo temporal para dar más firmeza al área de diseño para la costura a máquina.

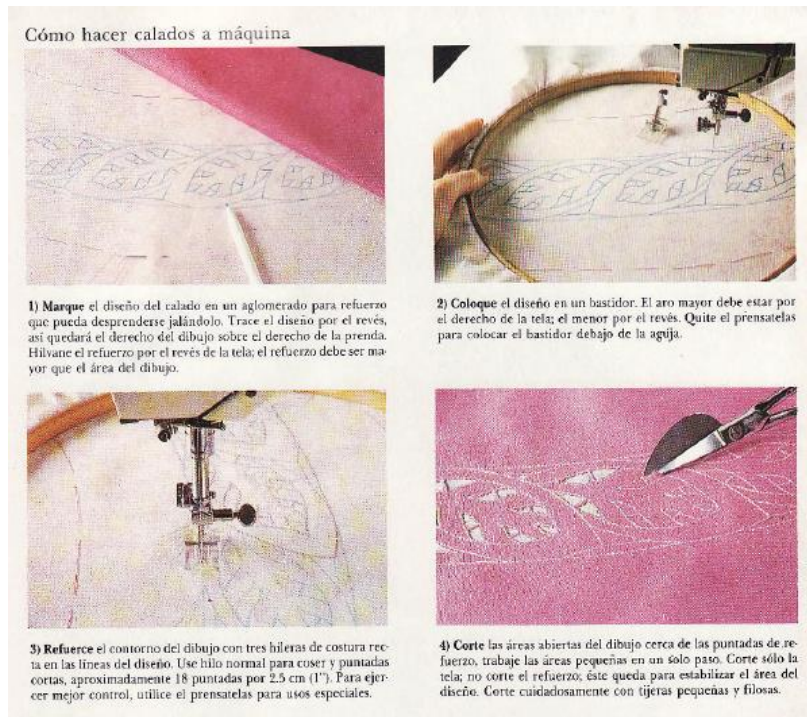


Gráfico No.48 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

SOBREPESPUNTE

El sobrepespunte es una puntada a máquina que debe verse por el derecho de la prenda. Este detalle clásico es fácil de hacer y mantiene las costuras de la prenda y las orillas bien marcadas, firmes y lisas. Use una, dos o más hileras de sobrepespunte para destacar las costuras y delinear las orillas de la prenda, como el cuello los puños, la abertura del frente y los dobladillos. También puede cubrir un detalle de la prenda, como una pretina o la cartera de una bolsa, con hileras de sobrepespunte muy próximas. Esto crea un acabado profesional semejante al capitoneado. Para obtener mejores resultados use puntada a máquina larga, aproximadamente de 8 a 10 puntadas por pulgada (2.5 cm) y trabaje por el derecho de la prenda. Haga el sobrepespunte con hilo del mismo color o de color contrastante o con torzal para ojales. Existen dos tipos de torzal: el de seda, que debe usarse sólo en prendas que se lavarán en seco; el de poliéster que puede usarse en prendas sin restricción alguna para su limpieza.

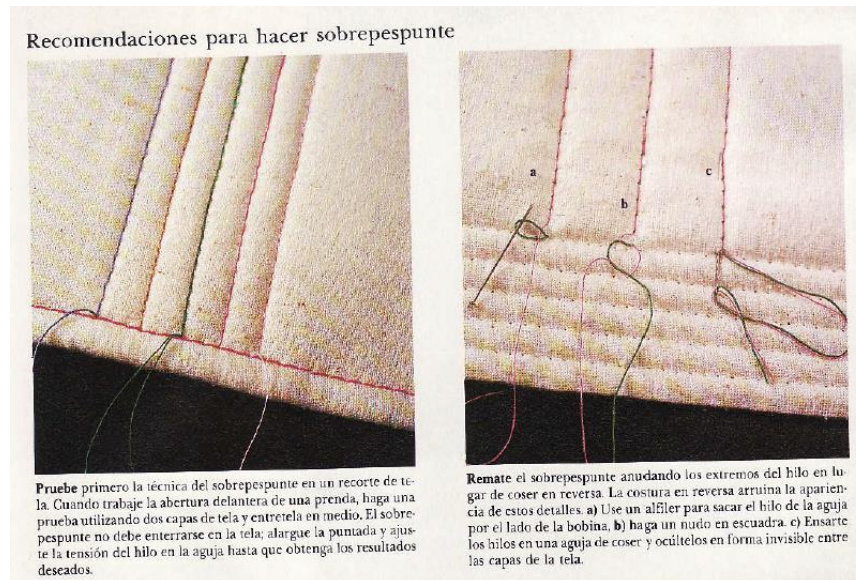


Gráfico No.49 / Detalles de Alta Costura

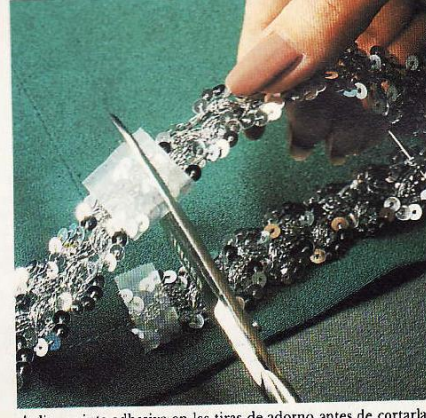
Fuente: (Singer, 1988)

ADORNOS BRILLANTES

Las cuentas y las lentejuelas dan una apariencia glamorosa a las prendas formales de vestir. Se debe colocar estos adornos como uno de los últimos pasos en la confección de una prenda, para juzgar mejor en qué lugar colocar el adorno y qué cantidad de él utilizar. Cuando adorne una prenda forrada, como un saco o una capa, cosa el adorno antes de acomodar el forro; éste cubrirá las puntadas utilizadas para fijar el adorno. Se puede destacar las áreas de la prenda que serán adornadas reforzándolas con entretela fusionable ligera para darles soporte adicional. La clave para colocar adornos metálicos o con pedrería de fantasía en una prenda es el trabajo delicado. Unas cuantas puntadas a mano bien colocadas los sostendrán en su lugar. Plancha con precaución la prenda adornada. Pláncchela por el revés, usando una toalla para cubrir la superficie. Evite planchar sobre el adorno, pues el calor puede dañar las cuentas y las lentejuelas.



Las lentejuelas y las cuentas dan luz y elegancia a las prendas de vestir. Lucen más cuando se aplican en prendas de línea sencilla. Cuando use una tira de adorno para perfilar una orilla, por ejemplo un escote, asegúrese de que el adorno sea bastante flexible para que se acomode fácilmente en las curvas, o coloque las cuentas o lentejuelas por separado.



Aplice cinta adhesiva en las tiras de adorno antes de cortarlas, para evitar que se pierdan las lentejuelas o las cuentas que planea colocar en la prenda. Use una aguja delgada e hilo del color de la prenda o hilo nylon transparente. A fin de evitar que el hilo se enrede, corte hebras pequeñas y páselas por el pan de cera.

Gráfico No.50 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)



Trabaje por el exterior de la prenda para colocar tiras con cuentas o lentejuelas ensartadas previamente. Cosa sobre la base de hilo de la tira del adorno haciendo una puntada entre cada segmento, o a intervalos de 6 mm a 1 cm ($\frac{1}{4}$ " a $\frac{3}{8}$ ").



Trabaje por el interior de la prenda para colocar los adornos de cuentas o lentejuelas y las aplicaciones. Cosa con puntada de hilván la base de tela del adorno. Deje suficiente holgura en las puntadas de manera que el adorno quede liso.



a) Sujete las cuentas individuales, ensartando varias de una vez con puntada de hilván.
 b) Fije las lentejuelas con un punto atrás desde el hueco hasta la orilla. Saque la aguja por delante para coser la siguiente lentejuela, que quedará sobre la primera y cubrirá el hilo.
 c) Sujete las lentejuelas solas con una cuenta en el centro. Introduzca la aguja por el hueco de la lentejuela, luego pásela por la cuenta y vuelva a pasarla por el hueco de la lentejuela.

Gráfico No.51 / Detalles de Alta Costura

Fuente: (Singer, 1988)

Técnicas tradicionales de los pueblos ancestrales

Bordado en mano

Bordar a mano es una de las técnicas más antiguas del ser humano, y es muy valiosa, puesto que el elaborar manualmente un diseño es considerado un arte por la complejidad y la tardanza en realizarlo.

2.2.6 Alfarería

Alfarería es el arte de elaborar objetos de barro o arcilla, y por extensión: el oficio que ha permitido al hombre crear toda clase de enseres y artilugios domésticos a lo largo de la historia. En el Occidente culturalmente tecnológico la alfarería ha perdido su utilidad, convirtiéndose en artículo decorativo y de coleccionismo y en materia de interés etnográfico, sumado a su valor arqueológico. La industria alfarera, además de la vajilla y la cacharrería, abarca la azulejería sencilla, la tejería, la ladrillera y la fabricación de baldosas sin esmaltar. Popularmente, alfarería es sinónimo de cerámica, si bien esta es una técnica más depurada en la que intervienen varias cocciones de la pieza, esmaltados más sofisticados y decoración más fina. Otras técnicas cuyos términos se asocian a la alfarería y la cerámica son la terracota la porcelana.

2.2.6.1 Definición

Práctica artesanal en la que se utiliza como materia prima fundamental el barro. El proceso de trabajo en la alfarería comienza con la extracción de la tierra, cernido de tierra, molido de tierra, podrido del barro, amasado del barro, para luego pasar a la elaboración de la pieza de barro, secado de la pieza, decorado de la pieza, primera quemada, barnizado y segunda quemada o vidriado.

2.2.6.2 Aplicación

Antiguamente decoraban las vasijas mediante trabajos adicionales practicados en su superficie; un gran avance fue la decoración con cana, después el pulimento y finalmente el vidriado. Pueden usarse aditivos cerámicos para darle color a la arcilla, previo a su modelado. También pueden agregarse varios aditivos para darle un aspecto más rustico. El uso de arena y otros materiales le dan al producto final un acabado con

variadas texturas. Así mismo pueden mezclarse partículas combustibles junto con la arcilla, o presionar la superficie, para obtener diferentes texturas.

Pueden crearse efectos visuales interesantes mediante el uso de arcillas de diferente color. Las arcillas de pigmentación distinta son ligeramente amasadas en una misma bola, antes de comenzar el modelado de la pieza. Aunque generalmente cualquier arcilla puede ser utilizada en este proceso, las diferentes velocidades de secado y expansión durante la cocción hacen que sea usual la utilización de solo una pasta cerámica clara, añadiéndole colorante a una parte de ella. También se puede hacer una analogía con la marquetería, presionando pequeños bloques de arcilla coloreada conjuntamente.

El bruñido, al igual que la técnica del mismo nombre con la que se trabaja el metal, requiere frotar la superficie de la pieza contra otra superficie pulida (generalmente se utiliza acero o piedras) hasta alisar, pulir y sacar brillo a la arcilla. Las arcillas más finas quedan más pulidas y brillantes que las ásperas, y también permiten un mejor secado de la pieza antes de bruñirla, aunque esto aumenta el riesgo de quebraduras. Para conseguir una superficie más acabada, puede aplicarse una fina capa de barbotina sobre la arcilla semiseca.

Finalmente, la arcilla puede pintarse con distintas clases de esmaltes. Los engobes generalmente son aplicados cuando la pieza se encuentra cruda, en estado de «cuero». Es usual que las piezas decoradas con engobe tan solo pasen por el horno cerámico una vez. Tanto los esmaltes cerámicos como las calcinas que dan un acabado vítreo necesitan que las piezas hayan pasado una vez por el horno antes de ser aplicados, y una segunda vez para fijarlos a la cerámica, aunque algunos ceramistas hacen tres o más horneadas, dependiendo de los resultados que busquen.

2.2.6.3 Desarrollo de insumos para indumentaria

ABALORIO

Se conoce como abalorios a todos los tipos de elementos (relativamente pequeños) que son utilizados para confeccionar artículos que sirven como accesorios, es decir: collares, pulseras, aretes, dijes, botones, accesorios para el cabello como las

diademas o piezas para ser utilizadas en la vestimenta, ya sea bordadas, como aplicaciones o en cinturones. Yang, D (2014)

Los abalorios son materiales destinados a la confección de collares, pulseras, aretes, botones y diversos elementos que pueden ser utilizados en la vestimenta o en los accesorios que son complementos de un determinado estilo. Estos pueden ser fabricados en diferentes materiales como madera, metales, cristales, plásticos y de cerámica. Hoy en día el uso de estos insumos se aplica mayormente en accesorios, sin embargo su múltiple uso hace que sean versátiles pudiendo ser utilizados como decoración en la vestimenta.

Al no desarrollarse este proyecto no habrá aporte en el avance de la moda masculina en el país, pues este mercado está poco investigado, explotado y no se le ha dado la importancia que hoy en día representa en la economía de un país. El cliente masculino es una oportunidad potencial para brindar nuevas alternativas de vestir en los hombres, además de adquirir beneficios económicos se puede transformar y revolucionar este mercado poco aprovechado, pues se pretende abarcar el nicho de los hombres jóvenes adultos siendo el más potencial porque es un hombre preparado académicamente que trabaja y que decide retrasar el matrimonio hasta cuando alcance su éxito personal y profesional.

En la sociedad ecuatoriana no existen problemas de carácter religioso, cultural o medioambiental que prohíban la ejecución del presente proyecto, puesto que no se pretende influenciar negativamente en la mente del consumidor masculino ecuatoriano que afecte su psicología como creencias, forma de vida o en su salud que pueda producir daños o laceraciones en la piel entre otras características, además no existe ninguna ley que impidan el estudio de las principales culturas ancestrales de nuestra región y su aplicación por medio del diseño en abalorios elaborados artesanalmente para incluirlos como insumos en la elaboración de chaquetas sastres masculinas.

En el país las propuestas de moda étnica en el mercado masculino son limitadas porque es un estilo que ha ido evolucionando en los últimos años y como en Ecuador antes la moda no es una prioridad en los consumidores ésta ha sufrido retrasos en estilos, tendencias y en la forma de adaptarnos a los cambios constantes de cada temporada. En

el mercado de moda ecuatoriano son carentes las chaquetas sastres inspirados en el estilo étnico donde los motivos tribales e indígenas se incorporan a los diseños explotando la riqueza cultural de nuestro país.

La sastrería ecuatoriana es una de las primeras profesiones que ejercían los hombres de la época colonial, pues debido a la conquista española el arte de coser trajes masculinos llegó influenciado por sastres españoles que debían realizar trajes bajo medida, así nacieron los primeros sastres ecuatorianos nacidos en nuestro país que de generación en generación han ido manteniendo su estilo y característica tradicional desde el corte de la tela hasta el cosido de la misma. Sin embargo, en la actualidad la profesión de ser sastre se ha visto seriamente afectada pues debido al cambio económico que sufrió el país en 1999, la importación de la ropa por cadenas de moda extranjera y los elevados costos de la materia prima ha hecho que las personas prefieran comprar prendas de serie a menor costo.

La creciente demanda de moda extranjera en los consumidores masculinos del país, ha hecho que en los últimos años estas empresas se posicionen en las principales ciudades de nuestra patria teniendo aceptación de la mayoría de los consumidores dejando de lado la producción nacional y afectando seriamente a empresas y diseñadores ecuatorianos.

En Ecuador la mayoría de los hombres son consumidores neo-tradicionales, sin embargo las propuestas de moda actual no cubren las necesidades totales de estos consumidores que están en evolución pues las propuestas tienden a ser repetitivas y saturadas en todo el país. La solución a esta problemática es de incentivar el uso de la marca país, el hecho en Ecuador es una de las mejores alternativas para vender nuestros productos elevando la reputación y elevar la percepción de la imagen de marca de los empresarios y diseñadores de moda ecuatorianos

En la actualidad los profesionales de la industria se preparan de mejor manera nacional e internacionalmente para recuperar nuestro mercado con producción nacional, implementando nuevas, estudiadas y desarrolladas propuestas que incentiven la decisión de compra de nuestros productos por parte de este creciente cliente que se va aceptando las nuevas tendencias de moda adaptándolas a su propio gusto y estilo. La moda étnica

en los hombres del país es una nueva alternativa para recuperar el uso de la chaqueta sastre que cuente con abalorios artesanales inspirados en las principales culturas ancestrales de la región.

2.3. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

PROFESIONALES

Saúl Estrella – Mano de Obra

Sastre de profesión con gran trayectoria en el patronaje y corte de prendas formales el Sr. Estrella apoyará compartiendo sus conocimientos técnicos y artesanales en la elaboración de chaquetas sastres de hombre, logrando un producto de alta calidad.

Diseñador Gráfico – Molle Estudio de Diseño

La alianza estratégica con Molle estudio de diseño, es de vital importancia en la elaboración del proyecto ya que serán los encargados de la imagen gráfica que el diseñador de moda quiere proyectar. Serán los responsables de crear la imagen corporativa, etiquetas, diseño de packaging, entre otras.

Rofer´s Cerámicas - Alfarero

La ayuda de un alfarero es primordial en el proyecto puesto que nos mostrará los diferentes procesos para elaborar abalorios en cerámica así como pintarlos y darles un buen acabado.

PROVEDORES

Beddach, la casa de los casimires

Esta alianza es una de las más importantes, ya que proporcionará la materia prima que va a ser empleada en el diseño de chaquetas sastres para el segmento masculino, cuyos textiles serán exclusivos para la elaboración de cada colección. Con su ayuda obtendremos asesoría en la elección de los textiles para cada diseño conforme a la tendencia actual, así como los cuidados que estos deben tener.

Todos estos profesionales y proveedores harán que el proyecto se desarrolle como un producto de alcance nacional en donde todos serán beneficiados creando

nuevas fuentes de trabajo ayudando a estabilizar la economía y aportando al progreso de la industria de moda en Ecuador, además de aportar con el extra de realizar innovadores insumos con nuevos materiales poco utilizados en los que serán plasmados las diferentes culturas ancestrales de la región reinventando al producto, haciéndole más moderno, interesante, diferenciador y con identidad nacional.

2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO (FODA)

2.4.1. Fortalezas

- Producto innovador
- Reintegro de la historia ancestral del Ecuador en el diseño de moda masculina.
- Innovación artesanal de abalorios inspirados en culturas ancestrales de Ecuador.
- Bordado artesanal implementando técnicas de alta costura en las chaqueta sastre.

2.4.2. Debilidades

- No contar con un punto de venta directo o local comercial.
- Alto costo en la manufactura de chaquetas sastres para hombre con bordados.
- Débil posicionamiento de marca al ser una empresa nueva en el mercado.
- Producción limitada.

2.4.3. Oportunidades

- Mercado nuevo, poco explotado y poco competitivo
- Eventos de moda nacional e internacional mostrando la riqueza de la cultura ecuatoriana.
- Actividades que realizan los medios de comunicación como invitado especial por su aporte a la cultura de moda masculina en el país.
- Cadenas de moda nacional como ETAFASHION, DE PRATI, MEGAMAXI, RM, entre otras. Interesadas en comprar nuevas propuestas de diseño en chaquetas sastre masculina.

- **2.4.4. Amenazas**

- Desestabilidad económica en el país.
- Influencia de cadenas de moda masculina extranjera posicionadas estratégicamente en el país.
- Escasa producción de textiles e insumos para realizar las propuestas.

2.4.5. Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas.

En base al análisis estratégico FODA, se verifico las fortalezas y debilidades de la empresa que se pueden generar, así como sus oportunidades y amenazas detectadas dando resultado:

Tabla N° 4
Evaluación Cuadro Foda.

EVALUACIÓN DE CUADRO FODA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado nuevo, poco explotado y poco competitivo • Eventos de moda nacional e internacional mostrando la riqueza de la cultura ecuatoriana. • Actividades que realizan los medios de comunicación como invitado especial por su aporte a la cultura de moda masculina en el país • Cadenas de moda nacional como ETAFASHION, DE PRATI, MEGAMAXI, RM, entre otras. Interesadas en comprar nuevas propuestas de diseño en chaquetas sastre masculina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desestabilidad económica en el país. • Influencia de cadenas de moda masculina extranjera posicionadas estratégicamente en el país. • Escasa producción de textiles e insumos para realizar las propuestas. • Costos elevados de materia prima y mano de obra.
FORTALEZAS	<p>(F1-O1) Incursionar en nuevos mercados de moda masculina, como lo es el estilo étnico, basándonos en nuestras raíces culturales valiosas consolidando un nuevo mercado.</p>	<p>(F4-A3) Generar nuevos materiales en la elaboración de abalorios e implementar nuevas técnicas en los bordados manuales del producto, para realizar nuevas propuestas según la demanda del mercado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador. • Reintegro de la historia ancestral del Ecuador en el diseño de moda masculina. • Innovación artesanal de abalorios inspirados en culturas ancestrales de Ecuador. • Bordado artesanal implementando técnicas de alta costura en las chaqueta sastre. 		
DEBILIDADES	<p>(D3-O2) Intervenir en eventos de mayor trascendencia de moda en el país, como <i>Runway</i>, siendo una ventana para consolidar la imagen de marca y el producto en el consumidor.</p>	<p>(D1-A2) Crear nuevas alternativas en venta por medio de plataformas virtuales como las redes sociales más utilizadas en la ciudad, manteniendo la esencia del hombre ecuatoriano.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con un punto de venta directo o local comercial. • Alto costo en la manufactura de chaquetas sastes para hombre con bordados. • Débil posicionamiento de marca al ser una empresa nueva en el mercado. • Producción limitada. 		

2.5. PERFIL DEL CLIENTE CONTEMPORÁNEO

El consumidor contemporáneo vive el día a día y se interesa por lo que pasa en el mundo. Es emprendedor, semi-formal, actual; fácilmente sigue nuevas alternativas para estar en constante evolución manteniendo el equilibrio entre lo clásico y las nuevas propuestas de moda. Su ambiente es casual e informal, le gustan las áreas abiertas, tranquilas e iluminadas con arquitectura simple. El gusto de los hombres por el estilo étnico surge de la fusión cultural que experimenta al viajar donde se conecta con su espíritu bohemio, por lo que su vestuario redefine códigos en las combinaciones de texturas y colores, mezclándolos y combinándolos para crear nuevas propuestas de moda en el mercado. (Inexmoda, 2012)

El hombre actual es más sofisticado, buscador de una imagen moderna, fresca y diferenciadora que le proporcione seguridad y el proyectarse como hombre exitoso.

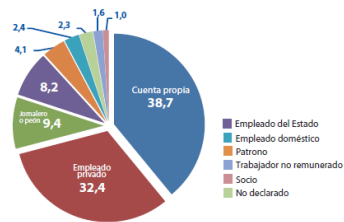
El hombre metrosexual se caracteriza por un desarrollado interés en el cuidado personal, la apariencia y estilo de vida refinado. Busca gustarse a sí mismo; por eso, invierte tiempo y dinero en su apariencia estética. A diferencia de lo que podía ocurrir en épocas pasadas, no oculta su comportamiento, sino que lo manifiesta de forma pública.

2.6 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

El proyecto se enfoca en un segmento de mercado de moda masculina de nivel socio económico medio alto de hombres adultos jóvenes, independientes que buscan nuevas alternativas de vestuario formal y semi-formal, los mismos que desempeñan actividades laborales en corporativos e instituciones, les gusta asistir a eventos protocolarios, no protocolarios, reuniones y eventos sociales.

2.7 PRONÓSTICO DEL MERCADO POTENCIAL

¿ EN QUÉ TRABAJAN LOS HAB. DE TUNGURAHUA?



Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado privado	48.052	29.291
Cuenta propia	47.851	44.613
Jornalero o peón	14.849	7.525
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	10.861	8.643
No declarado	2.520	3.059
Empleada doméstica	260	5.419
Patrono	5.571	4.157
Trabajador no remunerado	1.827	2.056
Socio	1.575	899
Total	133.366	105.682

¿ DE QUÉ TRABAJAN LOS HAB. DE TUNGURAHUA ?



Gráfico No.52 / Mercado Potencial

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

En la provincia de Tungurahua la actividad laboral de los hombres que trabajan en el sector privado es de 48.052, sin embargo el alcance que desea tener el proyecto abarca a Técnicos y profesionales del nivel medio ocupando un 2,5% de dicho total, consiguiendo a 1201 candidatos hombres de la población total de hombres que residen y laboran en la ciudad de Ambato. Estos profesionales desempeñan labores de oficina cuya vestimenta debe ser formal, pues es uno de los más utilizados para la mayor parte de actos y eventos, tanto sociales como laborales. Considerados como un mercado potencial de clientes que buscan nuevas propuestas en su vestuario, abarcando así con nuestro proyecto a su bienestar personal, social y laboral.

2.8 MARCAS REFERENTES

Gustavo Moscoso

En el año 2001, Gustavo Moscoso crea su marca GM, tras el lanzamiento de su primera colección ENVI-“Dejaremos la moda florecer”; así da a conocer una interesante

propuesta que integra diversos materiales que dotan de innovación al estilo convencional. Sus diseños están marcados por un impecable estilo elegante que lo acompaña en cada creación, sus diseños marcados por un impecable estilo elegante que lo acompaña en cada creación. Moscoso, G (2016)



Gráfico N°.53 / Gustavo Moscoso

Fuente: Moscoso, G (2015)

Pical

PICAL nace con el concepto de crear una marca de ropa formal dirigida hacia los hombres contemporáneos basada en la elegancia, moda y calidad. Los productos Pical son especialmente diseñados para ejecutivos con estilo propio y que aprecian la moda y exclusividad. Se crea un concepto único y propio de la marca para la cadena Pical, brindando ambientes modernos, elegantes y acogedores para nuestros clientes siendo siempre acompañado por asesores de venta altamente calificados que brindarán el mejor apoyo y consejos para vestir. Pical (2016)



Gráfico N°.54 / Pical

Fuente: Pical (2016)

Dormel

Tradición familiar que goza de cuarenta y siete años de experiencia, permite a la Casa Dormel convertir a las prendas formales en una verdadera expresión de moda y belleza. Telas únicas, diseños computarizados que van de la mano con la tendencia mundial, dejan que fabriquen a su justa medida los trajes más elegantes y sobrios. Dormel (2016)



Gráfico N°.55 / Dormel

Fuente: Dormel (2016)

Diego Peña

Su especialidad es la ropa formal para hombre, aunque también ofrece para mujeres, pero solo bajo pedido. “No es una producción en serie sino personalizada”, dice el

cuencano. Hace cuatro años, Peña abrió dos tiendas en Cuenca y Guayaquil. En promedio, tiene 12 clientes cada semana, que se interesan por sus camisas, sacos, pantalones, corbatas, pañuelos, chalecos. “He vestido a alcaldes, prefectos y diversas personalidades”. Peña, D. (2016)



Gráfico N°.56 / Diego Peña

Fuente: Peña, D (2016)

Giorgio Armani

Ha alimentado durante más de 30 años el estilo sartorial relajado italiano. Una de sus grandes creaciones, por la que es mundialmente conocido, es la chaqueta desestructurada con la que conquistó los 80. Armani, G. (2016)



Gráfico N°.57 / Armani

Fuente: Armani, G (2016)

Paúl Surridge

El clasicismo toma un nuevo significado de la mano de Surridge al que le gusta incorporar elementos inesperados en sus creaciones. Surridge, P (2016)



Gráfico N°.58 / Paul Surridge

Fuente: Surridge, P (2016)

Doménico Dolce y Stefano Gabbana

En los últimos años han dado un giro hacia un estilo italiano cómodo, confortable y elegante que recuerda al espíritu mediterráneo de los años 50 y 60. Dolce, D & Gabbana, S. (2016)



Gráfico N°.59 / Dolce & Gabbana

Fuente: Dolce&Gabbana (2017)

Raf Simons

Sus siluetas en las que mezcla los cortes de la sastrería clásica con grandes influencias de la cultura callejera son consideradas una de las mayores innovaciones en moda masculina de los últimos años. Simons, R. (2016)



Gráfico N°.60 / Raf Simons

Fuente: Raf Simons (2015)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Estudio del Mercado

Según el censo de vivienda y población que se realizó en el 2010 muestra que la población total de hombres del cantón Ambato es de 159.830 habitantes, al realizar una segmentación por ocupaciones se determina que el alcance del proyecto abarca a hombres que trabajan como empleados del sector privado, teniendo un alcance de 48.052 personas, el proyecto quiere enfocarse en: Técnicos y profesionales del nivel medio 2,5% del total de la población masculina de la ciudad de Ambato. Realizando una regla de tres tenemos a 1201 candidatos hombres. Se aplica la fórmula tomada del libro “Tutoría para la investigación científica” de Herrera, L. Medina, A., Naranjo, G. (2014). Descrita a continuación:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + PQ}$$

n= muestra

PQ= constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0,25)

N= población universal (1201)

E= Error de muestreo (5%)

K= Coeficiente de error (2%)

$$n = \frac{0.25 * 1201}{(1201 - 1) \left(\frac{0.05^2}{2^2} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{300.25}{(1200) \left(\frac{0.0025}{4} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{300.25}{(1200)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{300.25}{0.75 + 0.25}$$

$$n = \frac{300.25}{1}$$

$$n = 300.25$$

$n= 300$ muestras totales se deben aplicar al estudio del mercado potencial.

El proyecto diseño de chaquetas sastre con bordados y aplicación de abalorios de la región para el segmento masculino de la ciudad de Ambato, utiliza el tipo de muestreo probabilístico porque los elementos son seleccionados de forma individual y directa. Es aleatorio porque todo el universo tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra recogiendo la información necesaria de los elementos tomados para realizar el estudio correspondiente.

3.1.1.1 TABULACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA APLICADA.

OBJETIVO: Obtener información sobre las exigencias de la chaqueta sastre implementando bordados manuales inspirados en las cultura ancestrales de la región.

3.1.1.1.1 PREGUNTA 1

¿Usa usted chaqueta sastre?

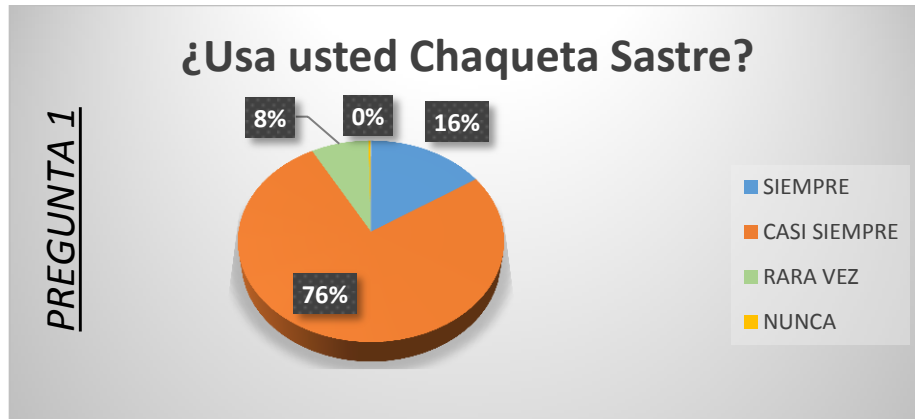


Gráfico No. 61 / Pregunta 1

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Al elaborar la tabulación de la pregunta, los encuestados del grupo objetivo al que nos queremos proyectar concuerdan con el 76% casi siempre utilizan una chaqueta sastre en su vida cotidiana ya sea para realizar su trabajo o gusto personal en el uso de esta prenda. La factibilidad del proyecto es para verificar la demanda de esta prenda en el mercado objetivo al que se quiere abarcar, evidenciando la frecuencia de uso.

3.1.1.1.2 PREGUNTA 2

Si su respuesta anterior es *Rara vez* o *Nunca*, indique el ¿por qué?

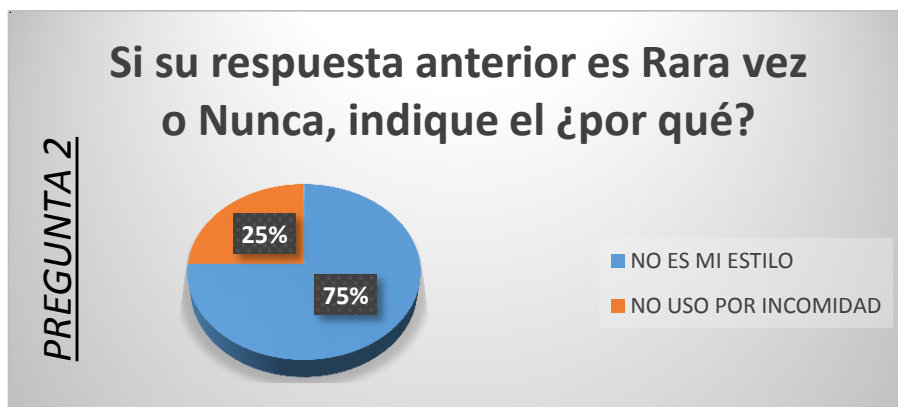


Gráfico No. 62 / Pregunta 2

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Los resultados de la pregunta anterior que coincidían en que utilizaban rara vez o nunca la chaqueta sastre concuerdan con el 75% que la causa es por no ser su estilo en su forma de vestir. Es primordial conocer por qué este pequeño porcentaje de encuestados utilizan rara vez o nunca la chaqueta sastre ya que la mayoría de respuestas fueron por problemas ergonómicos de comodidad de la prenda, diseños tradicionales y textiles habituales que evitan el uso de esta prenda.

3.1.1.1.3 PREGUNTA 3

¿Con qué frecuencia adquiere una chaqueta sastre?

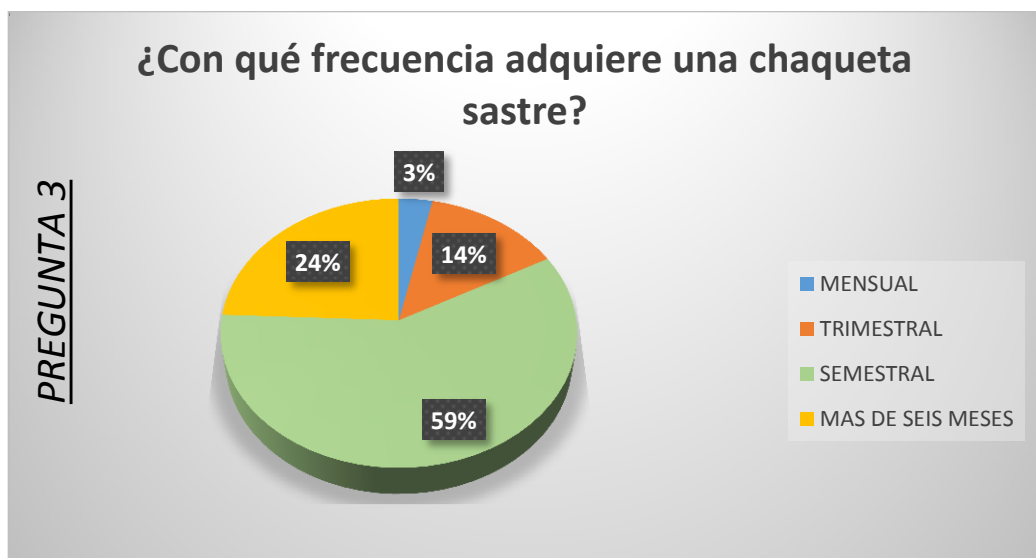


Gráfico No. 63 / Pregunta 3
Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

El 59% de los caballeros encuestados que utilizan chaqueta sastre prefieren adquirir su prenda semestralmente, pues consideran que es el tiempo que dura una prenda utilizada la mayor parte de la semana. Al incursionar en un mercado es necesario conocer la frecuencia de compra de los potenciales clientes para satisfacer sus gustos y necesidades. Además, facilita la organización de las colecciones que deben ser reinventadas y conceptualizadas para cada temporada.

3.1.1.1.4 PREGUNTA 4

¿Qué tipo de chaqueta sastre le gusta utilizar?

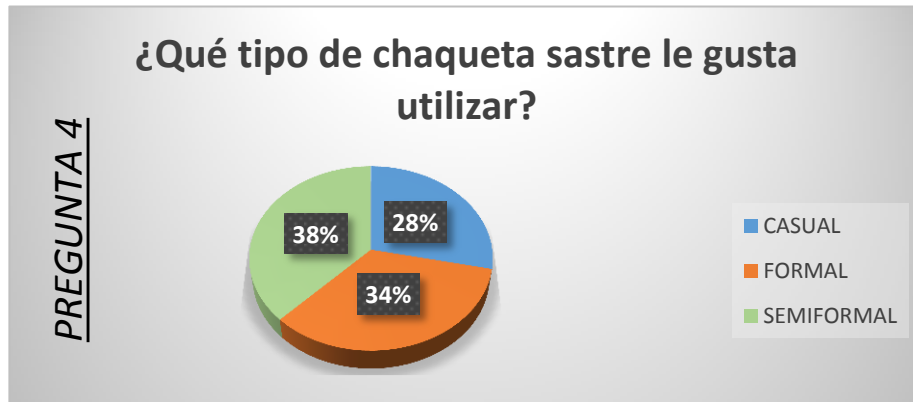


Gráfico No. 64 / Pregunta 4

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

De una manera competitiva con el 38%, los gustos de los caballeros encuestados afirman que prefieren adquirir una chaqueta sastre semiformal debido a su flexibilidad. Es de vital importancia conocer las preferencias de ciertos tipos de chaquetas que con frecuencia usa el grupo objetivo a quien va dirigido el proyecto, pues ayuda a proponer nuevas alternativas de diseños en una prenda semi-formal que gusta por su versatilidad a la hora de asistir a diferentes eventos sociales.

3.1.1.1.5 PREGUNTA 5

¿Le interesaría a usted adquirir una chaqueta sastre que tenga influencias de las culturas ancestrales del Ecuador?

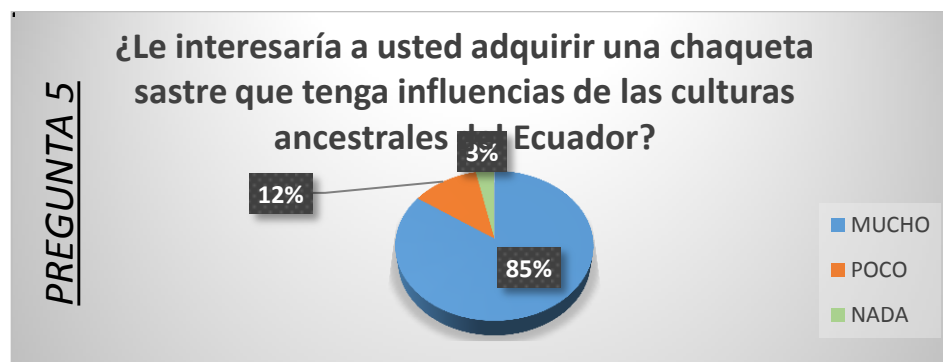


Gráfico No. 65 / Pregunta 5

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Con el 85% la mayoría de los caballeros mantienen el interés de adquirir una chaqueta sastre que mantenga la esencia de ser Ecuatoriano, les atrae la idea de plasmar la cultura ancestral de nuestro país en propuestas modernas para el vestir masculino.

3.1.1.1.6 PREGUNTA 6

¿Cuáles son los detalles que más le atrae en una chaqueta? En: (opción múltiple)

TEXTILES

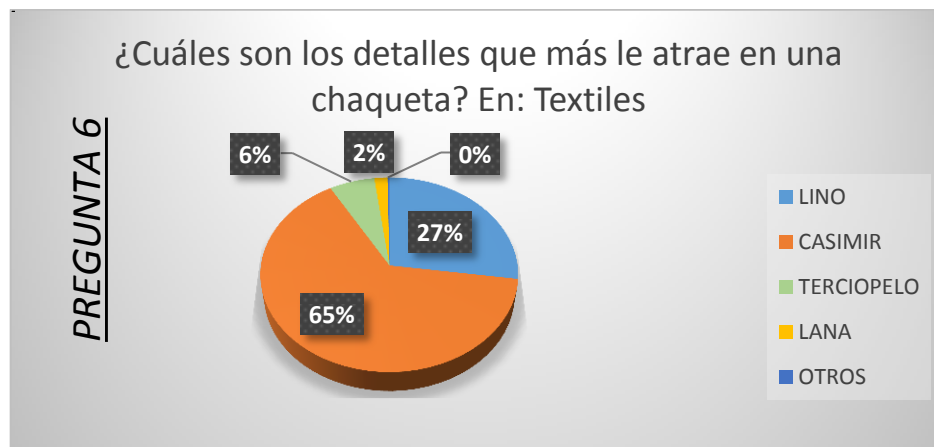


Gráfico No. 66 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

El textil más utilizado por los caballeros que utilizan chaquetas sastres es el casimir con el 65% pues concuerdan que es un textil sobrio y agradable al tacto, sin embargo un 27% de los encuestados prefieren el uso del lino como textil base en la chaqueta sastre. Conocer que textiles son los favoritos del grupo objetivo del proyecto es esencial porque se les puede ofrecer nuevas propuestas de combinación con los textiles ya conocidos.

SOLAPAS

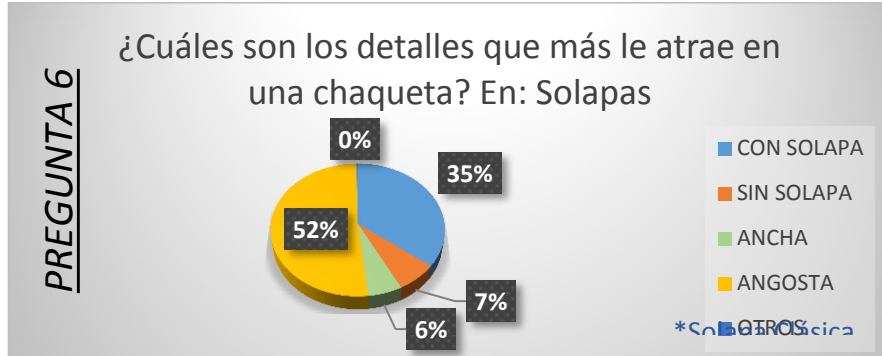


Gráfico No. 67 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

La colectividad masculina de Ambato con el 52%, prefiere la chaqueta sastre con solapas de proporciones angostas. Es una pregunta que ayuda a saber cómo los clientes potenciales manejan las nuevas propuestas de moda, pues este tipo de ajuste beneficia a cualquier tipo de cuerpo y estatura, dando una idea para realizar las propuestas del proyecto.

BOLSILLOS

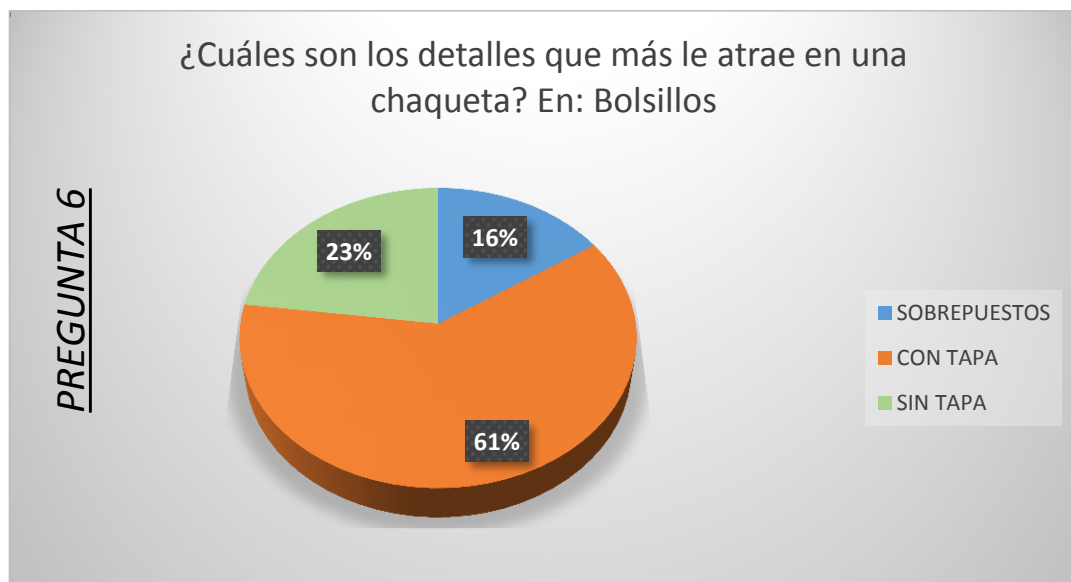


Gráfico No. 68 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Con el 61%, los caballeros que utilizan chaquetas sastres prefieren los bolsillos con tapa. Beneficiando al proyecto pues se puede tomar a este elemento para darle mayor énfasis en el diseño y la confección de esta parte primordial de la chaqueta.

FORRO



Gráfico No. 69 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

El 65% de los caballeros encuestados prefieren las chaquetas sastres que son forradas pues al vivir en Ambato, este ayuda a abrigar al cuerpo cuando el clima es frío. Además proporciona información por tener preferencia a una prenda forrada se puede trabajar en esta parte que no se suele dar la importancia requerida en la que se puede manejar la imagen de marca proyectando valor cultural, ancestral y nacional.

AJUSTE

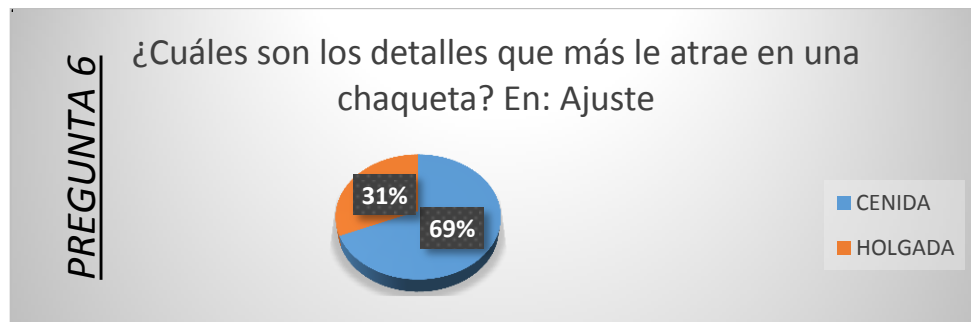


Gráfico No. 70 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Al 69% de los caballeros prefieren las chaquetas sastres que son ceñidas al cuerpo debido a que le mantiene impecables con una imagen pulcra y profesional para desarrollar su trabajo. Su factibilidad comprende en descifrar la apreciación del cuerpo y como destacar esta parte del torso por medio del corte y la confección de la chaqueta sastre

SISTEMA DE CERRADO

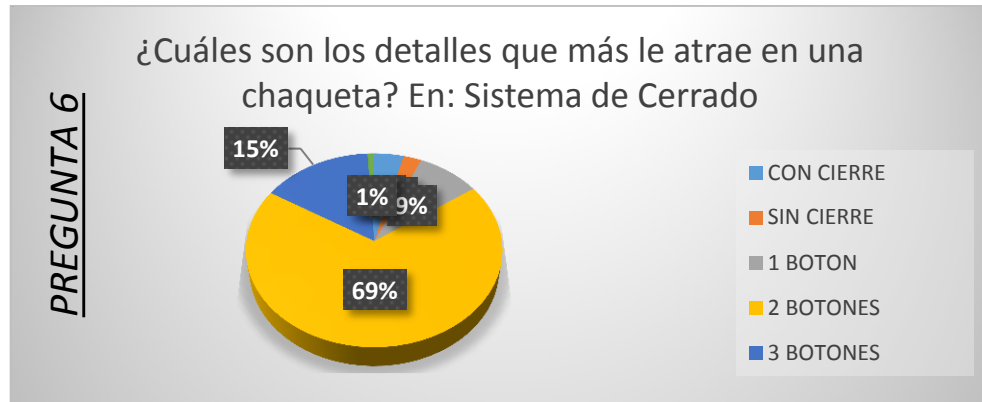


Gráfico No. 71 / Pregunta 6

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

El 69% de los resultados afirma que la chaqueta sastre con dos botones es la preferida por los caballeros que laboran en la ciudad. Ayudando a verificar la utilidad del sistema de cerrado de la chaqueta sastre y cómo influye en la decisión de compra, beneficiando a las diferentes estaturas y estilo de la prenda.

3.1.1.1.7 PREGUNTA 7

¿Cuál es el color que a usted más le agrada en una chaqueta sastre?

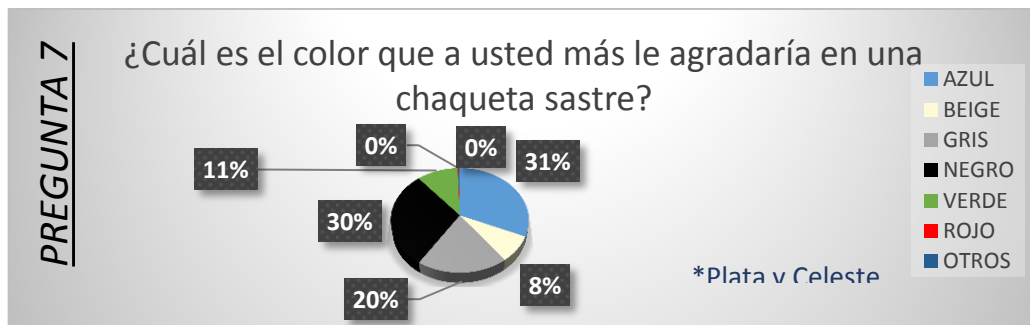


Gráfico No. 72 / Pregunta 7

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

El color preferido de los caballeros encuestados que utilizan chaquetas sastres es el color azul con 31%, seguido del color negro con el 30%. Esta pregunta es vital pues ayuda a construir la colorimetría a ser usada en las propuestas sin equivocarse pues existe una mayor inclinación de gusto hacia ciertos colores. Esta preferencia se debe a que estos colores representan sobriedad y profesionalismo, cualidades que deben ser tomadas en cuenta para resaltar la elegancia del hombre Ambateño.

3.1.1.1 8 PREGUNTA 8

¿Cuáles de estas culturas ancestrales conoce y considera que son ricas en alfarería?



Gráfico No. 73 Pregunt 8

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Entre las culturas ancestrales de conocimiento de los caballeros encuestados esta la cultura Valdivia con el 38%, siendo la de mayor conocimiento por ser una de las más emblemáticas de nuestro país. Sin embargo la pregunta se encamina a verificar el grado de conocimiento de las raíces de nuestra cultura. A pesar de ser la cultura Valdivia la más conocida, esta no cumple en su totalidad con la finalidad de ser rica en alfarería. Por ende se tomara como fuente inspiracional a la cultura Jama-Coaque.

3.1.1.1.9 PREGUNTA 9

Le Gustaría que los botones de la chaqueta estuviesen trabajados en:

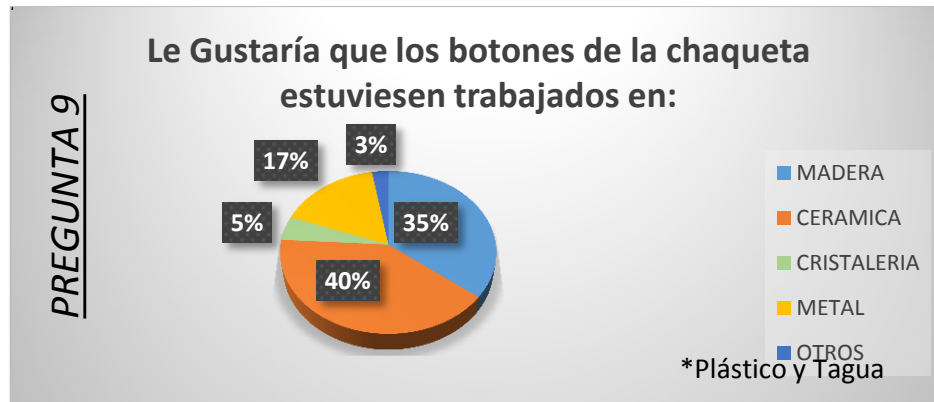


Gráfico No. 74 / Pregunta 9

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

En los resultados se evidencia que los caballeros muestran interesante nuevas alternativas en la elaboración de abalorios e insumos para las chaquetas sastre. La cerámica es el material más apreciado por los encuestado con el 40% de preferencia frente a las demás opciones planteadas. Siendo factible para proponer el valor agregado que debe tener el proyecto diferenciado de la competencia.

3.1.1.1.10 PREGUNTA 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta sastre de corte moderno, que tenga detalles inspirados en las culturas ancestrales de Ecuador?

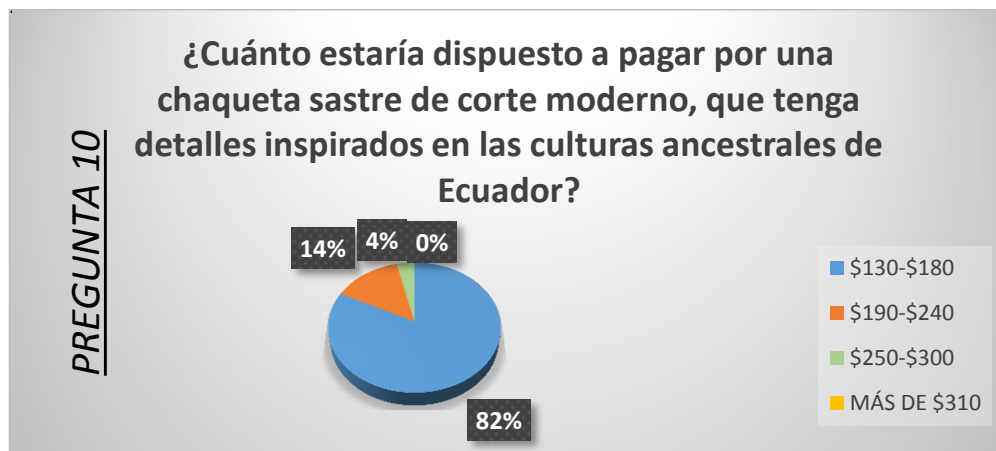


Gráfico No. 75 / Pregunta 10

Fuente: Encuesta realizada a caballeros de la ciudad de Ambato

Al ser un nuevo producto en el mercado los caballeros encuestados concuerdan con el 82% que el precio dispuesto a pagar por adquirir una chaqueta sastre de corte moderno, con influencias de las culturas ancestrales de nuestro país y detalles fabricados artesanalmente oscila entre los \$130 y \$180. Sin embargo, este proyecto se enfoca hacia un mercado medio alto pues el producto contiene detalles elaborados artesanalmente y colocados manualmente con técnicas de alta costura lo que elevan los costos de producción y de venta hacia los clientes.

3.1.1 Segmentación del mercado

Tabla N° 5
Segmentación de Mercado

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO		
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	EDAD	25-35 Años
	SEXO	Masculino
	NACIONALIDAD	Ecuatoriana
VARIABLES SOCIO- ECONÓMICAS	INGRESO MÍNIMO	\$402.93
	OCUPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales, científicos e intelectuales. • Personal de apoyo administrativo • Directores y Gerentes.
	EDUCACIÓN	Profesionales
	NIVEL SOCIO ECONÓMICO	Medio – C+ (INEC 2011)
VARIABLES PSICOGRÁFICAS	PERSONALIDAD	Dinámico, explorador, autónomo e independiente
	ESTILOS DE VIDA	Multicultural, es versátil y actual, evoluciona su propio estilo personal
	INTERESES	Está más enfocado en el trabajo que en la familia, es ciudadano y urbano,

		da mucha importancia al bienestar y la salud
	GUSTOS	Viajar, leer, estar informado, interés por la moda y la tecnología
	INQUIETUDES	Trabajo, salud, destacar socialmente
	OPINIONES	Narcisismo, emprendedor, egoísta
	VALORES	Igualdad, creatividad, lealtad
VARIABLES CONDUCTUALES	LEALTAD DE MARCA	Alta
	BENEFICIOS BUSCADOS	Calidad, confort y exclusividad
	TIPO DE USUARIO	Contemporáneo
	NIVEL DE USO	Eventos sociales, mundo laboral y corporativo
VARIABLES GEOGRÁFICAS	CONTINENTE	América
	PAÍS	Ecuador
	PROVINCIA	Tungurahua
	CIUDAD	Ambato

3.1.1.1. Descripción del perfil

CONTEMPORÁNEO

El cliente potencial de este proyecto es el segmento masculino de la ciudad de Ambato, comprendido por hombres entre las edades de 25 a 35 años. Dirigido hacia profesionales, personal de apoyo administrativo, directores y gerentes son las múltiples ocupaciones y actividades que desempeñan, pues cuentan con una educación mínima de tercer nivel. El nivel socio económico al que está dirigido es medio – C+, cuyo salario básico se comprende entre los \$402.93. Su personalidad es dinámico, explorador, autónomo e independiente. Su estilo de vida es versátil, multicultural y actual

evoluciona su propio estilo personal. Entre sus intereses es un hombre que está más enfocado al trabajo que a la familia, dando mucha importancia a su bienestar y salud, es ciudadano y urbano. Entre sus gustos están: viajar, leer, estar informado, muestra mucho interés por la moda y la tecnología. Posee una alta lealtad de las marcas, pues en ellas busca calidad, confort y exclusividad, es un tipo de usuario contemporáneo que está involucrado en el mundo corporativo y laboral, además disfruta de eventos sociales.

3.2 Tendencias del mercado

3.2.1 Análisis de tendencias

Nos ubicamos en la zona 3. Ambato un cantón lleno de encanto, es conocida por ser cuna de tres ilustres Juanes, revolucionarios de Ecuador, está ubicada en el centro del país y cuya población masculina ha ido solidificando su situación financiera gracias a su formación profesional.

En el mercado ecuatoriano existen diversas megatendencias derivadas del mercado global en las que nos enfocaremos las que el Plan del Buen Vivir direcciona a las siguientes:

Tendencia social, en donde el gobierno pretende mejorar la calidad de vida de la población ejerciendo los derechos del buen vivir como son: alimentación, salud, vivienda para lograr el fortalecimiento de las capacidades físicas e intelectuales de toda la ciudadanía.

Tendencia tecnológica, es una de las herramientas más poderosas en la actualidad pues la actividad humana depende de ella ya que a través de la red se dirige casas, coches, mercados, compañías y proyectos llegando hasta los confines del planeta.

Identidad nacional, promover el desarrollo de la matriz productiva que ayuda a promocionar de los sectores estratégicos como es el sector textil confecciones impulsando la inversión financiera aumentando la competitividad y promoviendo el eslogan “Primero Ecuador”, priorizando la producción hecha en el país promoviendo al producto de nuestro proyecto elaborado con manos ecuatorianas para la población ecuatoriana. Relacionando así las tres megatendencias para impulsar el proyecto.

3.2.1.1 Tendencias de Consumo

Las tendencias de consumo aplicadas al 2016 se presentan debido a los cambios sociales políticos, religiosos, nuevos movimientos y hábitos de consumo. Debido a la inestabilidad global y el auge de dispositivos móviles los consumidores han cambiado su forma de compra, por tanto, nos centraremos en las tendencias de compra que influyen al presente proyecto:

Compradores agnósticos: Este tipo de cliente está muy bien informado, posee experiencia comercial y tiene la habilidad para comparar precios, este consumidor actual no se preocupa de las etiquetas de marca y los productos reconocidos. Busca entre tiendas productos que contenga valor e innovación, lo cual es un alto desafío para las marcas reconocidas que quieren seducirlos y fidelizarlos. Para los consumidores agnósticos, el valor no siempre significa precio bajo, aunque tratan de mantenerse en alerta ante posibles ofertas.

Tiempo de compra: La mayoría de los consumidores actuales entienden al tiempo como un lujo. Ahorrar tiempo es el factor clave entre las preferencias de estos compradores que gusta adquirir productos que puedan conseguirse al instante y que sean cercanos, es por tanto, que para ellos el comercio electrónico es su mejor opción. Además, estos clientes demandan horarios más amplios de servicio al cliente, por lo que algunas marcas comienzan a emplear las redes sociales como herramienta para resolver dudas y conflictos.

Consumidores sobre conectados: En la actualidad la mitad de la población mundial tiene acceso a plataformas digitales según Euromonitor International, este comportamiento alcanzará los 3.000 millones de personas durante el 2016, cada vez más consumidores viven la otra cara de la era digital. Por lo que el internet y las redes sociales es una tendencia viral que proporciona canales de venta directa para los consumidores.

Solteros derrochadores: En 2016, las personas que están solteras gozan de una notable solvencia económica, lo cual les facilita un elevado nivel de vida con menos

compromisos y más posibilidades de gasto, los solteros Premium o de alta gama apuestan por las experiencias personales, como viajes en solitario y son amantes del consumo de lujo. Estos consumidores no escatiman esfuerzos a la hora de comprar regalos para otros, como familiares o amigos. Algunos de ellos son personas entre los 20 y 30 años.

(Euromonitor, 2016)

3.3 Brief

El proyecto se enfoca al diseño de chaquetas sastre masculina con bordados en la ciudad de Ambato, innovando al producto en textiles, insumos, corte y confección; por medio de la aplicación de técnicas, conocimientos e investigación sustentada. El reto es mejorar la imagen del producto chaquetas sastre en la industria de la moda masculina en Ecuador, proporcionándole un nuevo concepto por medio de la investigación de las culturas ancestrales de la región como inspiración, las mismas que serán plasmadas en los abalorios fabricados artesanalmente. Posicionando una nueva propuesta en el mercado que abarca a hombres entre los 25 y 35 años de educación superior cuyo nivel socio económico es medio alto, su perfil del consumidor es contemporáneo que busca en las prendas calidad, confort y exclusividad.

3.4 Benchmarking

La competencia que oferta el mismo producto en la ciudad, ofrece chaquetas sastres tradicionales manejando siluetas amplias. La investigación creativa de moda y tendencias de moda es limitada en cada prenda existente pues su enfoque es abarcar el mercado tradicional, tanto los materiales como insumos son adquiridos en almacenes de la ciudad por lo que la repetición de colores, texturas, calidad son repetitivas, aumentando la compra de esta prenda en otras ciudades lo que afecta a la economía de la provincia. No se evidencian valores agregados que caractericen o diferencien a las chaquetas sastres ofertadas en la competencia.

El proyecto se enfoca al diseño de moda para hombres en la ciudad de Ambato hace énfasis a la realización de colecciones de chaquetas sastres con bordados en

abalorios fabricados artesanalmente, los mismos que estarán inspirados en las culturas ancestrales ricas en alfarería de la región. Se quiere reinventar el uso de la chaqueta sastre habitual proporcionándole un nuevo concepto a esta prenda de vestir con influencias étnicas de valor cultural, manejando valores agregados diferenciadores de la competencia por medio de bordados manuales con abalorios, además del uso de textiles, colores y siluetas actuales sustentados en investigación creativa.

3.5 Marketing

Al incursionar un nuevo producto en el mercado, es necesario identificar a los clientes potenciales que comprende a hombres entre los 25 y 35 años, además de la correcta aplicación del marketing para abarcar el proyecto.

3.5.1 Objetivo general de marketing

Crear publicidad para dar a conocer la marca y el producto en el mercado, por medio de plataformas digitales abarcando la publicidad BTL y TTL, además de convencer al cliente sobre el costo – beneficio del producto.

3.5.2 Objetivo específico de marketing

- Establecer diferentes estrategias publicitarias para ofertar el producto.

3.5.3 Estrategia marketing mix

Para alcanzar las metas planteadas en el proyecto es necesario utilizar la herramienta de las 5P, combinándolas entre sí para alcanzar los objetivos planteados y posicionar el nuevo producto en el mercado.

3.5.3.1 Producto

Se realizará chaquetas sastres de alta calidad que tengan bordados con abalorios inspirados en las culturas ancestrales de la región para el segmento masculino de la ciudad de Ambato, conjuntamente se desarrollara la marca que respalde el producto y sea atrayente para el cliente contemporáneo ya estudiado.

3.5.3.2 Precio

El valor que se fijará en cada chaqueta sastre será conexo al perfil del cliente que fue estudiado y cuyo valor estipulado en las encuestas realizadas definen entre los \$130,00 y \$180,00. Este valor abarca diseño, materiales e insumos que son diferenciadores del mercado que serán empleados considerando los siguientes aspectos:

- Costos Directos: materia prima, insumos, mano de obra, maquinaria, herramientas y servicios especiales.
- Costos Indirectos: Gastos administrativos, servicios básicos, transporte, imprevistos,
- IVA 14% (Junio 2016-Junio 2017)
- Utilidad
- Segmento socio-económico: C+ (Medio Alto).

Se realizarán estrategias de financiamiento del producto por medio de créditos directos y regalos por montos superiores de compra para posicionar la marca en la mente de nuestros clientes para ser competitivos en el mercado.

3.5.3.3 Promoción

Para lograr posicionarse en la mente del consumidor y vender más prendas es necesario convencerlos por medio de asesoría personalizada, campañas publicitarias, diferentes ofertas y promociones, de que los clientes experimenten vivencias únicas logrando alcanzar al mercado nacional.

Publicidad BTL: Se dará a conocer la marca por medio del lanzamiento de una fanpage en las redes sociales en donde se publicará la sesión fotográfica de la colección, así como la publicación de flyers digitales. Se elaborará el packaging que cubrirá al producto cuando se efectuó la venta.

Publicidad TTL: Integrar a las plataformas digitales para establecer el lanzamiento de la colección como Facebook, twitter, instagram, snapchat, youtube manteniendo el alcance del cliente potenciales y a los posibles consumidores.

Relaciones públicas: Realizar un showroom con 8 personas, 5 con posibles clientes potenciales y 3 diseñadores de moda que pueda evaluar al producto y el alcance que este pueda tener en el mercado.

3.5.3.4 Plaza

Hoy en día la tecnología es un medio muy importante que ayuda a generar negocios y dar a conocer productos de una forma rápida, sencilla y de bajo costo. Por medio de las diferentes redes sociales se puede hacer compras vía on-line facilitando al cliente la compra en cualquier parte del país, la sede principal será desde la ciudad de Ambato. Así también, de darse la oportunidad de afianzar las alianzas estratégicas del producto con las diferentes cadenas de moda del país como etafashion, de prati, entre otras; el lugar de compra puede situarse en sus almacenes.

3.5.3.5 Persona

Conseguir la fidelidad del cliente es el objetivo principal de este proyecto, pues son a quienes estamos dirigidos, los que probablemente compren el producto por lo que manejar diferentes estrategias para centrar su atención en nuestra marca es de vital importancia. Entre estas estrategias nos queremos centrar en atenderles de la mejor manera vía personal o digital, además de crearles sensaciones por medio de experiencias de compra. En cada compra se requerirá los datos del consumidor, generando una base de datos en las que incluirán su fecha de nacimiento, dato que ayudara al envío de tarjetas de felicitación por su cumpleaños.

Políticas de Gestión Humana: el proyecto desarrollará la seguridad y calidad de vida de cada persona involucrada en el proceso de manufactura de chaquetas sastre para hombres con bordados en la ciudad de Ambato, promoviendo un alto desempeño en trabajo en equipo.

Políticas de Gestión de Proveedores: tiene como finalidad facilitar las estrategias de compras establecidos en el plan de trabajo y las alianzas estratégicas establecidas que promuevan relaciones estables, obteniendo beneficios mutuo entre proveedores, artesanos y el proyecto.

Políticas de Atención al Cliente: es una poderosa estrategia a usar debido a que se realiza seguimientos a los clientes de los servicios ofertados que pueden esperar de la empresa al término de la adquisición de nuestros productos, con la finalidad de mantener su fidelidad y satisfacción.

CAPÍTULO IV

4 DESARROLLO DEL PRODUCTO

4.1 MARCO GENERAL DEL PROYECTO DE DISEÑO

4.1.1 Identidad del producto



xavier salgado

Gráfico N°. 76 / Imagen Corporativa

Elaborado por: Molle-Estudio de Diseño

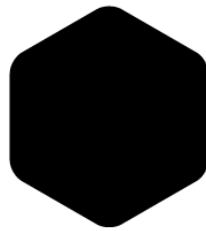
El logotipo tipográfico manipulado ha sido trabajado utilizando como base una tipografía especial que otorga seriedad, sutileza y elegancia a la vez con las modificaciones efectuadas genera la sensación de exclusividad. Las letras X-S han sido enlazadas transmitiendo sensaciones de unidad así como estructura. El hexágono que enmarca al *isotipo/símbolo* transmite funcionalidad, orden y simetría. El nombre “Xavier Salgado” maneja un contraste visual con respecto al símbolo dándole estabilidad y legibilidad. Otro elemento conceptual implícito en el desarrollo, es la connotación de XS como una talla manejada en prendas de modas, por lo cual funciona como referente y busca ligar el concepto con el nombre del Diseñador de Moda Xavier Salgado. En el

proyecto aporta la elegancia y distinción que necesita para el diseño de chaquetas sastre masculina con bordados en la ciudad de Ambato.

4.1.1.1 Colores

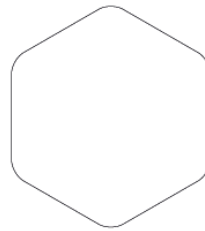
El color es el principal elemento del diseño para distinguir la identidad corporativa de una empresa, proyecto o investigación de moda diferenciándolo y proporcionándole el concepto de lo que se quiere transmitir y para el grupo objetivo al que va dirigido el producto. La cromática maneja 2 dos colores básicos, esenciales que transmiten sobriedad y simplicidad como lo son: el color negro y el color blanco.

Psicología del color negro, blanco.



NEGRO

C= 50
M= 50
Y= 50
K= 100



BLANCO

C= 0
M= 0
Y= 0
K= 0

Gráfico N°. 77 / Colorimetría

Elaborado por: Molle-Estudio de Diseño

4.1.1.2 Misión

XS xavier salgado, tiene como fin brindar nuevas alternativas en el vestir mediante el diseño de moda e introduciendo el estilo étnico en el mercado para caballeros que gustan de nuevas propuestas actuales, versátiles y sofisticadas.

4.1.1.3 Visión

XS xavier salgado, se proyecta como un punto de referencia para la moda ecuatoriana consolidando así su imagen de marca, mostrando interés en el desarrollo de la industria de nuestro país.

4.1.2 Descripción del producto

- **Innovación:** Abalorios trabajados artesanalmente.
- **Diseño:** Corte moderno, inspiración ancestral, textiles.
- **Calidad:** Confección, acabados, confort.

4.1.3 Necesidad del Mercado

En el mercado ambateño son pocas las empresas y diseñadores de moda que se enfocan en la moda masculina, por ende el diseño de chaquetas sastre con bordados y aplicación de abalorios de la región para el segmento masculino de la ciudad de Ambato, abarca a hombres conocedores de esta prenda, los mismos que buscan nuevas alternativas de diseño para vestir. Se ha realizado estudios minuciosos y cuidadosos basados en los resultados obtenidos de las encuestas verificadas acerca de la chaqueta sastre de hombre, concluyendo que existe demanda del producto en nuestra ciudad. El 76% de los encuestados concordaron que casi siempre utilizan la chaqueta sastre en su vida cotidiana, ya sea para trabajar o por su gusto personal. La frecuencia de compra del consumidor es de un 59% lo que ayuda a la planificación de colecciones haciéndolas dos veces por año. El grupo objetivo al que va dirigido el proyecto muestra interés en adquirir una prenda con influencias étnicas de nuestras raíces ancestrales aplicadas al diseño de la misma. La propuesta de este proyecto está correctamente encaminada a reinventar los detalles, el corte, el diseño y la confección de la chaqueta sastre, proporcionando una nueva imagen moderna que se acople a realidad actual de nuestro medio.

4.1.4 Estrategias del desarrollo del proyecto

Las estrategias que se plantean seguir abarcan:

- El correcto manejo de la identidad corporativa para la distribución del producto terminado por medio de las etiquetas, los colgantes y el empaque.

- La sesión fotográfica para el lanzamiento del producto por medio de las redes sociales de mayor frecuencia en nuestra ciudad como es Facebook, Snapchat e Instagram.
- La distribución de flyers digitales por medio de la fanpage.

4.1.5 Modelo de negocio

Moda: el proyecto está enfocado hacia un mercado específico con características y necesidades semejantes a satisfacer, la oferta del mismo será limitada permitiendo optimizar recursos y tiempo, está encaminado hacia personas conocedores de moda y tendencias actuales, apuntando a nuevas alternativas de vestir. El producto está desarrollado para hombres que laboran, les atrae las influencias étnicas, gustan del buen vestir y destacan de sus similares.

4.1.6 Canal de distribución

Los conductos que el proyecto prefiere para despachar sus productos a nuestros clientes de forma completa, eficiente y económica son:

- Canal directo: en donde consta la intervención inmediata entre el fabricante y el consumidor.
- Canal electrónico: por medio del internet y plataformas digitales como: redes sociales de mayor frecuencia en la ciudad (Facebook, Snapchat, Instagram).

4.1.7 Concepto de marca

XS xavier salgado, toma como inspiración la sobriedad, elegancia y dinamismo del hombre actual, manteniendo su identidad con toques étnicos y llenos de arte, en donde las formas simples y estructuradas representan la imagen que se quiere transmitir. El hexágono que encierra las letras XS representa el grabado de una cenefa ancestral de la cultura Jama-Coaque, expresa orden, funcionalidad y simetría. En fin, *XS xavier salgado* representa la imagen de hombre actual que gusta de la moda con toques étnicos y manuales.

4.1.8 Estrategias de marca

4.1.8.1 Mercado de Lujo

Las propuestas a elaborar están direccionadas en este mercado, debido a la elaboración artesanal, única e irrepetible de cada chaqueta. La utilización de textiles exclusivos para cada producción limitada, abalorios conceptuales inspirados en las culturas ancestrales de la región fabricados artesanalmente probando nuevas técnicas-materiales en su elaboración individual y la inserción de mano de obra artesanal calificada.

4.1.9 Relación

- **Sobriedad:** Detalles estéticos con abalorios y bordados
- **Elegancia:** Corte y silueta actual
- **Dinamismo:** Confort, textiles

4.2 PLAN DE PRODUCCIÓN

4.2.1 Expresión creativa – puntos clave

XS xavier salgado, toma como principio expresar por medio del diseño de chaquetas sastres de moda para hombres el arte de nuestras raíces culturales utilizadas como fuente de inspiración para recrear la imagen del hombre actual que gusta del estilo étnico. Con la utilización de técnicas modernas en corte, patronaje y el uso de textiles de moda se quiere refrescar la imagen tradicional de la chaqueta sastre.

4.2.2 Valor agregado

Diseño: Líneas de corte vertical que estilizan la imagen y la silueta, uso de gráficos inspirados en la cultura ecuatoriana ancestral Jama-Coaque, rica en alfarería pues se caracterizaban por la producción minuciosa, detallada y muy bien elaborada de estatuillas de barro.

Combinaciones de textiles, colores y texturas visuales con el fin de reinventar la imagen de la chaqueta sastre tradicional.

Abalorios: Uso de la cerámica como materia prima para la elaboración artesanal de canutillos y botones aportando nuevas propuestas de insumos y abalorios en el mercado de moda masculina ecuatoriana.

4.2.3 Materiales e Insumos

4.2.3.1 Materiales

4.2.3.1.1 BLUE HOPSACK

Un exclusivo textil hecho en Italia por “Vitale Barberis Canónico” de color azul su composición es 100 % lana pura peinada, lo que asegura una sujeción perfecta y buena durabilidad asegurando una excelente resistencia a las arrugas y al desgaste. Su suavidad y peso de sólo 260 gr/m significa que se puede usar en cualquier momento del año. Es muy agradable al tacto, por lo que un traje hecho en este tejido no solo se puede utilizar en invierno debido a su calor, sino también en las estaciones más cálidas debido a su transpirabilidad y su brillo incomparable que cambia de acuerdo con la forma en que refleja la luz.



Gráfico N°. 78 / Textil Blue Hopsack

4.2.3.1.2 BARATHEA

“*Vitale Barberis Canonico*”, es una de las pocas empresas que producen *Barathea* en todo el mundo. Es un textil extremadamente fino transpirable, dinámico e inimitable, su peso es de 300 gr/m y con un brillo elegante. Su composición es de 70% lana pura peinada y 30% mohair, hace un tejido fresco, ligero y resistente al arrugado. Es fácil de llevar en cualquier época del año.



Gráfico N°. 79 / Textil Baratheon

4.2.3.1.3 PIEL DE RES

El cuero se da por medio del curtido del pellejo que cubre la carne del animal. Sirve como materia prima de diversos artículos tales como zapatos, bolsos, indumentaria etc.



Gráfico N°. 80 / Piel de Res

4.2.3.1.4 OLIMPIA

Textil inteligente cuya composición es 100% poliéster cuyas fibras telares ofrecen mejor comportamiento contra hongos, bacterias y tienen como propiedad el beneficio protector único de antifuídos.

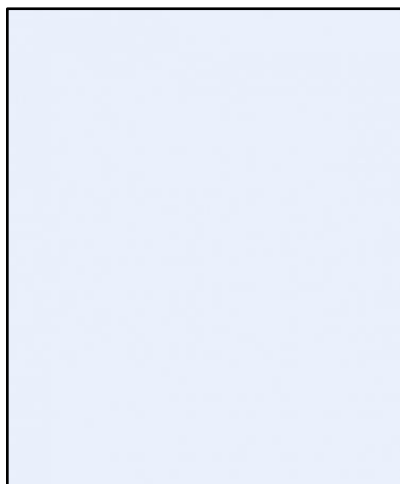


Gráfico N°. 81 / Textil Olimpia Color Blanco

4.2.3.2 Insumos

ABALORIOS DE CERÁMICA

Son elementos pequeños elaborados artesanalmente en cerámica cuyos grabados están inspirados en la cultura ancestral Jama-Coaque, utilizados en la vestimenta para decorar las chaquetas sastre, estas pueden ser bordadas o colocadas como apliques. Las dimensiones que se manejarán son de 1,5 cm X 1cm.

BOTONES DE CERÁMICA

Pequeños elementos trabajados en cerámica y el grabado toma como inspiración la cultura ancestral Jama-Coaque, son utilizados para abrochar o ajustar las chaquetas sastre. Entre las dimensiones que se utilizaran para ajustar los delanteros será de 1,5 cm, los botones que se colocan en las mangas medirán 2,5cm X 2,5 cm.

HILOS

Los hilos que se emplearán para la confección de las chaquetas sastre son 100% poliéster, por sus propiedades en resistencia contra la rotura y el desteñido. El denier es de 40/3 y 40/2, grueso mediano ya que es el más óptimo para confeccionar chaquetas sastre, la aguja que se debe utilizar son número 90/14 y 80/12.

PUNTADAS

Puntada 301: es la puntada de uso común, se utiliza en máquina de costura recta sirve para unir el cuerpo y forro de la chaqueta sastre. Las puntadas por pulgada que se debe manejar son 12 PPP y se debe coser con aguja de bola pequeña para los textiles finos. Para la piel se debe utilizar 07 PPP y se debe confeccionar con aguja punta de lanza.

Puntada 103: puntada invisible, se empleará como puntadas de adornos en las chaquetas. Se debe hacer 6 PPP y aguja de mano.

4.2.4 Gama de color

El diseño de chaquetas sastre con bordados y aplicación de abalorios de la región para el segmento masculino de la ciudad de Ambato, no sigue tendencias de moda vigentes puesto que el proyecto se enfoca hacia el diseño de autor, por ende la colorimetría usada para las propuestas responde a las exigencias del mercado combinadas con la inspiración.

Chaquetas:

Azules

Es el color favorito de la mayoría de las personas, representa la simpatía, armonía y fidelidad. En el diseño el azul oscuro representa credibilidad, profesionalismo y concentración; factores importantes para personas que laboran en el mundo corporativo e institucional.

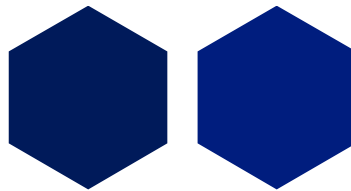


Gráfico N°. 82 / Base Color Chaqueta

Chaquetas:

Negro

Es el color preferido del poder, es favorito de algunas profesiones, es el color de la elegancia, la sofisticación, el prestigio inspira modernidad por ser un color atemporal.

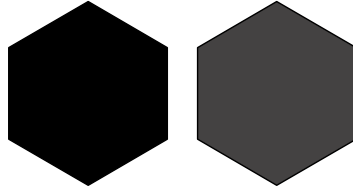


Gráfico N°. 83 / Base Color Chaqueta

Abalorios y Botones:

Dorados

Es el color de la riqueza, el lujo y la opulencia transmite prestigio y valía. Ayuda a transmitir exclusividad, factor importante en el grupo objetivo planteado



Gráfico N°. 84 / Acentos Abalorios

Abalorios y Botones:

Marrones

Este color inspira solidez, seguridad, tradición y crecimiento. Es un fuerte referente para llegar hacia el público objetivo del proyecto.

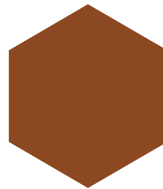


Gráfico N°. 85 / Complementos Abalorios e Insumos

4.2.5 Siluetas/formas

La morfología corporal ideal según los cánones de belleza actual del cuerpo masculino es la silueta trapezoidal, debido a que sobresalen los hombros de la cintura y las caderas proyecta visualmente una forma proporcionada del cuerpo mostrando una figura atlética y bien cuidada.

Las formas que se utilizan en las prendas del proyecto están estrechamente ligadas a la inspiración, la cultura Jama-Coaque. Esta cultura ancestral es una de las más ricas en alfarería, y sus formas son geométricas, entre las más utilizadas son: el círculo que representa la libertad, las líneas sirven como medio de intersección, el triángulo expresa seguridad y los cuadrados y rectángulos denotan estabilidad.

4.2.6 Descripción etiquetas, marquillas, empaque

Etiqueta: por cada chaqueta sastre se utilizarán 4 etiquetas de diferentes tamaños y ubicadas estratégicamente en el interior de la prenda, se utilizará el imagotipo, isotipo y la tipografía complementaria, unidas y por separado. El color es monocromático blanco/negro.

Colgante: en forma estilizada se utilizará un colgante con el imagotipo doblado de la marca y los isotipo de las redes sociales en donde pueden seguir al producto y verificar las ofertas.

Armador y cubre pechera: cada chaqueta sastre dispondrá de una cubre pechera con su respectivo armador, su función es cubrir en parte la chaqueta para cuidar su traslado después de la compra. De color monocromático blanco/negro, las dimensiones son de 48 cm de ancho por 22 cm de alto.

Empaque: para el traslado de la prenda al momento de la adquisición se empleará una bolsa de compras que sea atrayente para los clientes siendo la principal ventana de


comunicación hacia los consumidores. Las dimensiones serán de 55 cm de ancho por 45 cm de alto y su beneficio vital es que puede ser reutilizable.

4.2.7 Sketcher

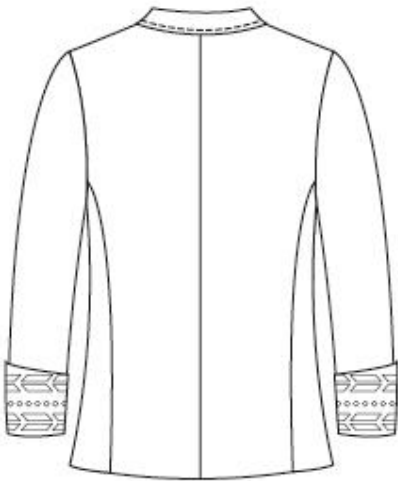
4.2.7.1 Propuesta 1


PROPUESTA Nº. 1 Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR




xavier salgado

SKETCHER

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

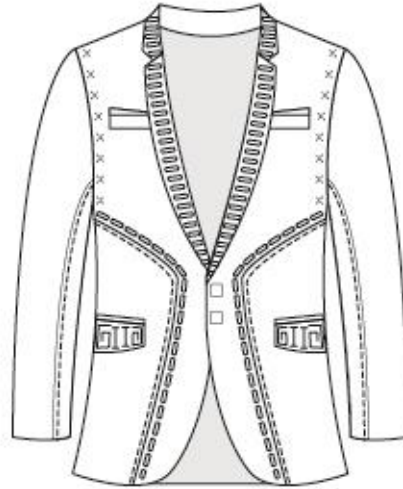
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.7.2 Propuesta 2

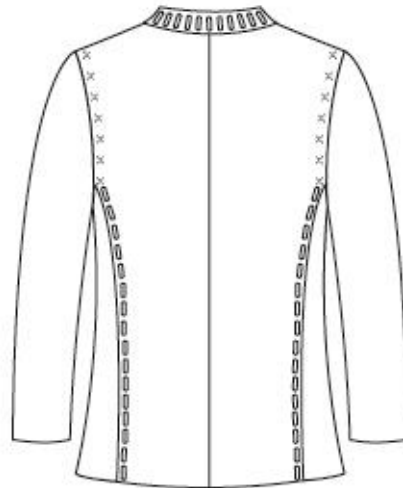
PROPUESTA N°. 2

Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR



SKETCHER



xavier salgado

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

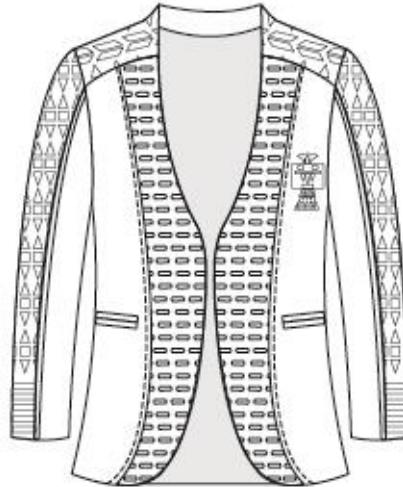
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.7.3 Propuesta 3

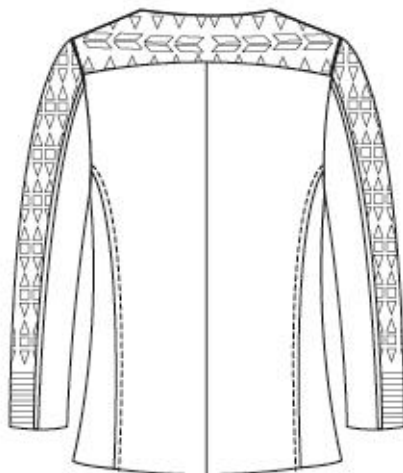
PROPUESTA N°. 3

Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR



SKETCHER



xavier salgado

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.7.4 Propuesta 4

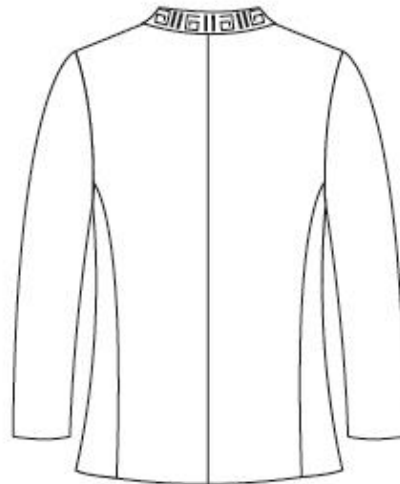
PROPUESTA Nº. 4

Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR



SKETCHER



NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.7.5 Propuesta 5

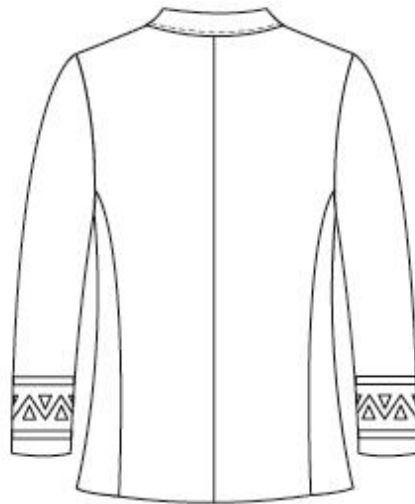
PROPUESTA Nº. 5

Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR



SKETCHER



NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.7.6 Propuesta 6

PROPUESTA N°. 6

Colección: JAMAK

DELANTERO



POSTERIOR



SKETCHER



NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.8 Descripción del proyecto

El proyecto se desarrolla gracias a la investigación de mercado realizada por medio de las encuestas aplicadas a los caballeros entre los 25 y 35 años de la ciudad de Ambato, cuyos resultados avalan el proceso creativo de implementar nuevas alternativas en el diseño de chaquetas sastre para el segmento masculino inspiradas en las culturas de la región.

En Ecuador existen diversas culturas ancestrales ricas en alfarería que inspiran formas nos enriquecen con su variedad en colores, materiales y texturas que pueden ser empleadas para el diseño de chaquetas sastre de hombre. Se quiere reinventar el corte actual proporcionando la silueta masculina actual, implementar el uso de óptimos textiles de calidad que brinde confort en el cliente, innovar los abalorios e insumos que serán elaborados artesanalmente siendo bordados en cada chaqueta con técnicas y procesos de alta costura.

Los diversos elementos que respaldan la realización del proyecto integrador son las siguientes:

1. Se realizaron encuestas en el grupo objetivo del proyecto el cual comprende a hombres entre los 25 y 35 años de la ciudad de Ambato.
2. Conocer los resultados de las encuestas realizadas por medio de la tabulación de datos obtenidos en porcentajes aplicables para conocer las exigencias actuales del mercado.
3. Se crearon propuestas de diseño tomando como inspiración la cultura ancestral Jama-Coaque por su gran riqueza y aporte de alfarería en la historia del país.
4. Se elaboraron artesanalmente insumos y abalorios en cerámica como un nuevo aporte para las propuestas de moda masculina sastre en la ciudad.
5. Se realizaron propuestas del estudio de comunicación para el proyecto (etiquetas, colgantes, pechera y empaque).
6. Se elaboraron fichas de sustentación, concepto de moda, carta de color, textiles e insumos, diseño plano, patronaje, despiece, ruta operacional y costos de producción.

7. Se confeccionaron dos propuestas de los prototipos presentados en la colección sustentados en este proyecto.
8. Se bordaron manualmente en cada prototipo los abalorios e insumos mediante técnicas de alta costura, manteniendo un óptimo control de calidad en cada prenda.

4.2.10 Estudio de Comunicación

ETIQUETA 1



Gráfico N°. 86 / Etiqueta

ETIQUETA 2



Gráfico N°. 87 / Etiqueta

ETIQUETA 3



Gráfico N°. 88 / Etiqueta

ETIQUETA 4



Gráfico N°. 89 / Etiqueta

COLGANTE

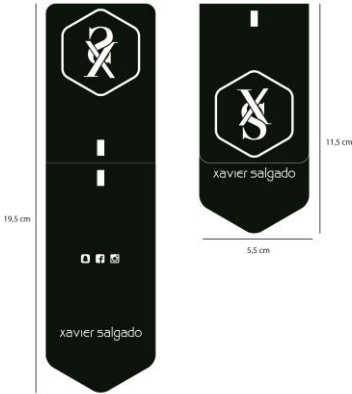


Gráfico N°. 90 / Etiqueta

ARMADOR Y CUBRE PECHERA

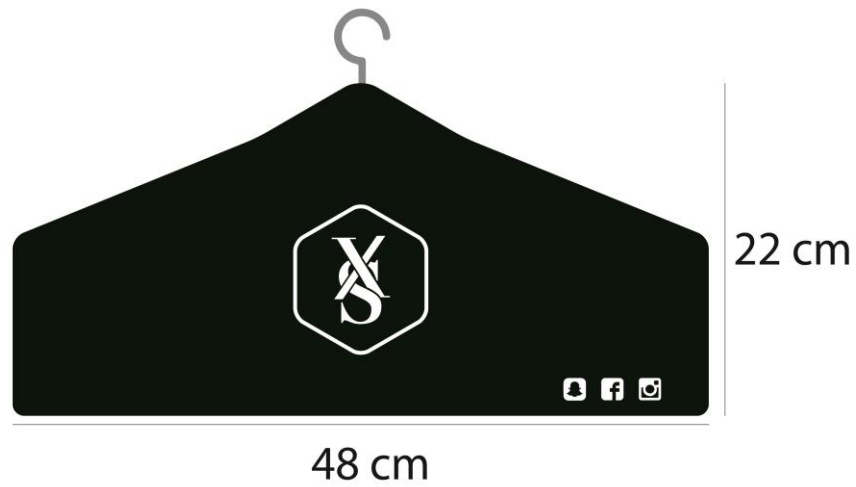


Gráfico N°. 91 / Pechera

Elaborado por: Molle-Estudio de Diseño

EMPAQUE



Gráfico N°. 92 / Empaque

Elaborado por: Molle-Estudio de Diseño



Gráfico N°. 93 / Empaque
Elaborado por: Molle-Estudio de Diseño

4.2.12 Desarrollo de la propuesta (prototipo)

4.2.12.1 Fichas de sustentación:

FICHA DE SUSTENTACIÓN

N° 01



Nombre de la Colección:	JAMAK
Fecha de Sustentación:	2016
Nombre del Alumno:	Xavier Salgado Pazmiño
Semestre del Año:	Segundo Semestre
Semestre Académico:	Abril - Septiembre 2016
Documento de Identidad:	180480925-7
Celular:	099 626 90 44
Correo Electrónico:	xs.salgado@gmail.com
Tungurahua - Ambato	

DELANTERO



POSTERIOR



Masculino <input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	Infantil <input type="checkbox"/>	Junior <input type="checkbox"/>
Línea Casual <input type="checkbox"/>	Línea Deportiva <input type="checkbox"/>	Línea de Playa <input type="checkbox"/>	
Línea Jeans <input type="checkbox"/>	Línea Kaki <input type="checkbox"/>	Línea de Trabajo <input type="checkbox"/>	
Línea Formal <input checked="" type="checkbox"/>	Línea de Lencería <input type="checkbox"/>		

Asesor de Diseño: Ing. Carlos Guamán
Asesor de Patronaje/Drapeado:
Asesor de Taller: Ing. Carlos Guamán
Asesor de Portafolio: Ing. Carlos Guamán
Asesor de Producción: Ing. Carlos Guamán
Asesor de Mercadeo:



xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

De derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

Nº 02



Nombre de la Colección:	JAMAK
Fecha de Sustentación:	2016
Nombre del Alumno:	Xavier Salgado Pazmiño
Semestre del Año:	Segundo Semestre
Semestre Académico:	Abril - Septiembre 2016
Documento de Identidad:	180480925-7
Celular:	099 626 90 44
Correo Electrónico:	xs.salgado@gmail.com
Tungurahua - Ambato	

FICHA DE SUSTENTACIÓN

DELANTERO



POSTERIOR




Masculino <input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	Infantil <input type="checkbox"/>	Junior <input type="checkbox"/>
Línea Casual <input type="checkbox"/>	Línea Deportiva <input type="checkbox"/>	Línea de Playa <input type="checkbox"/>	
Línea Jeans <input type="checkbox"/>	Línea Kaki <input type="checkbox"/>	Línea de Trabajo <input type="checkbox"/>	
Línea Formal <input checked="" type="checkbox"/>	Línea de Lencería <input type="checkbox"/>		

Asesor de Diseño:	Ing. Carlos Guamán
Asesor de Patronaje/Drapeado:	
Asesor de Taller:	Ing. Carlos Guamán
Asesor de Portafolio:	Ing. Carlos Guamán
Asesor de Producción:	Ing. Carlos Guamán
Asesor de Mercadeo:	



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción.

4.2.12.2 Ficha de concepto de moda

Nº 01	COMPONENTES DE MODA
	SILUETA La morfología corporal ideal según los cánones de belleza actual del cuerpo masculino es la silueta trapezoidal, debido a que sobresalen los hombros de la cintura y las caderas proyecta visualmente una forma proporcionada del cuerpo mostrando una figura atlética y bien cuidada.
	DETALLES Y PUNTOS CLAVES Líneas de corte vertical que estilizan la imagen y la silueta, uso de gráficos inspirados en la cultura ecuatoriana ancestral JamaCoaque, rica en alfarería pues se caracterizaban por la producción minuciosa, detallada y muy bien elaborada de estatuillas Uso de la cerámica como materia prima para la elaboración artesanal de canutillos y botones aportando nuevas propuestas de insumos y abalorios en el mercado de moda masculina ecuatoriana.
	MATERIALES Y TEXTURAS (TRATAMIENTOS Y ACABADOS) Combinaciones de textiles, colores y texturas visuales con el fin de reinventar la imagen de la chaqueta sastre tradicional.
	COLORES La colorimetría usada para el diseño de chaquetas sastres masculinas responde a las exigencias del mercado combinadas con la inspiración. Los colores a utilizar son: Azules, Negro, Dorados y Marrones
	SEGMENTO DE MERCADO
	El cliente potencial de este proyecto es el segmento masculino de la ciudad de Ambato, comprendido por hombres entre las edades de 25 a 35 años. Dirigido hacia Profesionales, personal de apoyo administrativo, directores y gerentes son las múltiples ocupaciones y actividades que desempeñan' pues cuentan con una educación mínima de tercer nivel. El nivel socio económico al que está dirigido es medio – C+, cuyo salario básico se comprende entre los \$402.93. Su personalidad es dinámico, explorador, autónomo e independiente. Su estilo de vida es versátil, multicultural y actual, evoluciona su propio estilo personal. Entre sus intereses es un hombre que está más enfocado al trabajo que a la familia, dando mucha importancia a su bienestar y salud, es ciudadano y urbano. Entre sus gustos están: viajar, leer, estar informado, muestra mucho interés por la moda y la tecnología. Posee una alta lealtad de las marcas, pues en ellas busca calidad, confort y exclusividad, es un tipo de usuario contemporáneo que está involucrado en el mundo corporativo y laboral, además disfruta de eventos sociales.
	NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO
	 xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su reproducción

4.2.12.3 Ficha de carta de color

CARTA DE COLOR

Nº 01



NOMBRE: NEGRO
PANTONE: 19-1103



NOMBRE: NEGRO ENVEJECIDO
PANTONE: 19-0405



NOMBRE: AZUL MARINO
PANTONE: 19-3810



NOMBRE: DORADO
PANTONE: 16-0948



NOMBRE: MARRÓN
PANTONE: 18-0937

DESCRIPCIÓN CARTA DE COLORES

Los colores protagonistas de la colección JAMAK, se basan en la elegancia y distinción del hombre actual que se desenvuelve en el mundo corporativo. Los detalles y acentos se basan en los colores dorados y marrones.

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATOFACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

4.2.12.4 Ficha de Comunicado de Prensa

COMUNICADO DE PRENSA	Nº 01	NOMBRE DE LA COLECCIÓN JAMAK
		TENDENCIA NO APLICA
		INSPIRACIÓN La cultura ancestral Jama-Coaque se toma como inspiración para la elaboración de chaquetas sastres debido a su riqueza en alfarería se toman formas, materiales, siluetas y colores, para la construcción de nuevos conceptos y propuestas en el mercado de moda masculina.
		ESCENARIOS Y OCASIONES DE USO JAMAK, es una colección exclusiva creada para el hombre moderno, dentro del escenario o universo de vestuario formal, cuyas prendas son elaboradas artesanalmente con técnicas y procesos de alta costura para brindar un producto de excelente calidad. Su principal escenario es el mundo corporativo e institucional, en donde lucir pulcro y orgulloso de ser ecuatoriano es primordial. También se puede utilizar en eventos sociales de gala y gran gala.
		CATEGORÍAS DE PRENDAS JAMAK, consta de una colección de seis prendas siendo estas chaquetas sastre para el segmento masculino de la ciudad de Ambato. La colección esta creada con altos estándares de calidad en corte, confección y acabados de lujo. La materia prima para cada prenda ha sido seleccionada cuidadosamente obteniendo textiles finos de alta gama, los insumos y abalorios a utilizar fueron creados artesanalmente con el fin de proporcionar prendas exclusivas con valor ancestral.
		NÚMERO DE PRENDAS Seis propuestas en la colección presentada. Dos prototipos elaborados para la sustentación del proyecto.
		NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES









xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.12.5 Ficha de textiles e insumos

FICHA TÉCNICA TEXTIL

N°01

Nombre Comercial/Características Generales		Muestra Física-Acabados y Tratamientos
Nombre:	BLUE HOPSACK	
Tejido:	PLANO	
Estructura:	TAFETÁN	
Ancho Total:	1,50 mts	
Ancho Corte:	1,47 mts	
Costo:	\$60,00 USD.	
Proveedor:	CASA BLANCA	
Composición	Fibra Animal	100% LANA PEINADA
Acabados y Tratamientos		
LANA PEINADA, COLORANTE AZUL		
Prueba de Salida y Encogimiento		Peso
ENCOGIMIENTO 1%		260 gr/m
Conservación y Mantenimiento		
Lavado en Seco		Planchado
 <p>Un símbolo prohibido indica que el artículo no debe lavarse en agua. Puede seguir el procedimiento con agua caliente si el proveedor lo autoriza que hay que seguir.</p>	 <p>La ropa de diseño de calidad indica que la planchadora debe ser utilizada con cuidado y precaución para evitar daños.</p>	
 <p>Un símbolo prohibido indica que el artículo no debe lavarse en agua. Puede seguir el procedimiento con agua caliente si el proveedor lo autoriza que hay que seguir.</p>	 <p>Un símbolo prohibido indica que el artículo no debe lavarse en agua. Puede seguir el procedimiento con agua caliente si el proveedor lo autoriza que hay que seguir.</p>	
Observaciones		
<i>Utilizar 12PPP con aguja punta de bola pequeña en la confección</i>		
NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO		 xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción.

Nº 02

FICHA TÉCNICA TEXTIL

Nombre Comercial/Características Generales

Nombre: BARATHEA
 Tejido: PLANO
 Estructura: TAFETÁN
 Ancho Total: 1,50 mts
 Ancho Corte: 1,47 mts
 Costo: \$65,00 USD
 Proveedor: CASA BLANCA



Composición	Fibra Animal	70% Lana Peinada - 30% Mohair
Acabados y Tratamientos		
LANA PEINDADA Y COLORANTE NEGRO		

Prueba de Salida y Encogimiento

ENCOGIMIENTO 1%

Peso

300 gr/m

Conservación y Mantenimiento

Lavado en Seco




Un lavado adecuado según las instrucciones de lavado evita el deterioro de la fibra y evita que los colores se desvanezcan.



La ropa no debe ser planchada ya que se puede dañar la estructura del tejido y causar deformaciones.

Planchado




Una planchadora sin vapor evita dañar la estructura del tejido y evita que los colores se desvanezcan.

Secado



Evitar el secado en secadora ya que puede dañar la estructura del tejido y causar deformaciones.

Blanqueado y Suavizante



Evitar el uso de blanqueador y suavizante ya que pueden dañar la fibra.

Observaciones

Utilizar 12PPP con aguja punta de bola pequeña en la confección

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción.

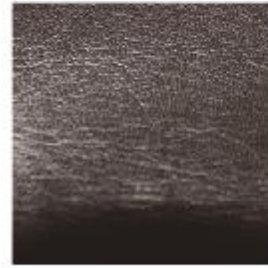
Nº 03

FICHA TÉCNICA TEXTIL

Nombre Comercial/Características Generales

Nombre: CUERO / PIEL
 Tejido: PIEL CURTIDO ANIMAL
 Estructura: SIN ESTRUCTURA
 Ancho Total: 100 pies²
 Ancho Corte: 80 cm
 Costo: \$50,00 USD
 Proveedor: S/N

Muestra Física-Acabados y Tratamientos



Composición	Piel Animal	Piel de Res
Acabados y Tratamientos		
CURTIDO-SECADO-COLORANTE NEGRO-SUAVIZADO		

Prueba de Salida y Encogimiento
SIN ENCOGIMIENTO

Peso
500gr/m

Conservación y Mantenimiento

Lavado en Seco

Un símbolo de este tipo indica que el artículo puede ser lavado en seco. Consulte las etiquetas para obtener más información.

Planchado

Un símbolo de este tipo indica que el artículo puede ser planchado. Consulte las etiquetas para obtener más información.

Secado

Un símbolo de este tipo indica que el artículo puede ser secado. Consulte las etiquetas para obtener más información.

Blanqueado y Suavizante

Un símbolo de este tipo indica que el artículo puede ser blanqueado y suavizado. Consulte las etiquetas para obtener más información.

Observaciones
 Utilizar 07PPP con aguja punta de lanza en la confección

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción.

Nº 04

FICHA TÉCNICA TEXTIL

Nombre Comercial/Características Generales

Nombre: OLIMPIA
 Tejido: PLANO
 Estructura: TAFETÁN
 Ancho Total: 150
 Ancho Corte: 150 cm
 Costo: \$3,00USD
 Proveedor: PAT-PRIMO

Muestra Física-Acabados y Tratamientos



Composición	100% POLIÉSTER	FIBRA SINTÉTICA
Acabados y Tratamientos		
REPELENTE, ANTIFLUIDOS.		

Prueba de Salida y Encogimiento

ENCOGIMIENTO 1%

Peso

100gr/m

Conservación y Mantenimiento

Lavado en Seco



Planchado



Secado



Blanqueado y Suavizante



Observaciones

Utilizar 12PPP con aguja punta de lanza en la confección

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción.

FICHA TÉCNICA DE INSUMOS No 01

Nombre Comercial/Características Generales

Nombre: BOTONES DE CÉRAMICA
 Material: CERÁMICA
 Tamaño: 2,5 cm x 2,5 cm
 Costo: \$ 0,25 USD.
 Proveedor: XAVIER SALGADO

Muestra Física de Insumos




Composición	Cerámica
-------------	----------

Acabados y Tratamientos

Pintado en color dorado, evejecido negro y lacado.


Conservación y Mantenimiento de Insumos

Lavado en Seco

 La mayoría de botones de cerámica se lavan en seco. Siempre consulte la etiqueta de cuidado de la prenda para saber qué tipo de lavado es el más adecuado para cada prenda.

 La mayoría de botones de cerámica se lavan en seco. Siempre consulte la etiqueta de cuidado de la prenda para saber qué tipo de lavado es el más adecuado para cada prenda.

Planchado

 Después de lavar, los botones de cerámica se deben planchar con un hierro a temperatura media para eliminar cualquier arruga.

Secado

 Un símbolo prohibido de secado indica que la prenda no puede ser lavada en lavadora. Siempre consulte la etiqueta de cuidado de la prenda para saber qué tipo de lavado es el más adecuado para cada prenda.

Blanqueado y Suavizante

 No se debe utilizar lejía o suavizante de ropa en los botones de cerámica.

Observaciones

Coser con aguja de mano a mano

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE INSUMOS N°02

Nombre Comercial/Características Generales

Nombre: ABALORIOS
 Material: CERÁMICA
 Tamaño: 1,5 cm x 1 cm
 Costo: \$ 0,25 USD.
 Proveedor: XAVIER SALGADO

Muestra Física de Insumos



Composición Cerámica


Acabados y Tratamientos

Pintado en color dorado, evejecido negro y lacado.

Conservación y Mantenimiento de Insumos

Lavado en Seco

 Un lavado en seco ligero es lo mejor para mantener la forma y el color de los abalorios. Evite lavarlos con agua jabonosa, ya que esto puede dañarlos y hacerlos perder su brillo.

 La exposición prolongada al sol puede hacer que los abalorios pierdan su brillo y se vuelvan más mates. Evite exponerlos a la luz directa del sol por largos períodos.

Planchado

 El planchado puede dañar los abalorios, ya que el calor excesivo puede hacerlos perder su forma y brillo. Evite plancharlos.

Secado

 Evite lavar los abalorios en la lavadora, ya que el agua y el detergente pueden dañarlos. Si los lavas, asegúrate de lavarlos con cuidado y sécalos bien.

Blanqueado y Suavizante

 Evita el uso de blanqueadores o suavizantes, ya que pueden dañar el acabado de los abalorios.

Observaciones

Coser con aguja de mano a mano

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción


4.2.12.6 Ficha de diseño plano

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Nº 01

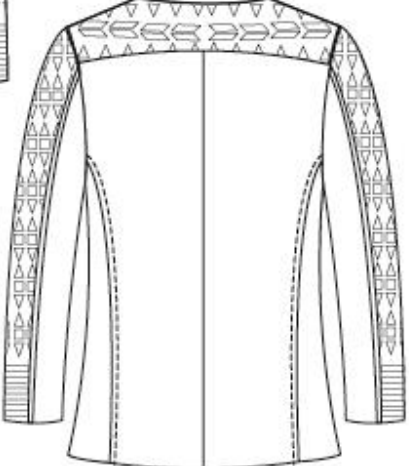
Atuendo Nº. 1
Prenda: Chaqueta Sastre Masculina
Referencia:: XS001

DELANTERO



Broche desmontable elaborado en Cerámica

POSTERIOR




TALLA	A Medida
Largo de Talle	46,5 cm
Largo Total	75 cm
Ancho de Espalda	42 cm
Contorno de Pecho	91,5 cm
Contorno de Cintura	76,5 cm
Contorno de Base	91,5 cm

Ancho de Pespunte			
Botón 1	Cant. 0	Bolsillo Int.	Cant. 3
Botón 2	Cant. 0	Hombreira	Cant. 2
Abalorio	Cant. 150	Ojal	Cant. 0
Abalorio	Cant. 130		

Forro Embolsado

Terminación de Ruedo
Ruedo embolsado invisible

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

4.2.12.7 Ficha de Referencia del Bordado

REFERENCIA DEL BORDADO


Nº 01

CHAQUETA SASTRE REFERENCIA XS001


ABALORIOS Y BOTONES



BROCHE



Chamán - Jomo Coaque



Extracción

Proceso:

- ◆ Línea
- ◆ Forma Plana
- ◆ Volúmen

ABALORIOS CON ARTE



BOTONES



ABALORIO LLANO



UBICACIÓN EN LA PRENDA



DESCRIPCIÓN SEMIÓTICA

Las figuras utilizadas en los abalorios, insumos y complementos decorativos representan la protección, estabilidad y fortaleza del hombre actual pues al emplear figuras geométricas se dice que está estrechamente ligada a lo que hace el hombre desde tiempos antiguos hasta la actualidad.

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su reproducción.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

127

4.2.12.7 Ficha de Patronaje

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Nº 01

Categoría de Prenda: Formal Referencia: Chaqueta Sastre Talla: A Medida

Femenino Masculino Infantil

CONVENCIONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	T
TRAVES	↔	COSTURA	- - - - -
SESGO	↗	DOBLEZ DE TELA	X X X

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.12.8 Ficha de despiece

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

Nº 01

Categoría de Prenda: Formal Referencia: Chaqueta Sastre Talla: A medida

Femenino Masculino Infantil

DESCRIPCIÓN Y NUMERO DE PIEZAS

Almilla Posterior X1
Posterior X2
Costadillo X2
Delantero Costado X2
Delantero X2
Delantero Superior X2
Manga 1 X2
Manga 2 X2

INDUSTRIALIZACIÓN DE PRATONES

HILO DE TELA	↕
TRAVÉS	↔
SESGO	↗

PIQUETE	T
COSTURA	-----
DOBLEZ DE TELA	X X

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.12.9 Ficha de ruta operacional

FICHA TÉCNICA HOJA DE RUTA

Nº 01

Atuendo Nº. 1 Prenda: Chaqueta Sastre Masculina Referencia: XS001

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Material Principal	Blue Hopsack
Nº. de productos a fabricar	1
Tiempo Total de Fabricación	35 Min.

Nº.	DESCRIPCIÓN	TIEMPO T.S.	MÁQUINA	UNIDAD DÍA
1	Unir corte costado delantero	1,5	PL	
2	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
3	Pespuntear	1,5	PL	
4	Unir corte superior delantero	1,5	PL	
5	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
6	Pespuntear	1,5	PL	
7	Pegar Bolsillo en Delantero	1,5	PL	
8	Pespuntear	1,5	PL	
9	Unir Posteriores	1,5	PL	
10	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
11	Unir Almilla con Posterior	1,5	PL	
12	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
13	Pespuntear	1,5	PL	
14	Unir Costadillo con Del. y Post.	1,5	PL	
15	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
16	Unir Hombros	1,5	PL	
17	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
18	Unir Corte de Manga	1,5	PL	
19	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
20	Unir Manga en cuerpo	1,5	PL	
21	Abrir costuras y Planchar	1,5	MANUAL	
22	Embolsar con Forro	1,5	PL	
23	Planchar	1,5	MANUAL	
TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN		35 Min.		16

RESÚMEN GENERAL DE NECESIDAD DE MÁQUINARIA

MÁQUINA	CÓDIGO
PLANA 1 AGUJA	PL
OJALADORA	OJ
BOTONADORA	BT
BORDADORA	BR

DELANTERO



POSTERIOR





NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

De derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.2.12.10 Ficha de costos de producción

FICHA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN N° 01

Atuendo N°. 01 Prenda: Chaqueta Sastre Referencia: XS001

COSTOS DIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
BLUE HOPSACK	METRO	100	1,47	60,00	88,20
OLIMPIA	METRO	100	1,47	3,50	5,15
ENTRETELA	METRO	100	0,44	4,30	1,89
HILO POLYESTER	METRO	5000	220	0,90	0,04
BOTONES	UNIDAD	1	8	0,30	2,40
ABALORIOS	UNIDAD	1	75	0,40	30,00
ETIQUETA INTERNA	MILLAR	1000	4	0,30	1,20
COLGANTE	MILLAR	1000	1	0,55	0,55
PECHERA	MILLAR	1000	1	0,80	0,80
EMPAQUE	MILLAR	1000	1	2,40	2,40
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS					132,63

MANO DE OBRA					
OPERARIO	N°. DE OPERARIO	SALARIO MENSUAL	COSTO DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
OP. RECTA	1	366,00	12,20	20	0,61
CORTADOR	1	400,00	13,30	20	0,67
			12,20	10	1,22
			12,20	20	0,61
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA					3,11

MAQUINAS Y HERRAMIENTAS					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TARIFA POR HORA	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
RECTA	1	0,11	0,88	20	0,04
TOTAL MAQUINARIA					0,04
HERRAMIENTAS (1%-3%)					0,01
SUBTOTAL MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS					0,05

SERVICIOS ESPECIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUBLIMADO	1	\$10,00	10,00
SUBTOTAL SERVICIOS ESPECIALES			10,00

TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN **\$145,79**

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

De derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

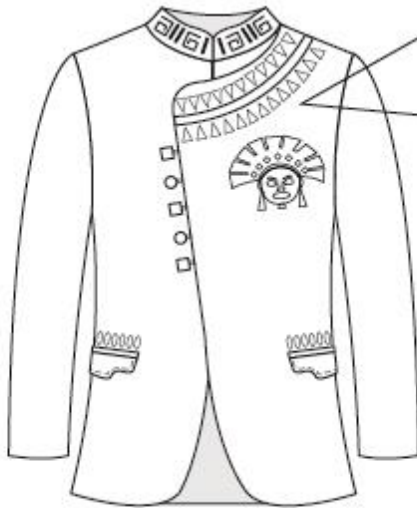
Ficha de diseño plano


FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Nº 02

Atuendo Nº. 2
Prenda: Chaqueta Sastre Masculina
Referencia: XS002

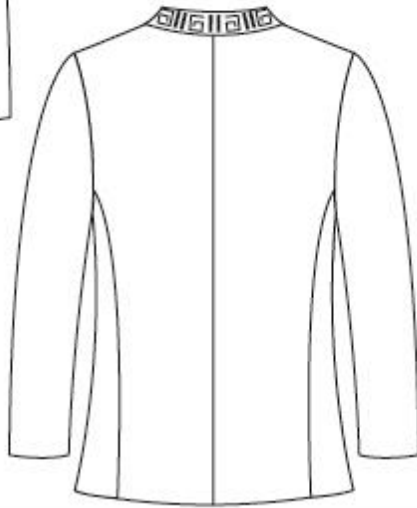
DELANTERO





Detalles con Técnica de Repujado en Piel


POSTERIOR



TALLA		A Medida		Ancho de Pespunte			
Largo de Talle	46,5 cm			Botón 1	Cant. 5	Bolsillo Int.	Cant. 3
Largo Total	75 cm			Botón 2	Cant. 6	Hombreira	Cant. 2
Ancho de Espalda	42 cm			Abalorio	Cant.10	Ojal	Cant. 6
Contorno de Pecho	91,5 cm			Abalorio	Cant.0		
Contorno de Cintura	76,5 cm			Forro Embolsado			
Contorno de Base	91,5 cm						

Terminación de Ruedo
Ruedo embolsado invisible

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

Ficha de Referencia del Bordado

Nº 02

REFERENCIA DEL BORDADO

CHAQUETA SASTRE REFERENCIA XS002

REPUJADO EN PIEL



Sacerdote - Jema Coaque

ABALORIOS Y BOTONES



Señor Cultura Jema Coaque



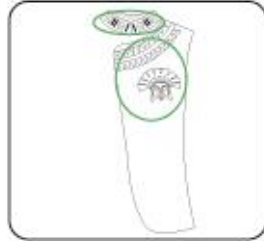
Proceso:

- ♦ Línea
- ♦ Volúmen

Repetición de Módulos



UBICACIÓN EN LA PRENDA



DESCRIPCIÓN SEMIÓTICA

Las figuras utilizadas en el repujado en piel, representan estabilidad y equilibrio, pues ha sido utilizado por varias culturas en las que los triángulos representan la trinidad espiritual asimilándola como una forma de significación mágica.

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

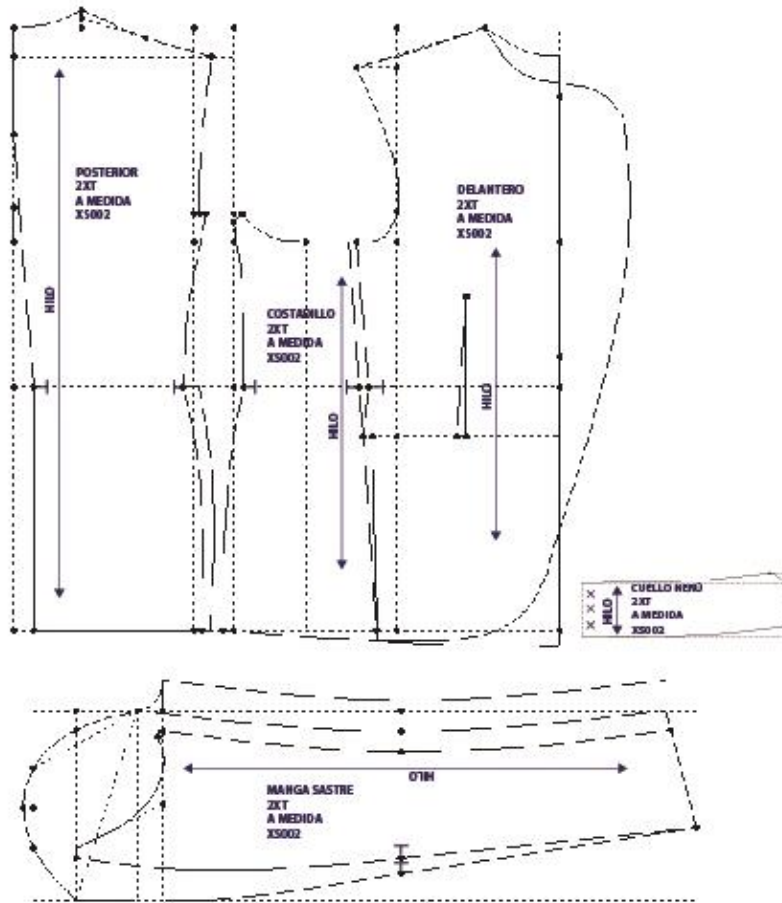
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Ficha de Patronaje

Nº 02

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Categoría de Prenda: Formal Referencia: Chaqueta Sastre Talla: A Medida
 Femenino Masculino Infantil



CONVENCIONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	T
TRAVÉS	↔	COSTURA	-----
SESGO	↗	DOBLEZ DE TELA	X X X



NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

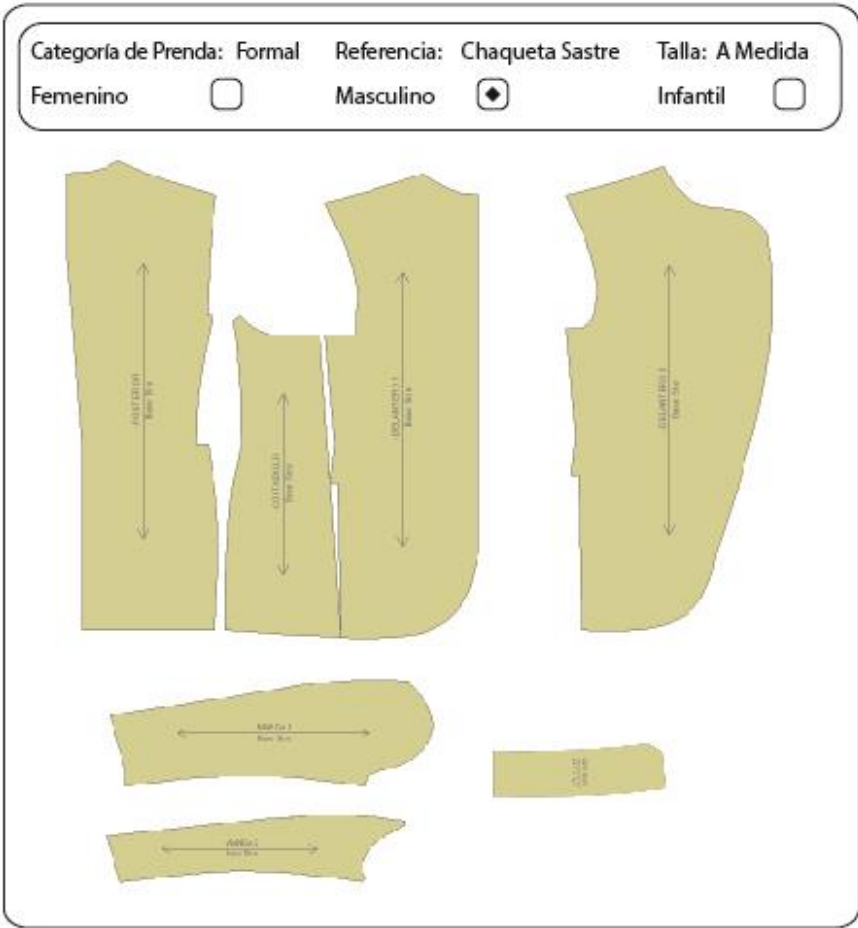
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

Ficha de despiece

Nº 02

Categoría de Prenda: Formal Referencia: Chaqueta Sastre Talla: A Medida
 Femenino Masculino Infantil

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE



DESCRIPCIÓN Y NUMERO DE PIEZAS

Posterior X2
Costadillo X2
Delantero 1 X1
Delantero 2 X1
Cuello X2
Manga 1 X2
Manga 2 X2

INDUSTRIALIZACIÓN DE PRATONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	T
TRAVES	↔	COSTURA	-----
SESGO	↗	DOBLEZ DE TELA	X X X

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

De derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Ficha de ruta operacional

FICHA TÉCNICA HOJA DE RUTA

N° 02

Atuendo N°. 2 Prenda: Chaqueta Sastre Masculina Referencia: XS002

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Material Principal	Barathea - Piel
Nº. de productos a fabricar	1
Tiempo Total de Fabricación	30 Min.

Nº.	DESCRIPCIÓN	TIEMPO T.S.	MÁQUINA	UNIDAD DÍA
1	Unir Costadillo con Del. y Post.	2	PL	
2	Abrir costuras y Planchar	2	MANUAL	
3	Pegar Bolsillo en Delantero	2	PL	
4	Pespuntear	2	PL	
5	Unir Posteriores	2	PL	
6	Abrir costuras y Planchar	2	MANUAL	
7	Unir Hombros	2	PL	
8	Abrir costuras y Planchar	2	MANUAL	
9	Unir cuello en cuerpo	2	PL	
10	Unir Corte de Manga	2	PL	
11	Abrir costuras y Planchar	2	MANUAL	
12	Unir Manga en cuerpo	2	PL	
13	Abrir costuras y Planchar	2	PL	
14	Embolsar con Forro	2	PL	
15	Planchar	2	MANUAL	
TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN		30 Min.		18

RESÚMEN GENERAL DE NECESIDAD DE MÁQUINARIA

MÁQUINA	CÓDIGO
PLANA 1 AGUJA	PL
OJALADORA	OJ
BOTONADORA	BT
BORDADORA	BR

DELANTERO



POSTERIOR





NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO

xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

Ficha de costos de producción

FICHA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN N° 02

Atuendo N°. 02 Prenda: Chaqueta Sastre Referencia: XS002

COSTOS DIRECTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
BARATHEA	METRO	100	1	65,00	65,00
PIEL	PIES CUADRADOS	1100	20	0,91	18,20
OLIMPIA	METRO	100	1,47	3,50	5,15
ENTRETELA	METRO	100	0,44	4,30	1,89
HILO POLIESTER	METRO	5000	220	0,90	0,04
BOTONES	UNIDAD	1	8	0,30	2,40
ABALORIOS	UNIDAD	1	75	0,40	30,00
ETIQUETA INTERNA	MILLAR	1000	4	0,30	1,20
COLGANTE	MILLAR	1000	1	0,55	0,55
PECHERA	MILLAR	1000	1	0,80	0,80
EMPAQUE	MILLAR	1000	1	2,40	2,40
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS					125,23

MANO DE OBRA					
OPERARIO	Nº. DE OPERARIO	SALARIO MENSUAL	COSTO DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
OP RECTA	1	366,00	12,20	20	0,61
CORTADOR	1	400,00	13,30	20	0,67
			12,20	10	1,22
			12,20	20	0,61
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA					3,11

MAQUINAS Y HERRAMIENTAS					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TARIFA POR HORA	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
RECTA	1	0,11	0,88	20	0,04
TOTAL MAQUINARIA					0,04
HERRAMIENTAS (1%-3%)					0,01
SUBTOTAL MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS					0,05

SERVICIOS ESPECIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
REPUJADO	1	10,00	10,00
SUBLIMADO	1	10,00	10,00
SUBTOTAL SERVICIOS ESPECIALES			20,00

TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN \$148,39

NOMBRE DEL ALUMNO: XAVIER SALGADO PAZMIÑO



xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.3.1 Costos Variables

4.3.1.1 Materiales

Los materiales principales como materia prima directa, materia prima indirecta, insumos y abalorios que se requieren en la elaboración de chaquetas sastre para hombres.

Tabla N°. 6
Cuadro de Costos en Detalle.

MATERIALES DIRECTOS	MATERIALES INDIRECTOS	INSUMOS	ABALORIOS
TELA	ENTRETELA	HILOS	CANUTILLOS
FORRO		BOTONES	FIGURAS

4.3.2 Costos fijos

4.3.2.1 Mano de obra directa

El salario básico de una operaria de la confección que cose en maquinaria recta es de \$366,00; el salario de un cortador es de \$400,00. Valores divididos según los días trabajados y las prendas elaboradas.

4.3.2.2 Mano de obra indirecta

En el proyecto es indispensable requerir los servicios profesionales de un alfarero para la elaboración de botones, canutillos elaborados artesanalmente en cerámica y el servicio de sublimación para las etiquetas y el forro.

4.3.2.3 Gastos generales

Entre los principales tenemos: Servicios Básicos (Luz, agua, teléfono, internet), transporte, etc. Para el cual asignaremos el 2% del total de los costos de producción.
Imprevistos 5%

4.3.2.4 Depreciación

Máquina de coser al 20% anual en 5 años, debido a que es la principal herramienta para realizar la confección de chaquetas sastre.

4.3.2.5 Gastos Administrativos

Se asignara el 5% del total de los costos de producción para obtener la cantidad proporcional en la intervención administrativa de cada chaqueta sastre.

4.3.3 Costo total

Costo completo que paga el cliente por prenda después de haber contabilizado todos los requerimientos empresariales y estatales para la confección de chaquetas sastre.

4.3.4 Utilidad

Se aplicará el 30% de utilidad en cada prenda.

4.3.5 Impuesto al Valor Agregado

Para la comercialización del producto en el mercado es necesario cobrar los impuestos que exige paga el estado ecuatoriano, entre junio 2016 y junio 2017 la disposición del porcentaje aplicable para comerciar productos es del 14%.

4.3.6 Fichas precio de venta

Nº 01

Colección: JAMAK	Prenda: Chaqueta Sastre	Referencia: XS001
Talla: A medida	Diseñado por: Xavier Salgado Pazmiño	

DELANTERO



POSTERIOR



FICHA DE PRECIO DE VENTA

TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN \$145,79

COSTOS INDIRECTOS

IMPREVISTOS - 5%	7,29
GASTOS GENERALES - 2%	2,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS - 5%	7,29
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$17,50

COSTO PRIMO DE PRODUCCIÓN Y GASTOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN	145,79
COSTOS INDIRECTOS	17,50
UTILIDAD 30%	48,97
IVA 14%	22,86

TOTAL P.V.P \$235,12



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Nº 02

FICHA DE PRECIO DE VENTA

Colección: JAMAK	Prenda: Chaqueta Sastre Referencia: XS002
Talla: A medida	Diseñado por: Xavier Salgado Pazmiño



TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN \$148,39

COSTOS INDIRECTOS	
IMPREVISTOS - 5%	7,42
GASTOS GENERALES - 2%	2,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS - 5%	7,42
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$17,81

COSTO PRIMO DE PRODUCCIÓN Y GASTOS	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$148,39
COSTOS INDIRECTOS	\$17,81
UTILIDAD 30%	\$49,86
IVA 14%	\$23,27

TOTAL P.V.P \$239,33



xavier salgado

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

CAPÍTULO V

5. ANEXOS

5.1 BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Amies, H. (1964) A,B,C of Men's Fashion. London: Cahill and Company Ltd.

Arauz, V. P. C., & Pachacama, G. M. D. R. (2015). Análisis de la economía popular y solidaria como política de desarrollo en la actividad de la producción artesanal de bloques en el barrio La Calera ubicado en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi. (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.

Bermeo, M. W. P., (2015). Análisis de los avances tecnológicos y materiales de producción en sastrería masculina.

Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina (Vol. 3). Barcelona: Anagrama.

Byrde, P. (1979). The Male Image: Men's Fashion in England 1300-1970. London: B.T. Batsford.

De Bogotá, C. D. C., & Emprende, B. (2010). Consejos Prácticos-Etiqueta y Protocolo Empresarial.

Encalada, O. (2003). Diccionario de la artesanía ecuatoriana. Cuenca: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares.

Herrera, L., Medina, A., Naranjo, G. (2014) "Tutoría de la Investigación Científica". Ambato-Ecuador. Gráficas Corona Quito.

Hopkins, J., & Gili, G. (2011). Manuales de Diseño de Moda – Ropa de Hombre. Barcelona-España

Lando, L. (2009). Diseño de modas. CBH Books.

Lara, L., & de Cossío, A. G. (2012). El poder de la ropa. Editorial Océano. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=kSoKBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT19&dq=chaqueta+sastre+masculina&ots=dBrqOTazFx&sig=PiCsh9JZviOzLCxyylgzy pwcUw#v=onepage&q=chaqueta%20sastre%20masculina&f=false>

Jaramillo, J., Pico, P., & Pfister, E. (2009). Proyecto de inversión para la creación de la empresa: corporación múltimarca de moda masculina multimoda S.A.

Madera, M. C. B. (2013) LA INFLUENCIA DE LA MODA EN EL CAMBIO SOCIAL DE LOS VALORES ESTÉTICOS Y CORPORALES.

Newman, A. & Shariff, Z. (2010). “Moda A-Z Diccionario ilustrado”. Barcelona-España. Art Blume, S.L.

Precolombino de Ecuador, A. (1977). Salvat Editores Ecuatoriana.

Ramos, M. (2013, P 37-40). Manual Básico de Crochet y Bordados.

Rocosa, D. (1982). “Método completo de corte Rocosa”. Barcelona-España. Suimo, S.A.

SALVAT, J. (1976). Historia del arte ecuatoriano Tomo I. Barcelona. España: Salvat Editores.

Santinelli, C., & Santinelli, C. (31 de Octubre de 2005 – 21 de Abril de 2006). Curso de conservación y restauración de la cerámica precolombina y vidriada. Cuenca

Singer, (1988) “Técnicas de Alta Costura-Ropa Fina” México, D.F. Editorial LIMUSA S.A. de C.V.

-Schoeffler, E., & William, G. (1973) Esquire’s Encyclopedia of 20th Century Fashions. New York: McGraw-Hill.

Yang, D. (2014) Que son los Abalorios, para que se utilizan y donde los puede conseguir de buena calidad y económicos

LINKOGRAFÍA:

<http://www.blogmodahombre.com/> Visitado en: AMBATO, Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 10:35

<http://formenblog.com/> Visitado en: AMBATO, Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 13:16

<http://modaellos.com/category/moda-ellos> Visitado en: AMBATO, Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 14:05

<http://www.revistagq.com/moda/tendencias> Visitado en: AMBATO, Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 15:48

<https://prezi.com/dhip-onclwk5/moda-etnica/> Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 15:48

<http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=12392,Cultura Ancestral>

<https://neverlandmoda.com/blogs/blog/12001361-las-marcas-internacionales-de-ropa-apuestan-a-ecuador>. Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 15:48

<http://www.revistagq.com/moda/tendencias/galerias/los-50-disenadores-de-moda-hombre-que-ienes-que-conocer/8562/image/601602>. Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 10:45

<http://www.lifeandstyle.la/moda/2016/05/09/de-la-a-a-la-z-marcas-de-moda-esenciales-para-hombre>. Recuperado: miércoles 28 de abril de 2016. A las 12:25

<http://www.vistazo.com/proyectos-especiales/moda-ecuador>. Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 15:48

<http://www.revistalideres.ec/lideres/marca-diego-pena-pasarelas-ecuador.html>. Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 16:12

<http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/2015/12/30/moda-hombre-placer-vestir-elegancia>. Recuperado: miércoles 20 de abril de 2016. A las 09:03

miércoles 20 de abril de 2016. A las 17:58

Anexo 1 FORMATO DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES



CARRERA DE INGENIERÍA EN PROCESOS Y DISEÑO DE MODAS

Encuesta dirigida a caballeros sobre, el diseño de chaquetas sastre con bordados y aplicación de abalorios de la región para el segmento masculino de la ciudad de Ambato"

OBJETIVO: Obtener información sobre las exigencias de la chaqueta sastre implementando bordados manuales inspirados en las cultura ancestrales de la región.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una X la respuesta de su elección. Sea sincero al contestar.

1. ¿Usa usted chaqueta sastre (leva)?

Siempre Rara Vez
Casi Siempre Nunca

2. Si su respuesta anterior es *Rara vez* o *Nunca*, indique el por qué:

No es mi estilo No uso por incomodidad

3. ¿Con qué frecuencia adquiere una chaqueta sastre?

Mensual Semestral
Trimestral Más de Seis Meses

4. ¿Qué tipo de chaqueta sastre le gusta utilizar?

Casual Formal Semi-Formal

5. ¿Le interesaría a usted adquirir una chaqueta sastre que tenga influencias de las culturas ancestrales del Ecuador?

Mucho Poco Nada

6. ¿Cuáles son los detalles que más le atrae en una chaqueta? En: (opción múltiple)

Textiles:

Lino

Casimir

Terciopelo

Lana

Otros: _____

Solapas:

Con Solapa

Sin Solapa

Solapa Ancha

Solapa Angosta

Otros: _____

Bolsillos:

Sobrepuestos

Con tapa

Sin tapa

Forro:

Con forro

Sin forro

Ajuste:

Ceñida

Holgada

Sistema de Cerrado:

Con cierre

Sin Cierre

1 Botón

2 Botones

3 Botones

Más de 3 Botones

7. ¿Cuál es el color que a usted más le agradaría en una chaqueta sastre?

Azul

Beige

Gris

Negro

Verde

Rojo

Otros: _____

8. ¿Cuáles de estas culturas ancestrales conoce y considera que son ricas en alfarería?

Valdivia

Machalilla

Chorrera

Jama-Coaque

Guangala

La tolita

9. Le Gustaría que los botones de la chaqueta estuviesen trabajados en:

Madera

Metal

Cerámica

Otros: _____

Cristalería

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta sastre de corte moderno, que tenga detalles inspirados en las culturas ancestrales de Ecuador?

\$130 - \$180

\$250.00 \$300

\$190 - \$240

Más de \$310

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2




Gráfico N°. 5.1 / Perfil del Consumidor

Anexo 3

TABLA DE MEDIDAS TALLAJE MASCULINO

XS XAVIER SALGADO				
DISEÑO - PRODUCCIÓN & DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS MASCULINOS				
TALLAS	36 - SMALL	38 - MEDIUM	40 - LARGE	42 - EXTRALARGE
CONTORNO DE CUELLO	36	38	40	42
CONTORNO DE PECHO	91,5	96,5	101,5	106,7
CONTORNO DE CINTURA	76,5	81,5	86,5	91,5
CONTORNO DE BASE	91,5	96,5	101,5	106,7
ANCHO DE ESPALDA	42	43	44	45
ANCHO DE PECHO	40	41	42	43
ANCHO DE HOMBRO	16	16,5	17	17,5
LARGO DETALLE	45	46,5	48	49,5
LARGO DE CAMISA	73,5	75	76,5	78
LARGO DE SACO	76,5	78	79,5	81
LARGO MANGA CAMISA	58	59	60	61
LARGO MANGA SACO	63	64	65	66
LARGO MANGA ABRIGO	64	65	66	67
LARGO DETIRO	25,5	26,5	27,5	28,5
LARGO DE PANTALÓN	106,5	108	109,5	111



xavier salgado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

Gráfico N°. 5.3 / Cuadro de Medidas

Anexo 4

Ambato, 26 de Julio del 2016.

Fr. Diego Proaño

Decano

Facultad de Contabilidad y Auditoria

Presente.-

De mi consideración:



Yo ALEX XAVIER SALGADO PAZMIÑO con C.I. 1804809257 solicito de la manera más comedida me asigne la autorización correspondiente para realizar encuestas a los señores docentes y personal administrativo masculino de la facultad, las mismas que serán de ayuda para respaldar el proyecto integrador con el tema: "DISEÑO DE CHAQUETAS SASTRE CON BORDADOS Y APLICACIÓN DE ABALORIOS DE LA REGIÓN PARA EL SEGMENTO MASCULINO DE LA CIUDAD DE AMBATO", previo a la obtención del título de Ingeniería en Procesos y Diseño de Modas.

Por la atención que se digne dar a la presente anticipo mi agradecimiento y me suscribo.

Atentamente,

*Atos, dir
Facultades.
Arbano
Copia del
subscripción
Jubarte
2016-07-26*


Xavier Salgado

180480925-7
0986269044



*Se autoriza
por Consejo de Facultad
2016/07/26*