



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

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

**“Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta
autóctona de la comunidad de ZUMBAHUA”**

Autora: Pilatasig Chaluisa, Shelma Anabela

Tutor: Dis. Mg. Sánchez Sailema, Erika Catalina

Ambato-Ecuador
Marzo, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“DISEÑO DE UNA COLECCIÓN FEMENINA INSPIRADA EN LA VESTIMENTA AUTÓCTONA DE LA COMUNIDAD DE ZUMBAHUA” de la alumna Pilatasig Chaluisa Shelma Anabela, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, marzo de 2022

LA TUTORA



Dis. Mg. Sánchez Sailema Erika Catalina

C.C.: 1803470481

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, marzo de 2022

LA AUTORA



Pilatasig Chaluisa Shelma Anabela

C.C.: 0550009302

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, marzo de 2022

LA AUTORA



Pilatasig Chaluisa Shelma Anabela

C.C.: 0550009302

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua**” de Shelma Anabela Pilatasig Chaluisa, estudiante de la carrera de Diseño de Moda, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, marzo de 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.:

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

DEDICATORIA

El presente trabajo integrador lo dedico principalmente a Dios, por ser mi inspiración y brindar fuerzas para culminar y obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, hermanas y hermano quienes con su amor, trabajo y sacrificio me han permitido llegar a cumplir un sueño más, a pesar del difícil camino siempre estaban apoyándome incondicionalmente, tanto moralmente y económicamente a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida.

Pilatasig Chaluisa Shelma Anabela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas sus bendiciones, por ser mi guía para seguir adelante y sobresalir con fuerza para mejorar y crecer como ser humano. A mis padres mis sinceros agradecimientos por su esfuerzo y sacrificio por inculcarme por el camino del bien. A mis hermanas y hermano por su apoyo durante este proceso, por estar conmigo en todo momento.

De igual manera, agradecer a los docentes de la Universidad Técnica de Ambato por haberme impartido todos sus conocimientos para aplicarlos en el desarrollo del proyecto. Como no agradecer a mi tutora Ing. Mg. Erika Sánchez por su paciencia y conocimiento impartido para que este trabajo surja, mil gracias a cada persona que tendió una mano para ayudar y recorrer este camino. Yupaychani.

Pilatasig Chaluisa Shelma Anabela

ÍNDICE GENERAL

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

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto	2
1.2. Antecedentes (estado del arte).....	2
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivos	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos	7

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Comunidad Zumbahua	8
------------------------------	---

2.2.1 Comunidades indígenas.....	11
2.2.3 Pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador	12
2.3 VESTIMENTA	14
2.3.1 Vestimenta Autóctona.....	20
2.3.2 Vestimenta anti-moda	22
2.3.3 Vestimenta regional	24
2.4 Marcas referentes y/o aspiracionales.....	25
2.4.1 Visionario.....	29

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo.....	31
3.1.1.1 Análisis PEST	31
3.1.2 Tendencias de consumo	36
3.1.3 Segmentación del mercado potencial.....	37
3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia.....	39
3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial	40
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	40
3.2 Análisis interno.....	43
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles	43
3.2.2 Análisis Cadena de valor.....	44

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo.....	47
4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista	47
4.2 Selección de la muestra	51

4.3	Técnicas de estudio	53
4.3.1	Cualitativas.....	53
4.3.2	Cuantitativas.....	53
4.4	Elaboración e interpretación de los datos.....	54
4.5	Conclusiones	66

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1	Cronograma de producción	68
5.2	Control de calidad	69
5.3	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	70
5.4	Requerimientos de mano de obra	72
5.5	Seguridad industrial y medio ambiente	72

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1	Descripción del producto o servicio.....	75
6.1.1	Brain storming (lluvia de ideas).....	75
6.2	Perfil del cliente.....	75
6.2.1	Moodboard del perfil del cliente.....	76
6.3	Identidad de marca	76
6.4	Uso de la marca	83
6.5	Análisis de color de la propuesta.....	84
6.5.1	Paleta de color de la propuesta.....	84
6.6	Tendencia: macro y/o micro tendencia.....	85
6.6.1	Macro tendencia.....	85
6.6.2	Tendencia	87

6.7	Concepto de la propuesta	88
6.8	Elementos del diseño	90
6.8.1	Siluetas	90
6.8.2	Proporción y línea	91
6.8.3	Función.....	91
6.8.4	Detalles.....	92
6.8.5	Estilo	92
6.8.6	Estampados, bordados y acabados, terminados	92
6.9	Materiales e insumos	92
6.10	Sketch o bocetos	93
6.11	Fichas técnicas.....	101
6.12	Photobook.....	111
6.13	Costos de producción	117
6.13.1	Costos fijos.....	117
6.13.2	Costos variables	117

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1	Conclusiones	122
7.2	Recomendaciones.....	123
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....		124
ANEXOS.....		130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Vestimenta tradicional	17
Gráfico N°2: Color representativo	18
Gráfico N°3: La vestimenta de Zumbahua.....	21
Gráfico N°4: Vestimenta formal	22
Gráfico N°5: Paola Pesántez.....	26
Gráfico N°6: Verónica Vásquez	26
Gráfico N°7: Fernanda Salgado	27
Gráfico N° 8: Mane Silva	28
Gráfico N°9: Silvia Zeas	29
Gráfico N°10: Carmen Rión	30
Gráfico N°11: Nivel económico	54
Gráfico N°12: Características de la prenda.....	56
Gráfico N°13: Inspiración en la vestimenta autóctona	56
Gráfico N°14: Vestimenta autóctona	57
Gráfico N° 15: Símbolo representativo.....	58
Gráfico N°16: Elemento vestimentario.....	59
Gráfico N°17: Competencia.....	60
Gráfico N°18: Competencia-marcas	62
Gráfico N°19: Frecuencia de compra	62
Gráfico N°20: Valoración de la vestimenta	64
Gráfico N°21: Distribución de la planta de producción.....	71
Gráfico N°22: Moodboard colección.....	76
Gráfico N°23: Paleta de color de la propuesta.....	85
Gráfico N°24: Moodboard Macrotendencia	86
Gráfico N° 25: Moodboard tendencia.....	87
Gráfico N°26: Bocetos	94
Gráfico N°27: Bocetos	95
Gráfico N°28: Materiales e insumos-conjunto 1	96
Gráfico N°29: Materiales e insumos-conjunto 2	97
Gráfico N°30: Composición de la colección	98

Gráfico N°31: Ilustración de las prendas seleccionadas	99
Gráfico N°32: Ilustración de las prendas seleccionadas	100
Gráfico N°33: Ficha de diseño plano-conjunto 1	101
Gráfico N°34: Ficha de diseño plano-conjunto 2	102
Gráfico N°35: Ficha de bordado-conjunto 1	103
Gráfico N°36: Ficha de bordado-conjunto 2.....	104
Gráfico N°37: Ficha de patronaje-conjunto 1	105
Gráfico N°38: Ficha de patronaje-conjunto 2	106
Gráfico N°39: Ficha de despiece-conjunto 1	107
Gráfico N°40: Ficha de despiece-conjunto 2	108
Gráfico N°41: Ficha de ruta operacional-conjunto 1	109
Gráfico N°42: Ficha de ruta operacional-conjunto 2.....	110
Gráfico N°43: Photobook-conjunto 1	111
Gráfico N°44: Photobook-conjunto 1	112
Gráfico N°45: Photobook-conjunto 1	113
Gráfico N°46: Photobook-conjunto 2	114
Gráfico N°47: Photobook-conjunto 2	115
Gráfico N°48: Photobook-conjunto 2	116
Gráfico N°49: Ficha de costos-conjunto 1	119
Gráfico N°50: Ficha de costos-conjunto 2.....	120
Gráfico N°51: Redes conceptuales	130
Gráfico N°52: Constelación de ideas Variable independiente.....	131
Gráfico N°53: Constelación de ideas Variable dependiente.....	132
Gráfico N°54: Entrevistas	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Vestimenta tradicional.....	15
Tabla N° 2: Elementos simbólicos.....	18
Tabla N° 3: Variable demográfica	37
Tabla N° 4: Variables socioeconómicas	37
Tabla N° 5: Variables psicográficas	38
Tabla N° 6: Variables conductuales.....	38
Tabla N° 7: Variables geográficas	39
Tabla N° 8: Análisis competitivo-Benchmarking.....	41
Tabla N° 11: Cadena de Valor	45
Tabla N° 12: Segmento de mercado	47
Tabla N° 13: Población Total de Zumbahua.....	51
Tabla N° 15: Nivel económico	54
Tabla N° 16: Características de la prenda.....	55
Tabla N° 17: Inspiración en la vestimenta autóctona	56
Tabla N° 18: Vestimenta autóctona	57
Tabla N° 19: Símbolo representativo.....	58
Tabla N° 20: Elemento vestimentario.....	59
Tabla N° 21: Competencia.....	60
Tabla N° 22: Competencia-marcas	61
Tabla N° 23: Frecuencia de compra.....	62
Tabla N° 24: Valoración de la vestimenta	63
Tabla N° 25: Cronograma de producción	68
Tabla N° 26: Actividades-Tiempo	69
Tabla N° 27: Ficha de Control de Calidad.....	70
Tabla N° 28: Equipos e infraestructura.....	71
Tabla N° 29: Requerimientos de mano de obra	72
Tabla N° 31: Ficha conceptual de la colección.....	89
Tabla N° 32: Tipos de siluetas	91
Tabla N° 33: Textiles e insumos	92
Tabla N° 34: Costos fijos.....	117

Tabla N° 35: Mano de obra.....	117
Tabla N° 36: Materiales e insumos	118
Tabla N° 37: Total de costo variable	118
Tabla N° 38: Costo total	118

RESUMEN EJECUTIVO

La elaboración de la indumentaria que se desarrolla actualmente en Zumbahua, son diseños de los mestizos lo cual hace que no sea fácil de identificar a las indígenas, sobre todo a lugar a donde pertenece, también el inconveniente que existe son los escasos diseños en las prendas, por lo cual este proyecto integrador abarca la propuesta de una colección de indumentaria tomando en cuenta la inspiración en la vestimenta autóctona de Zumbahua, preferencias y gustos de cada una de las usuarias, para la cual se aplicó como material principal textiles como; paño, algodón, lino que antiguamente los utilizaban para la elaboración de los mismos.

Mediante el análisis de toda la información proporcionada, el presente proyecto tiene la finalidad de elaborar prendas casuales femeninas, empleando la identidad cultural, mediante elementos identitarios como las formas orgánicas de la naturaleza representada en bordados con variedad de colores y las formas geométricas tomadas de la chakana, el rombo representa la unión del pueblo indígena, que los usan en el tejidos de chumbis y cintas.

Este proyecto tiene como objetivo generar un buen impacto visual con las prendas, en el cual los detalles de bordados y el uso de cintas tejidas en colores vivos y neutros brinden elegancia, donde las chicas se vistan con modelos más modernos, sin perder la esencia de la vestimenta que usaban y usan los padres y finalmente a través de la colección con identidad demostrar que nuestras raíces indígenas siguen vivas, lo cual nos ayuda a estar conectada con nuestra cultura.

PALABRAS CLAVES: VESTIMENTA AUTÓCTONA DE ZUMBAHUA, IDENTIDAD, SÍMBOLOS, TEXTILES, INDUMENTARIA CASUAL.

ABSTRACT

The elaboration of the clothing that is currently developed in Zumbahua, are designs of the mestizos which makes it not easy to identify the indigenous, especially to the place, where they belong, also the inconvenience that exists are the few designs in the garments, for which this integrating project encompasses the proposal of a clothing collection taking into account the inspiration in the indigenous clothing of Zumbahua, preferences and tastes of each of the users, for which textiles were applied as main material such as; cloth, cotton, linen that were used in the past to make them.

Through the analysis of all the information provided, this project aims to develop women's casual garments, using cultural identity, through identity elements such as organic shapes of nature represented in embroidery with a variety of colors and geometric shapes taken from nature. chakana, the rhombus represents the union of the indigenous people, who use them in weaving chumbis and ribbons.

This project aims to generate a good visual impact with the garments, in which the embroidery details and the use of woven ribbons in bright and neutral colors provide elegance, where the girls dress in more modern models, without losing the essence of the clothing that parents used and use and finally through the collection with identity to show that our indigenous roots are still alive, which helps us to be connected with our culture.

KEY WORDS: ZUMBAHUA AUTHOROUS CLOTHING, IDENTITY, SYMBOLS, TEXTILES, CASUAL CLOTHING.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo realizar una colección de prendas casuales para mujeres, tomando como inspiración la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua. Para ejecutar este proceso, el proyecto integrador consta de seis capítulos.

En el capítulo I, se analiza los antecedentes investigativos sobre la comunidad de Zumbahua, datos que ayudan sustentar la necesidad de ejecutar la investigación, justificación y objetivos a desarrollarse.

En el capítulo II, se realiza la investigación absoluta en diferentes fuentes bibliográficas sobre la comunidad Zumbahua, la vestimenta, los elementos simbólicos, creencias, tradiciones, entre otros temas. También se expone el análisis de los referentes importantes.

En el capítulo III, se efectúan el análisis PEST, con la finalidad de conocer la situación del sector textil en la que se encuentra y como puede beneficiar al proyecto. También se muestra información fundamental sobre el análisis de mercado y tendencias de consumo.

En el capítulo IV, se aborda la metodología de investigación, para procesar la información obtenida de las encuestas y entrevistas realizadas, en el cual se elabora el análisis e interpretación de información a través de gráficos y tablas, las cuales proporcionan resultados importantes que permita llevar a cabo el proyecto.

En el capítulo V, se analiza el cronograma de producción para el desarrollo de la colección, control de calidad del producto, equipos e infraestructuras, mano de obra requerida, seguridad industrial y medio ambiente en la empresa.

En el capítulo VI, se detalla el proceso creativo y técnico de la propuesta, análisis de tendencias, perfil de cliente, el manual de la marca, el concepto y finalmente se presenta las fichas de producción. Por último la bibliografía, va en orden alfabético, relacionado con las fuentes primarias, como artículos científicos de revistas, libros, informes, sitios web entre otros. De igual forma se presenta anexos sobre las entrevistas, uno de los instrumentos utilizados para la recopilación de información.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1.Nombre del proyecto

“Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua.”

1.2.Antecedentes (estado del arte)

Los habitantes de la comunidad de Zumbahua pertenecen al pueblo Panzaleo, que son parte de los Kichwas de la Sierra, se los identifica por su vestimenta identificable, en cuanto las mujeres utilizan una falda plisada, llevan enaguas o medias gruesas de lana, blusas bordadas, chal triangular con un diseño elegante, sacos muy llamativos y sombreros, los hombres por lo general llevan poncho y sombrero. Es importante mencionar por la falta de trabajo, la globalización, la migración y reducción de sitios de subsistencia por lo que los jóvenes salen a trabajar a la ciudad y cuando regresan vienen con otras ideas, creen ser mestizos se da el problema de la aculturación, lo cual ha afectado a las prácticas tradicionales que tiene el pueblo indígena.

En la actualidad se ha visto un gran cambio en la vestimenta, donde las mujeres se visten con faldas tubo hasta más arriba de las rodillas decoradas con mullo, encajes y lentejuelas, chalinas de lana, blusas blancas con bordados y sombreros de paño. Los hombres llevan poncho rojo, camisa blanca y sombrero, existe muchos factores que han afectado al cambio en la parte de la vestimenta, por ello se pretende recuperar la identidad cultural, tomando como inspiración los elementos esenciales como los bordados hechos a mano que dan vida a diseños andinos con flores y formas geométrica que son muy representativas en los indígenas pintores y artesanos.

En las vestimentas tradicionales, existe mucha influencia de la moda en los jóvenes, ya que están pendientes de lo que sucede en el mundo, por lo tanto las mujeres se encuentran con ciertas dificultades a la hora de elegir un vestido que cumpla con las expectativas que se requiere. El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos, es decir

las personas se viste de cualquier forma, ya sea con prendas, tatuaje, cosméticos u otras formas de pintarlo, es por ello que señalan como un punto importante donde ninguna cultura deja el cuerpo sin adornos, sino que le agrega algo para decorar o que resale cierta parte del cuerpo. (Entwistlw, 2002)

Ecuador como otros países están inmersos en los procesos de globalización donde la tecnología y los cambios en la sociedad son constantes, con el propósito de disputar donde priman los intereses económicos sobre lo social y cultural.” ¿No podemos extraer de cada una y generalizar lo más rico que aporta? ¿Cómo integrar entonces los valores y tesoros culturales de las culturas que se desintegran? Debemos afrontar las dos conminaciones contradictorias: Salvar la sorprendente multiplicidad cultural que creó la diáspora de la humanidad y, al mismo tiempo, nutrir una cultura planetaria común a todos” (Morin, 1993)

Es, decir que los pueblos indígenas están en un proceso de cambio, ya que los jóvenes no se visten con la vestimenta tradicional, que en conjunto la influencia de las culturas extranjeras y la cultura mestiza opten a una identidad inadecuada, lo cual genera poca valoración, lo esencial para que los pueblos puedan mantener viva la cultura es fortalecer la forma de resistencia del uso de la vestimenta tradicional y apreciar los valores culturales que aún persiste en diferentes pueblos indígenas.

Por otro lado, la discriminación ha sido uno de los problemas, por el cual los indígenas que migran a otras ciudades rechacen sus tradiciones, idioma y la vestimenta, todo esto ha llevado a la desvalorización de su propia identidad cultural, mientras que en otros casos, ha permitido la recuperación y revalorización de sus prácticas socio culturales empezando por el uso de la vestimenta tradicional en los jóvenes de la nueva generación con el objetivo de traer consigo una valoración simbólica de la propia cultura. (Pallo, 2016)

Según (Benítez, 1988), da a conocer que nuestro país es multicultural conformado por diferentes grupos étnicos cada una con sus tradiciones, en el cual están conformados por nacionalidades indígenas, población mestiza, a las cuáles se las reconoce a través de sus festividades, idioma, rituales, arquitectura entre otras, que constituyen la riqueza

cultural del país, el vestido es una manifestación visible, por lo tanto es considerado uno de los símbolos de identidad étnica identificable, las comunidad aún practican sus propias costumbres y tradiciones, donde los elementos hacen la diferencia para ser reconocidos, grupos diferentes de cada pueblo.

En cuanto a, la cultura e identidad la alineación cultural es un fenómeno presente en la nueva generación, donde es necesario reconocer su significado y la influencia que ocasiona en los países latinoamericanos como es Ecuador, la pérdida de la identidad de una persona o colectivo, es motivo de preocupación para el contexto en la comunidad indígena. “La identidad alcanza importancia nada más cuando se enuncia en relación con otros individuos o grupos humanos, la naturaleza dialéctica de la identidad habita en que a la vez identifica y distingue” (Cabral, 1997)

Por lo tanto, la identidad en particularidad es individual, que se ha perdido por la imitación de modelos extranjeros que impide que seamos únicos y originarios, además “La vivencia de la supremacía colonial muestra que en la tentativa de perpetuar la explotación, el colonizador no solamente crea todo un sistema de represión de la vida cultural del pueblo colonizado, también suscita y desarrolla la alineación cultural de parte de la población” (Cabral, 1997), sin embargo, como resultado del proceso genera diferencias en la sociedad originaria debido a que una pequeña población asimila la mentalidad y se considera superior al pueblo al que pertenece e ignora sus propios valores culturales.

Por otro lado, la importancia de rescatar la identidad cultural, ante un mundo globalizado, parte del problema de existencia del ser humano es apreciado como una forma de reflexión espiritual, por lo cual se debe fortalecer con el conocimiento y la práctica de los valores que nos inculcan en la familia, en los centros de educación y en la sociedad. También, cuando se refiere al término de la identidad, representa a un conjunto de rasgos propios y originarios de un pueblo, que lo diferencia ante los demás, mientras que la cultura es un término diferente donde se involucra las costumbres, prácticas, rituales, vestimenta, las normas de comportamiento y la gastronomía lo cual son todos los enfoques propias internas de un pueblo.

Por lo tanto, la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital, realiza una gran labor de la nación propia, por realizar los estudios sobre materias de formación socio-cultural, de forma didáctica que promueve el conocimiento de la historia, el valor del origen y del sentido de pertenencia de una colectividad, porque la identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que son propios, que ayudan a construir y mejorar las condiciones de vida de una sociedad. “El individuo debe conocer su historia para conservar su identidad” (López, 2017)

Los valores promueven la convivencia armónica entre todos los pueblos, mediante la buena organización, amistad, comprensión, tolerancia, paciencia, solidaridad y el respeto mutuo que son esenciales porque nadie puede educar sin valorar, por lo que la sociedad requiere de personas capaces de pensar, sentir, actuar con conocimiento, prudencia de la realidad y que ejerzan libremente siendo creativos, asimismo respeten los valores culturales como cada individuo nace con habilidades y capacidades diferentes, todo eso viene de una institución educativa, de la familia, a su vez de la comunidad en general.

1.3.Justificación

El presente proyecto pretende indagar los significados de los elementos representativos de la comunidad y de ello exaltar la belleza de cada uno de los símbolos mediante bordados en las propuestas de la colección, en vista del problema observado se aspira realizar una búsqueda de la transformación en cuanto a la variedad de diseños, la investigación parte con la finalidad de motivar a las personas fomentar la identidad cultural a través de la vestimenta con el motivo de mantener una buena relación en su entorno, que será de gran ayuda para los beneficiados.

Con la colección de la vestimenta autóctona con diseño más modernos y con detalles identitarios, se pretende crear un vínculo entre el usuario (pueblo-comunidad) y la indumentaria, porque es fundamental dentro del ámbito de pertenencia, ya que cada generación se encarga de mantener o alterar dichas costumbres, tradiciones, en sí la propia vestimenta. Es así como, cada pueblo indígena es dueño de su propia cultura, donde manifiesta como viven y crean su propio estilo de vida, es por ello que poseen una infinidad de elementos culturales.

Por ello es importante conocer algunas dificultades sociales que determinan a las generaciones a vivir su propia identidad debido a actitudes, indiferencias, también por las diferentes personalidades, tanto la vestimenta, el peinado, el idioma en la vida de los jóvenes, que no permite promover el respeto a su propia cultura y a las prácticas de los pueblos ancestrales.

Finalmente, cabe destacar el énfasis en el tema cultural, debido a la necesidad que tienen los jóvenes y adultos de la comunidad de Zumbahua, donde el proyecto tiene el interés de llegar hacia ellos con diseños innovadores y que opten por vincular la cultura viva a través del uso de la vestimenta autóctona, así ser reconocidos a nivel nacional.

1.4.Objetivos

Objetivo General

- Desarrollar una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona, que satisfaga las necesidades de los indígenas en la comunidad de Zumbahua.

Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son los elementos representativos y sus significados de la comunidad indígena de Zumbahua, a través de documento bibliográfico de fuentes confiables.
- Analizar los diseños actuales de la vestimenta autóctona en los jóvenes y en el mercado a través del estudio etnográfico.
- Proponer una colección de indumentaria que contribuya la recuperación de la identidad cultural, mediante la aplicación de elementos identitarios en la vestimenta autóctona.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Comunidad Zumbahua

La comunidad Santa cruz de Zumbahua, es una zona rural de los andes ecuatorianos, aunque es extraordinario desde el punto de vista étnico, ha sufrido cambios en lo cultural, económico, social y político donde se muestran evidentes, pertenece al cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, fue fundada el 16 de junio de 1972, cuenta con habitantes en su mayoría indígenas .Zumbahua viene de dos vocablos Tsáchilas, Zumba-Fuerte y Hua-Grande, unida se le conoce como “Fuerte y Grande. (INEC, 2011)

Se encuentra ubicada al sur oeste de Cantón Pujilí, es una zona del páramo ecuatoriana, ubicada en los 3300 y 4.100 m.s.n.m la temperatura que llega de 8 a 16°C.Zumbahua tiene 12 comunidades jurídicas y 13 comunidades de subdivisión que son los sectores, los habitantes de estas comunidades hablan el idioma Kichwa, en donde también existe dos fiestas tradicionales celebradas cada año que son Tres Reyes magos y Corpus Christi.

Las comunidades más representativas por las que está conformada son las siguientes: Michacala, Cocha Uma, Yanaturo, Ponce, Quilotoa, Saraugsha, Guantopolo, Quilapungo, Turupata, Corralpungo, Chami entre otras, de igual forma las comunidades que aportan al desarrollo turístico y económico a la comunidad con atractivos turísticos son: Laguna de Quilotoa, Cañón de Río Toachi, Escala Cocha Uma y Mirador Shalalá.

Creencias -Religiosas

La característica de Zumbahua y otra cercana es que no perdieron tradiciones a pesar de ser obligados a acogerse a la religión católica, por lo tanto hasta el día de hoy se festeja las fiestas que mantiene la tradición con su vestimenta, música y baile.

Tradiciones

La palabra tradición, en su sentido etimológico, sugiere la presencia de un legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto

receptor. Lo que se transmite es, en su esencia, un acervo permanente de verdades vitales que asumen diversas y renovadas formas históricas.

Las tradiciones se vinculan con el sentimiento de pertenencia que conforma a una comunidad. Una mezcla de tradiciones antiguas y modernos hace referencia al cambio fenomenal de tradiciones y costumbres en las fiestas populares, nos hace pensar en las tradiciones de los pueblos indígenas, la historia y la ruptura de la comunidad y del calendario diario de la vida, desde las distintas vistas culturales que tiene las fiestas en la actualidad la continuidad de la modernidad ha presentado diferentes significados por ejemplo, para la tradición católica. (Ruiz, 2007)

Fiestas tradicionales

Las fiestas tradicionales dentro de las comunidades indígenas, es el momento de celebración, felicidad y alegría, en la actualidad pasar a un momento de ansiedad, tristeza, cansancio, enojo y las frustraciones por las personas que están participando no solo por el trabajo que hace dentro de la organización si no por la modernidad de un sector social y las condiciones modernas que se crean en un barrio.

Los miembros de la comunidad han de conservar su papel protagónico en la organización social dentro de una comunidad. Para los indígenas las fiestas tradicionales, son elemento vivo de su cultura y tradiciones adaptadas históricamente, celebrando la cosmovisión transmitida de generación en generación. (Ruiz, 2007)

Las fiesta de Tres Reyes Magos y Corpus Christi, hace referencia a una práctica cultural adaptadas a elementos culturales propios de los indígenas que celebran como agradecimiento por las cosechas de madre tierra, sin embargo, esta práctica permite la interacción entre culturas y prácticas. La banda del pueblo es la música de las fiestas, en donde el tiempo adquiere una perspectiva diferente con el ritmo y sonido.

Costumbres.

Las costumbres son conductas que al ser practicadas con continuidad se convierten en hábitos, que pueden ser individuales o colectivos. Dentro de las costumbres indígenas

sin importar la ubicación en donde se encuentren los indígenas, para ejecutar las fiestas lo realizan en agradecimiento a la madre tierra, los antepasados los festejos lo realizaban cada año por la noche grande (Hatun tuta), en la última noche como reconocimiento por las cosechas. (Ruiz, 2007)

Otra de las costumbres de los antepasados que aún se mantiene es la danza autóctona que está conformado por la vaca loca, payasos, yumbos con las banderola, son prácticas culturales identificadas por cada pueblo, símbolo de belleza y cultura, con ello ha logrado subsistir a lo largo de la historia y que actualmente está en peligro, debido a los nuevos hábitos de vida.

Ideología

Cosmovisión

La cosmovisión es aplicada en las fiestas tradicionales como una de las formas de agradecer a Dios, a la Pachamama y al Taita Inti por las cosechas y las futuras siembras. Por otro lado la cosmovisión está unida a la religión, política, economía y medio ambiente, ya que son elementos que forman parte del origen prehispánico.

Política

La presencia de política y social es exclusiva de “buenas familias”, sin embargo con la reivindicación indígena varios actores siguen dando la cara a cada una de las identidades, los indígenas son los que tienen presencia, no solo fuera de sus perspectivas parroquias y cantones si no a nivel nacional.

Artesanías

En Zumbahua hay diferentes artesanías, elaboradas con materia prima de la zona, donde las personas de diferentes Comunidades, se dedican sus labores diariamente, buscando mejores horizontes en beneficio de sus humildes hogares. Artesanos de diferentes comunidades y ciudades del país trabajan de manera tradicional y con muy alta dedicación con elementos como la palma toquilla, lana, alpaca, barro, madera y metales preciosos. (Pérez, 2018)

2.2.1 Comunidades indígenas

Los indígenas son los primeros habitantes de América-Abya Yala, antes de la llegada de los europeos fueron tratados como una clase inferior, raza condenada a desaparecer, en la actualidad a través de cambios, se puede percibir la identidad indígena por medio de sus prácticas, vivencias culturales, la auto percepción, la lengua, los vínculos comunitarios, la filiación sociocultural, la relación con la naturaleza: vivir para la tierra y no vivir de la tierra. (Mora, Ecuador, patria de todos, 2004)

Historia

Las raíces de los indígenas se evidencia desde el siglo XV, donde América estuvo habitada por pueblos con diversas culturas, donde se veía grandes avances en agricultura, casa y recolección. La colonización de pueblos que tenían una vida organizada fue rápida, porque atravesaban crisis internas y juntas a los conquistadores, Los indígenas en esta época vivieron en la sociedad de desigualdad, en el que los blancos explotaban en el trabajo, producción, textil, servicios públicos y domésticos (Mora, 2017)

Idioma

En el Ecuador existen 13 lenguas indígenas reconocidas oficialmente¹¹, las que pueden ser utilizadas respectivamente por cada una de las nacionalidades o pueblos indígenas gracias al mandato constitucional, que en su parte pertinente dice: "el Estado respeta y estimula el desarrollo de todas las lenguas de los ecuatorianos. El castellano es el idioma oficial. El quichua, el shuar y los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas, en los términos que fija la Ley. (Constitución Política, 1998)

Los diferentes estudios estadísticos realizados, que incluyen preguntas para identificar a la población indígena se han basado estrictamente en respuestas de hablar una lengua "nativa", esta aseveración se corrobora por los datos que suministran los censos de los años 1950, 1990 y 2001. En el primer caso, se determina 343.745 personas; en el segundo se puntualiza 362.500 personas. Mientras el censo del 2001 señala un total 830.418 personas aceptaron ser indígenas, de ellos: 524.136 personas respondieron hablar una lengua nativa. Es importante señalar este último dato se adiciona el 10% de los otros

grupos poblacionales se consideran no indígenas pero, hablan alguna lengua nativa, con este aporte suman a 582.542 personas que hablan una lengua indígena en el Ecuador (Censo, 2001)

2.2.3 Pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador

Es importante saber, comprender sobre una nacionalidad y un pueblo indígena, ya que los pueblos originarios existe desde miles de años, son los primeros pobladores, por lo tanto una nacionalidad indígena es un conjunto de pueblos, que tienen una identidad histórica, idioma y cultura comunes, que viven dentro de una territorio conformado por instituciones y organizaciones políticas, jurídicas, económicas y sociales. Mientras que un pueblo indígena está conformada por comunidades con identidad cultural que se distingue de otros sectores de la sociedad, pero se rigen por su propio sistema de organización social, económica, política y legal. (FLACSO Ecuador, 2016)

Pueblo indígena Panzaleo

Los indígenas panzaleos son considerados como una de las más antiguas de la sierra ecuatoriana, porque fueron una tribu poderosa de hombres enérgicos, valerosos y sanguinarios, ya que poseían costumbres que se mantienen hasta la actualidad, desde la antigüedad realizaban piezas de cerámicas en diversas formas, sobresaliendo las ollas esféricas decoradas con los rostros, tanto en la calidad que los acabados eran perfectos y en uso de la masilla que empleaban lo hacían muy fina en comparación a otras culturas, lo que se podía destacar del mismo fueron las representaciones humanas (FLACSO Ecuador, 2016)

Ubicación

Están asentados en la parte central del callejón Interandino, en la parte sur de la provincia de Cotopaxi, en los siguientes cantones: Latacunga, La Maná, El Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos. La cultura de los Panzaleos se encuentra sobre los andes ecuatorianos a más de 4000 msnm, por lo tanto se le conoce como “Tierra rasa y fría”. A demás en esta provincia suscitaron hechos históricos importante como la batalla de

Nagsiche, en la época preincaica entre Atahualpa y Huáscar, originando el milenario personaje conocido como el "Danzante" (Toapanta, 2013)

Cultura

La cultura Panzaleo se originó en el periodo de Desarrollo regional hace 500 a.C, en que cada cultura es dueña de sus propios valores o principios que se va aprendiendo, practicando y transmitiendo de generación en generación para organizar el estilo de vida o para identificar y diferenciar dentro de grupo, que sirve para el reconocimiento y fortalecimiento de la propia cultura. (Mora, 2017)

Para entender este fenómeno es necesario estudiar las bases teóricas en cuanto a la cultura dentro del contexto ecuatoriano, que permita demostrar las características culturales del pueblo Panzaleo, donde se ha debatido desde diferentes disciplinas, tales como la antropológica, psicológica, sociológica, etc., el término cultura, para comprender su impacto y progreso en cada contexto socio cultural.

Los aportes de Bourdieu, admite tener un mayor contacto al concepto de cultura, por lo tanto es necesario definir sus reflexiones teóricas sobre el mismo. (Bourdieu, 1989), la cultura puede ser entendida como un sistema de re significación que pertenece al ámbito plenamente humano que se produce dentro de la distribución social de aquel capital económico, social, simbólico y político. Por lo tanto la cultura resulta de un proceso histórico y de la interrelación de los individuos y colectivos.

Por otro lado (Echeverría, 1998) define cultura dentro de los conceptos de libertad y política, permitiendo comprender al ser humano como un "animal libre" que tiene la capacidad de tomar decisiones y actuar en la realidad. Así se entiende que la cultura, desde un enfoque materialista, es el "cultivo de la identidad, el modo en que una comunidad determinada-en lo étnico, lo geográfico, lo histórico-realiza o lleva a cabo el conjunto de las funciones vitales" (Echeverría, 1998)

La identidad es un concepto que se construye desde la propia cultura, permite al ser humano formar parte de un colectivo y al mismo tiempo diferenciarse de los demás

individuos. Se constituye en el conjunto de características socio-culturales que son determinadas por el contexto o medio en que se desarrolla.

Valores culturales

Dentro de los valores culturales que los identifican a los panzaleos es el idioma Kichwa, y su vestimenta, que es el uso del sombrero y chalina en las mujeres y en los hombres el uso de sombrero y poncho. Atuendos coloridos es lo que destaca de los antepasados, en la actualidad el uso de poncho se ha ido perdiendo poco a poco por algunos factores que influyen. La modernidad ha causado la pérdida y cambios en la vestimenta, asimismo existe otros factores como el clima, y actividad que se realiza fuera de la comunidad por motivo de educación, trabajo, negocio entre otros.

Diversidad

La diversidad que se los destacaba en esa época fue en lo religioso, donde tuvieron grandes adoraciones dedicados a varios dioses, es por ello que la religión se erradica en su gran parte de la creencia ancestral, sin embargo la religión ancestral y la cosmovisión andina se mantuvo de manera oral dentro de los denominados huasipungos, dándose el sistema de haciendas.

Hasta la actualidad se puede apreciar las fiestas que lo realizan sobre todo una de ellas es el Corpus Christi impuestas por la conquista inca y posteriormente por los españoles donde se observa la utilización de instrumentos autóctonos como el churo, el rondador, flauta, pingullo, arpa, violín y bocina. También entre sus fiestas originarias están, la fiesta de las cosechas en agradecimiento por los alimentos, sepultación de los muertos, la minga donde realizan actividades y comparte bebidas y otros alimentos. (Manzano, 2016)

2.3 VESTIMENTA

La indumentaria ha acompañado al ser humano a lo largo de su existencia, ya que está ligada al cuerpo, por lo tanto se considera como segunda piel, sirve para proteger y cubrir el cuerpo, Asimismo es un elemento muy importante dentro de la identidad por lo tanto

Ecuador es un país rica en cultura y tradición, lo cual se ve reflejado en la vestimenta en varios indígenas. La vestimenta de la Parroquia de Zumbahua se las puede apreciar en la época de festividades, ya que resaltan y exhiben diferentes modelos tanto en colores y adornos que los hacen más vistosos. (Valladoli, 2012)

Para (Joanne, 2002) “Vestir y adornar el cuerpo es una experiencia compartida por diferente culturas que forma parte de una orden social, además propone que todas las formas de adorno tradicionales y modernas surgen de la tendencia humana a comunicarse por medio de símbolos. La indumentaria es comunicativa, pues aunque la ropa y los adornos puedan utilizarse por razones instrumentales o para protegerse, la moda funciona en alguna forma como un lenguaje. La ropa podrá ser incapaz de transmitir un mensaje de forma tan exacta, pero es significativa ya que puede sugerir, evocar y oponerse a un sentido establecido. La vestimenta forma parte de la cultura expresiva de una sociedad y constituye un aspecto comunicativo que participa de los procesos de construcción de identidad tanto individuales como colectivos”

La vestimenta se relaciona con la identidad cultural, por lo tanto es un rasgo diacrítico que otorga un sentido de pertenencia al individuo, se puede evidenciar que con el tiempo se ha ido cambiando algunas formas de vestir al igual que su valoración simbólica tanto en hombres y mujeres. Particularmente la vestimenta del pueblo Panzaleo resulta de influencias de las diferentes culturas como la de los Quitus, Cayambi, Chibuleo. De igual forma el traje representa un artificio de su identidad étnica y cultural con nuevas formas de vestimenta a su vez adaptando el pensamiento occidental al indígena.

Evolución de la vestimenta

Durante los últimos años, Zumbahua se ha ido poblando de diferentes comunidades y familias indígenas, quienes han adoptado diferentes tradiciones socioculturales y costumbres, los cambios que se han dado es en la forma de vestir constituyendo la vestimenta moderna, por lo tanto, es necesario saber de cómo está conformada la vestimenta tradicional.

Tabla N° 1: Vestimenta tradicional

VESTIMENTA TRADICIONAL-FEMENINA	PRENDAS SUSTITUIDAS
Sombrero cerbo-gamuza	Sombreros de gamuza de diversos colores. El uso de la pluma es opcional.
Blusa	Blusas de diferentes materiales con variedad de diseño.
Saco de lana	Sacos en diferentes materiales y colores.
Rebozo-Bayeta-Chal	Chal bordado con flecos.
Zarcillos-aretes	Diferentes materiales
Tupo	Imperdibles en diferente diseño y tamaños.
Centro-Pollera	Polleras en diferentes materiales y colores.
Anaco-Falda	Faldas bordadas en diferentes tamaños, textiles y colores
Wallkas	Wallkas de diferente calidad y colores.
Makiwatana	Bisutería variada
Chumbi	Chumbi con diferentes diseños y colores.
Cintas	Cintas con diferentes diseños y colores.
Alpargatas	Diferentes tipos de calzado como tacón de cuero o gamuza.
Peinado	Recogido con las cintas y vinchas.

Fuente: Shelma Pilatasig

Gráfico N° 1: Vestimenta tradicional



Fuente: (El Diario, 2017)

La modernidad influye bastante en la actualidad, porque es un proceso que ha ido transformando los diferentes niveles de la sociedad. Debido a que a vestimenta indígena resulta de un uso y apropiación de la cultura y transformación histórica desde el colonialismo hasta la migración rural y urbana, la importancia del uso es como una forma de resistencia y valoración de su identidad, frente a mucho cambios y factores que influyen en el mismo, no se puede negar del impacto de la modernidad en la transformación de la vestimenta de esta comunidad.

Por tanto, la vestimenta moderna se puede considerarse como uno de los elementos que forma parte de su identidad que permite interrelacionarse con códigos socioculturales-occidental y andino y adaptarse a la modernidad que reviste a todas las culturas. (El Diario, 2017)

Colores de la vestimenta

En cuanto a los colores que se puede apreciar en la indumentaria es el rojo que los utiliza en el mes de junio, para las fiestas de Corpus Christi, también otras tonalidades son los colores cálidos, fríos y neutros.

Significado de los colores

Los colores en la vestimenta tradicional indígena tienen un significado propio, como el rosado en las mujeres representa la suerte y la vida, el blanco la niebla, el bordado de las flores la buena suerte, el rojo coraje, corazón, y los adornos de las aves o espejos en la vestimenta lo representa el recuerdo de sus antepasados. El valor simbólico se encuentra en los tipos de torsión de hilos y las técnicas que emplean en el tejido, que refleja a la sociedad andina por la identidad étnica por su forma, motivos, colores y técnica.

Gráfico N°2: Color representativo




Fuente: (Etnias de la Sierra, 2015)

Elementos simbólicos

Los elementos simbólicos son formas importantes que se utilizan en la vestimenta tradicional de Zumbahua, mediante bordados a mano o a máquina, por lo tanto se analiza las siguientes representaciones:

Tabla N° 2: Elementos simbólicos

ELEMENTO	ANÁLISIS SIMBÓLICO
----------	--------------------

	<p>Formas orgánicas muy representativas en los bordados de la vestimenta en la comunidad de Zumbahua, al igual que en las artesanías.</p>
	<p>“Chakana” La cruz es uno de los símbolos complejos que para los indígenas representa el cielo, la lluvia y la vida.</p>
	<p>La forma de la serpiente, las mujeres lo representa, mediante líneas zigzag, espirales en tejidos de lana, uno de los elementos representativos que simboliza el agradecimiento sobre la cosecha.</p>
	<p>La forma de los rombos unidos, lo realizan en los tejidos de la faja que simboliza la unión del pueblo indígena.</p>
	<p>Es un diseño geométrico de líneas puras en forma de espigas que las mujeres han creado a partir de su imaginación con relación al producto de la cebada.</p>

Fuente: Shelma Pilatasig

Materiales

En cuanto a los materiales, las fibras textiles son fundamentales para la elaboración de cada una de las piezas de la indumentaria, antiguamente las mujeres confeccionaban el

vestuario con las fibras naturales que son de origen animal, vegetal con el fin de obtener un mejor producto.

- Fibras animales: lana y seda.
- Fibras Vegetales: algodón, lino, cáñamo, henequén, rafia, yute.

En la actualidad, las fibras artificiales son los textiles más utilizados, porque son producida a partir de materia prima natural, estas fibras surgen como respuesta a la necesidad de obtener textiles más durables y resistentes de buena calidad que resistan a cualquier tratamiento de tinturado, estampado o bordado. (Bastidas, 2016)

2.3.1 Vestimenta Autóctona

Blusa

Las mujeres llevan blusas de mangas cortas o largas con bordados de diferentes diseños, por lo general utilizan las blusas blancas que simboliza pureza y el bordado colorido simboliza la alegría de la juventud. La tela que emplean en la elaboración son de lana y algodón, actualmente son elaboras en seda u otros materiales sintéticos. (Bastidas, 2016)

Falda

Las faldas son de elaboración sencilla pero de diferentes medidas, de las más estrechas a amplias y cortas. En la antigüedad las mujeres lo utilizaban faldas con pliegues en colores blancos, amarillo o anaranjado, las costuras se veían por ambos lados.

Las polleras interiores son utilizadas debajo de la falda principal, las mujeres estas polleras lo tejen con hilos de diferentes colores representando los colores de las flores y del campo en forma de arcoíris, las formas del tejido que realizan son en forma de zigzag que representa los cerros, rayos y serpiente. (Bastidas, 2016)

Chal

También conocida como bayeta o rebozo, son mantas de forma rectangular, las mujeres lo utilizan para proteger del frío, por lo general son de color negro bordadas con diferentes formas geométricas y orgánicas en los bordes, suelen

llevar mantas con flecos y sin flecos, la bayeta simboliza el cargo de autoridad. (Bastidas, 2016)

Chumbi

Las mujeres lo utilizan para sujetar el anaco y la pollera, existen en diferentes colores y diseños, realizadas en tejidos de flores, animales propias de la zona andina y figuras geométricas, las fajas simbolizan fortaleza, abundancia y esperanza. (Bastidas, 2016)

Vestimenta diaria

La vestimenta diaria es sencilla lo cual consta de: saco, blusa/ camisa, falda, enagua, chal, accesorios como: wallkas, aretes, sombrero y pulseras. Las mujeres usan saco de lana u otro material sintético, la mayoría de ellas tejen con lanas de algodón, en diferentes colores, el sombrero lo usan todos/as, la utilización de la pluma es opcional, el chal lo utilizan para protegerse del frío, la forma es rectangular con bordados en los bordes, la mayoría de las mujeres lleva puesto chales con flecos tejidos con lanas en diferentes colores u otro material sintético. No solían usar calzado, con la modernización calzan zapatos de cuero u caucho, no suelen utilizar medias, es la única forma de vestir que se ha mantenido hasta el momento. (Unidas, 2017)

Gráfico N°3: La vestimenta de Zumbahua



Fuente: (Unidas, 2017)

Vestimenta para eventos especiales

La vestimenta formal, es uno de los outfits elegantes para asistir a las fiestas tradicionales que lo realizan en la comunidad. El outfit de la vestimenta tradicional está conformada por: sombrero (la pluma es opcional), blusa blanca, falda, enagua, chal bordado con flecos, calzado de tacón, los pies por lo general sin medias. El color no importa, solo hay que entender la intuición y entender bien el evento, en la comunidad es permitido el uso de cualquier color, la gama es mucho más amplia, sin embargo los colores que predominan son: el negro, el blanco, el verde, el gris, el vino tinto y el azul.

Gráfico N°4: *Vestimenta formal*



Fuente: (El Universo, 2018)

2.3.2 Vestimenta anti-moda

El sistema de la moda

Para comprender de la mejor manera el estudio de la moda entendida como un sistema moda se busca determinar el impacto de la anti-moda en su devenir histórico, el primer paso a seguir en pos de este objetivo sería comenzar indagando en el sistema de la moda, para establecer los parámetros por los cuales se rige, de acuerdo con sus orígenes y el contexto particular de su inyección.

Para lograrlo se estima apropiado comenzar el recorrido histórico en los orígenes de la moda, para evaluar cómo surge y se relaciona con el incipiente estrato social que

supo ser la burguesía, a partir del estallido de la Revolución Industrial y los inicios del sistema capitalista. Esto permitirá pensar la influencia del contexto puntual en el cual surge y comienza a tomar forma, moldeada por valores, asimismo por la filosofía productiva de la época.

A partir de este punto de partida, se prosigue a evaluar la constatación del sistema en la era moderna, referida al siglo XX, y las implicancias de esto, para concluir en la inmersión histórica en el contexto de la postmodernidad, pensando de esta manera el cambio de mentalidad que dicha era supone, y evaluando cómo el repensar de los valores fundacionales de una sociedad influye en el sistema de moda, evaluando de qué manera se modifica para adaptarse. (Medina, 2008)

Origen

La historia de la moda, contraria a la historia del traje, hace la diferencia e considerando que la historia del traje se contabiliza desde la prehistoria y observa cambios en los modos de vestir; sin embargo, para hablar de moda como tal, resulta preciso determinar que sucede por una combinación de factores que lo habilitan, y refieren, no al campo de lo vestimentario en sí mismo, sino al trasfondo del período que ha lugar a la consideración.

Modernismo

La modernidad es un término que hace referencia al tiempo actual en contraste con el tiempo pasado, cuando la moda accede a la modernidad se convierte en una creación pero también en un espectáculo publicitario. De modo que el Pret a porter surge de la Alta Costura, lo cual no significo una democratización de moda, sino más bien uniformidad o igualación de la apariencia, por los nuevos signos más sutiles en las fibras y tejidos. La democratización llevo a una reducción en la diferenciación social como la comodidad, la naturalidad, el minimalismo. Sin embargo la moda no eliminó los signos de rango social, sino que reemplazó más los atributos personales como es la juventud, esbeltez.

Posmodernismo

En la moda se refiere al colapso de las instituciones establecidas y los géneros de vestimenta. A lo largo de la década de 1950, una función primordial de la moda fue la creación y el mantenimiento de declaraciones de elegancia que establecieron y, en consecuencia, reforzaron los estándares de calidad y exclusividad (como la alta costura francesa). La alta costura estaba destinada a abordar las instituciones y demandas de un estilo de vida de clase alta. La dirección del diseño estaba dirigida al nivel más alto de la sociedad y fue modificada por la población en general. Las tendencias que apuntaban a la moda en otra dirección comenzaron ya en la década de 1960 cuando la moda popular respondió al arte pop, una importante influencia conceptual y estética en el posmodernismo. La sensibilidad del arte pop alcanzó su cenit con vestidos hechos de papel, literalmente encarnando una estética 'desechable'. Un enfoque en la juventud hizo que el sistema jerárquico de la moda, con la alta costura en la cima, pareciera cada vez más limitado e irrelevante.

2.3.3 Vestimenta regional

Los trajes típicos (también traje nacional, regional o folclórico) expresan la identidad cultural de una región y periodo de tiempo específico mediante la vestimenta. Sin embargo, puede indicar la condición social, marital, económica o religiosa en la que se encuentre la persona. Estos trajes a menudo se presentan en dos tipos, uno para uso cotidiano y el otro para utilizar en ocasiones festivas o eventos formales (Valladoli, 2012)

La vestimenta ocupa un papel fundamental para reflejar la identidad personal, social y cultural de una persona. La vestimenta cumple una función importante para diferenciarse de “Otro” en un plano atemporal y distanciado, porque las mujeres guardan en su vestimenta una tradición, con una conexión con su pasado que los representa a cada cultura del pueblo. Los individuos usan trajes, complementos y adornos corporales para reflejar símbolos, valores culturales y significados sociales. En la actualidad los

complementos del traje indígena, tanto como los textiles que han entrado en el mercado regional, han elevado su estatus de “Ropa de indio” a “Artesanías indígenas” o “Arte textil” y son consumidos por turistas y residentes locales. (Turner, 2002)

Pertenencia

La vestimenta en si forma parte de símbolo de pertenencia, y que representan a una región por minorías étnica en sus regiones natales, zonas rurales para distinguirse de la población urbana , manteniendo y fortaleciendo viva su cultura y tradición y formas de organización social. (Valladoli, 2012)

Identidad cultural.

Al hablar de los pueblos indígenas se argumenta que la identidad es un medio para definir a los pueblos como únicos, cada uno de ellos son diferentes en las percepciones de su cosmovisión, en las manifestaciones sobre la vida, la relación con la madre naturaleza y sus expresiones religiosas, que han consolidado sus ideales en el principio fundamental de la propuesta política de "la unidad en la diversidad" que pregona el actual movimiento indígena. En los últimos tiempos, los pueblos indígenas viven un pronunciado proceso de reafirmación cultural, muchas son las manifestaciones que buscan concientizar a la sociedad mayoritaria, inclusive a la misma indígena a retomar su identidad, no obstante que estas "tienen poderes muy desiguales y además cuando hay una historia larga de desigualdad", que evaporan estos intentos. (E.G.Pellón, 2003)

Se entiende por identidad cultural a todos los elementos que permite identificar de otras culturas. Para (Molano, 2008) “De decir que es la cultura lo que identifica un pueblo se suele pasar a afirmar que también es lo que hace que un pueblo sea idéntico así mismo y algo permanente en el tiempo. La cultura son las raíces que le dan a un pueblo solidez y permanencia”, a decidir sobre su pertenencia varias comunidades expresa dichas elecciones, donde no pueden ser discriminados.

2.4 Marcas referentes y/o aspiracionales

SUYANA MODA BY PAOLA PESÁNTEZ

Gráfico N°5: Paola Pesántez



Fuente: (Pesántez, 2018)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Diseñadora cuencana, creó su propia marca como parte del proyecto de titulación, la cual busca promover e incorporar la identidad cultural ecuatoriana dentro de la moda, también busca promover la moda con criterios de sostenibilidad al momento de trabajar con patrones propios que generen menos cantidad de residuos y el reciclaje de remanente textiles.

Gracias a la marca que se estableció desde hace 2 años, ha participado y colaborado en los eventos de la ciudad y el país, en el 2008 formó parte del styling para los afiches de las candidatas a reina de Cuenca, elaborando prendas inspiradas en Chola Cuencana. En el mismo año participó en el concurso del mejor traje típico para el concurso Miss Ecuador en Guayaquil, tomando como inspiración al danzante de Pujilí de Corpus Christi.

Paola Pesántez, tiene como objetivo demostrar la riqueza cultural de nuestro país, a través de diseños tomadas como inspiración la vestimenta de las mujeres indígenas ecuatorianas. En cuanto al diseño de moda ha comenzado tener mayor acogida local. (Pesántez, 2018)

KITU ETHNIC WEAR BY VERÓNICA VÁSQUEZ

Gráfico N°6: Verónica Vásquez



Fuente: (Pacheco, 2018)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Verónica Vásquez, quiteña propietaria del emprendimiento “Kitu Ethnic Wear”, la marca confecciona la indumentaria en telas especiales ecuatorianas, elaboradas a base de hojas de plátano y otras fibras naturales como algodón, para darle color se tiñe artesanalmente, luego proceden a cortar la tela según el diseño de cada prenda.

Los diseños surgen con el interés de seguir aprendiendo por la historia de sus antepasados, de esta forma conoció los detalles de las culturas Chorrera, Valdivia, Napo, Pastos, Caras, Manteros, La Tolita, Jama Coaque, para comenzar con el proyecto se enfocó en los símbolos y gráficos. Las líneas, círculos y otros trazos atrajeron la atención, ya que mediante estos patrones los ancestros relataban hechos y representan una parte de la historia de los ecuatorianos. La marca en cada una de las prendas incluye en la etiqueta una descripción de los símbolos étnicos, el nombre de la cultura y la datación. (Pacheco, 2018)

LULA KIREI BY FERNANDA SALGADO

Gráfico N°7: Fernanda Salgado



Fuente: (Kirei, 2019)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Fernanda Salgado, diseñadora de moda y creadora quiteña de la marca Lula Kirei, es una de las firmas que tiene una propuesta femenina desde un punto de vista tradicional, destacar varios elementos y detalles de los tejidos y texturas típicas de Ecuador, con ello ha logrado crear una identidad de marca en el mercado, por otro lado trabaja desde hace años con artesanos de Cotacachi en la elaboración de textiles que los emplean como detalles en las prendas, sus primeros diseños se caracterizan por ser piezas únicas con contenido artesanal. Sus viajes fueron importantes, porque de ello fue tomando los elementos simbólicos como inspiración que generan ideas innovadoras para lograr un buen trabajo que hace referencia a raíces ecuatorianas. (Kirei, 2019)

MANE SILVA BY MANE SILVA

Gráfico N° 8: Mane Silva



Fuente: (Silva, 2018)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Mane Silva, diseñadora que realiza nuevas propuestas con la fusión de lo étnico con influencias urbanas, se enfoca en la funcionalidad y en la ergonomía de las prendas, para los diseños se inspira en diversas culturas ecuatorianas. Su estudio lo realizó en la Universidad San Francisco de Quito, obtuvo el título de tercer nivel, en Tecnología en Diseño de Modas y luego hizo una especialización en Italia en Patronaje Industrial.

Como emprendedora inauguró su marca en 2004, con el mismo nombre, comenzó con la línea de prendas básicas, para la producción utilizaron diferentes tejidos tradicionales, fajas indígenas y diseños contemporáneos de faldas afro ecuatorianas, el aspecto étnico se puede observar en estampados, sublimados en diseños precolombinos o

símbolos indígenas adaptadas a nuevas formas visuales en línea de faldas u otras partes (Silva, 2018)

2.4.1 Visionario

SILVIA ZEAS

Gráfico N°9: Silvia Zeas



Fuente: (Zeas, 2014)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Silvia Zeas, diseñadora textil y de moda cuencana, durante su trayectoria y con sus conocimientos sobre tejidos percibió a Ecuador, un lugar idóneo para trabajar con nuevos conceptos con toda la hilandería y la materia prima que posee. Realizó sus estudios en la Universidad del Azuay y luego hizo un Máster en Diseño textil y Moda en el Instituto Europeo de Diseño en Milán, Italia (2007). Con su proyecto de tejidos sustentables 100% ecuatorianos, busca la difusión nacional e internacional de indumentaria de buena calidad en tejidos de punto, diseñadas y elaboradas con simbología e identidad cultural a partir de la materia prima con el fin de promover la industria nacional y preservar el medio ambiente.

Su línea de producción consiste en la confección de prendas para toda ocasión como: abrigos, vestidos, chalinas, mangas, boinas y polainas en fibras de alpaca, lana de oveja, algodón, seda e hilos de fantasía. Gracias a su talento en pocos años fue reconocida a nivel nacional e internacional, sin embargo ha participado en desfiles promocionales con su tendencia Etno-Folk, muy innovadora que rompe esquemas en el mundo de la moda. (Zeas, 2014)

CARMEN RIÓN

Gráfico N°10: Carmen Rión



Fuente: (Tapia, 2014)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

Carmen Rión, diseñadora de moda mexicana destacada por su labor empresarial en diferentes comunidades indígenas, creadora de colecciones textiles originales, su pasión para diseñar y producir indumentaria, heredó las habilidades de su padre, quién desde niña jugaba al mundo de la moda: presentaba colecciones de moda, montajes teatrales, pasarelas y performances entre amigos, la primera colección presentó a los 30 años de edad. Como estudiante universitaria, tuvo el sueño de colaborar a artesanas textiles, por lo cual decidió realizar su tesis titulada Proceso de diseño para estampado textil mexicano. (Tapia, 2014)

Después de sus estudios, trabajó confeccionando vestuario para teatro creando estampados para distintos diseñadores, colaborado con su hermano en la marca Catorini diseñando ropa combinable entre sí de color blanco con lycras de algodón y lino. En 1999 Fundó la marca Carmen Rión y un año después inauguró su primera boutique en la Colonia Condesa, en la ciudad de México. (Rión, 2021)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

El análisis externo permite ejecutar la investigación de manera detallada, todos los factores que forman parte en el mercado, con la finalidad de evaluar de la mejor manera el contexto y el entorno actual en el cual se desarrolla el negocio; dentro de este estudio el análisis PESTEL es un instrumento fundamental, que analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos, así nos ayuda comprender el crecimiento y la caída del mismo, teniendo en cuenta diversos componentes que afectan de diferente forma, sin embargo utiliza cuatro aspectos para generar una estructura lógica que permita comprender, entender, presentar, discutir y tomar decisiones dentro del negocio. (Chapman, 2004)

3.1.1.1 Análisis PEST

3.1.1.2 Entorno político

El estado cuenta con políticas para otorgar créditos a nuevos emprendedores con visión empresarial mediante la Corporación Financiera Nacional, con el proyecto “Fondo de Garantía”, para emprendedores que no disponen de garantías financieras ya sean públicas o privadas. Uno de los beneficios de esta política de estado para las microempresas, por lo tanto con esto el Estado ecuatoriano cumple con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, la cual declara; “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, es decir que los desafíos presentes guíen a la conformación de nuevas industrias con mejor productividad, competitividad, sostenibilidad y sustentabilidad.

Por lo tanto, para el presente proyecto integrador se basa en la constitución del 2008, el Programa Nacional del Buen Vivir y el código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, en el quinto capítulo que menciona lo siguiente:

Art.276: El régimen de desarrollo tendrá el siguiente objetivo:

7.-Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio: recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural. (SENPLADES, 2009-2013)

La crisis en nuestro país es múltiple, varias crisis coinciden en un mismo momento, aquellas que son fruto de cambios internos, como es el sistema político, relaciones sociales entre otras. De tal manera, afecta a todas las personas que vivimos. Esta crisis afecta de manera desproporcionada a la población indígena, afrodescendiente, comunidades rurales y personas migrantes que son forzadas a desplazarse a diferentes países escapando de diferentes amenazas, por la falta de oportunidades. (Valdez, 2021) Por lo tanto, Ecuador decide implementar una iniciativa ciudadana, plural y apartidista con el objetivo de aportar diálogo a la participación democrática de la ciudadanía.

La política actual pretende potenciar en mejorar la capacidad productiva de la industria ecuatoriana, a través del Ministerio de Industrias y Productividad, el plan económico 2018-2021 para Ecuador, lo han analizado detenidamente sobre el ordenamiento de las cuentas fiscales, todo eso se debe a que no pueden gastar ingresos para satisfacer el pago de deudas que comprometan en función de “Flujo de caja”. El ingreso petrolero depende mayoritariamente de los precios de crudo internacional, estos precios en corto plazo se pueden convertir en un enorme desfinanciamiento para el presupuesto general de Estado y esto podría producir un notorio problema de insolvencia de la caja fiscal y esto descubre el pago a funcionarios públicos entre los cuales se varían afectados los profesores, médicos, policías, etc. (MIPRO, 2019)

Finalmente, al leer varios artículos en cuanto aspecto político, la constitución garantiza el desarrollo productivo, económico a todos los emprendedores con nuevas ideas de rescatar la identidad ancestral a través de la creación de productos con identidad cultural, en este caso con las propuestas de variedad de diseños, tomando como inspiración la vestimenta autóctona de Zumbahua.

3.1.1.3 Entorno económico

En cuanto a la economía, la crisis sanitaria ha golpeado a la mayoría de los sectores. En el caso del sector textil han sido graves, ocasionando una contracción fundamental en el sector, la industria textil y de confección son importantes dentro de la economía nacional, representa 5,9% del sector industrial y aporta un punto porcentual al PIB 0,8%. La contracción del sector ha generado cierre de medianas y pequeñas empresas

que acogían un alto número de trabajadores, en enero de 2020 contaban con 40.666 trabajadores, hasta agosto del mismo año disminuyeron a 30.545.

Tras la difícil situación han creado un Plan de Mejora Competitiva una estrategia entre asociaciones y corporaciones, mediante este proyecto buscan diseñar e implementar el plan de clúster textil y de la confección ecuatoriana, con enfoques de internacionalización de productos que brinden aperturas a las estrategias del sector en corto, mediano y largo plazo. (Lucero, 2021)

En cuanto a, segundo trimestre del año 2021, se ha visto el crecimiento de la economía nacional en 8,4 % respecto al mismo período del 2020, estas cifras muestran una recuperación de las actividades económicas y productivas en Ecuador, es importante destacar que el segundo trimestre de 2020 fue el período más crítico debido a la pandemia. Por ejemplo las principales industrias que reportaron mayor crecimiento fueron:

- Refinación de petróleo: crecimiento de 89,6 % debido al aumento en la oferta de derivados de petróleo.
- Petróleo y minas: 25,3%, por aumento de la producción nacional de petróleo.
- Pesca: 20,7 %, por el crecimiento de las exportaciones de pescado y otros productos acuáticos.

El Banco Central del Ecuador, menciona que Ecuador retoma la senda de crecimiento económico, el interanual del 8,4 % está delineado con la proyección anual de 3,02 % para 2021. (Banco Central del Ecuador, 2021)

3.1.1.4 Entorno social/ cultural

En los últimos años señala, que se ha ido cambiando el comportamiento del consumidor porque las nuevas generaciones viven en una sociedad que acarrea problemas de generaciones pasadas como es la contaminación y las malas prácticas laborales. Las redes sociales y los cambios de la sociedad han puesto en escena varias prácticas donde la sociedad no está dispuesta de formar parte y trabajar para que se dé el cambio.

Según Evangelina Gómez, directora ejecutiva en el Consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social explica que, la “Moda con responsabilidad” propone diseños, de prendas, ayuden mejorar la calidad de vida de las personas de la cadena productiva. Ahí la política juega el papel activo en la reducción de pobreza y la creación de medios de vida sostenibles, en tanto disminuye el impacto sobre el medio ambiente. (El telégrafo, 2021)

En Ecuador la tendencia sobre la responsabilidad social ha ganado espacio, lo cual varias firmas han tomado como su filosofía empresarial. La primera marca que dio paso fue Almacenes De Prati, una empresa generadora de cambios en las comunidades que impulsan proyectos con oportunidades, además brinda capacitaciones a los colaboradores para que adquieran herramientas y habilidades necesarias para su desarrollo. Así también cuenta con voluntariado corporativo “Mano a Mano”, con el objetivo de promover espacio para la conexión social entre empresa y colaboradores. (De Prati, 2019)

3.1.1.5 Entorno tecnológico

La tecnología es fundamental para el desarrollo de la economía de un país, sobre todo dentro de la industria textil la tecnología ha ayudado en la transformación de fibras naturales como algodón, lino y lana y ha ido incorporando tejidos sintéticos como el poliéster, poliamida entre otros.

La industria textil debido a la pandemia en 2020 puso a prueba a, firmas de este sector incorporaron procesos y diseñaron nuevas prendas que volvieron indispensables para mitigar el contagio o permaneces en casa. La crisis sanitaria obligó a empresas a elaborar textiles con tecnología, la AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador) mencionó elaborar trajes de bioseguridad y confeccionar más prendas básicas. (Mayra Pacheco, 2021)

Undutexma, es una empresa textilera ecuatoriana creada más de 45 años, en la actualidad es una de las principales industrias que cuenta con maquinaria, personal y proceso, capaces de competir con eficiencia y calidad en el mercado nacional y regional. Hubo marcas que fueron obligadas a cerrarse, debido a la economía, por lo tanto Indutexma decidió fabricar telas con tecnologías como: anti fluido, antibacterial, secado

rápido, protección UV, también continuó con la producción de otros tipos de textiles. (Indutexma, 2021)

3.1.1.6 Entorno ambiental

El impacto ambiental en las empresas textiles ha generado varios efectos positivos y negativos que afecta a la actividad económica, por lo tanto realizan una evaluación sobre las consecuencias producidas a la salud humana, ejecutan el diagnóstico con el fin de promover buenas decisiones a la sociedad, así minimizar los residuos producidos. Por ejemplo EKANOR S.A, empresa ecuatoriana dedicada a la producción de filamentos sintéticos, textiles e industriales apuesta por una economía circular, para así mejorar la sostenibilidad de los productos y operaciones. (Enkador, 2018)

La organización Fashion Revolution de la Moda, realiza actividades a lo largo de la semana para que los consumidores se cuestionen sobre el impacto de cada prenda que lo usan. Es decir una camiseta puede tener una larga historia de contaminación ambiental, para obtener el algodón, procesos de tintura y fabricación.

Fashion Revolution invita, a los consumidores de moda a cuestionarse: “¿Quién hizo mi ropa? ¿En qué condiciones lo hizo?”, la organización en 2021 está trabajando con 3 ejes que son: derechos, relaciones y revolución. El objetivo que tiene con la industria de la moda mundial es conservar, restaurar el medio ambiente con el fin de valorar al planeta, sobre todo del crecimiento y beneficio económico. (Alvarado, 2021)

En la actualidad existen marcas ecuatorianas que ejecutan el proyecto con impacto social y ambiental. Allpamamas es un proyecto de moda sostenible basado en la interculturalidad a través de experiencias compartidas, trabaja con 4 comunidades mediante diferentes métodos de trabajo y colaboración, sin embargo todo esto ha permitido dinamizar el mercado local sin depender de agentes externos. En Imbabura trabajan con dos comunidades, donde las mujeres desarrollan distintos tipos y diseños basados en la práctica propia del sector, gracias al contacto que tiene con las comunidades ha logrado realizar su primera colección con mano de obra 100% artesanal y materia prima responsable minimizando el impacto ambiental de las prendas. (Kiki, 2020)

3.1.1.7 Entorno legal

En cuanto a los factores legales, están fuera del dominio de las industrias, sin embargo constituyen cuerpos reguladores de las actividades productivas mediante la intervención del Estado y las actividades empresariales, por ello, existen organizaciones de trabajadores que controlan cada uno de los procesos dentro y fuera de las industrias. En cuanto a la cultura y la identidad se creó una ley de patrimonio publicado en diciembre de 2016, la cual manifiesta:

Art. 99. – De la corresponsabilidad sobre patrimonio cultural nacional. Los ciudadanos, en uso de su derecho de participación y control social, son corresponsables del cuidado y protección del patrimonio cultural.

Las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, en uso de sus derechos colectivos y de participación, compartirán con el Estado la responsabilidad de la protección, custodia y administración de los bienes del patrimonio cultural que les pertenezcan históricamente y se encuentren en sus territorios. (Asamblea Nacional, 2016)

Para (El Telégrafo, 2017), establecer un negocio o una empresa legalmente, las actividades que deben realizar son los siguientes:

1. Tener la estructura legal de la empresa.
2. Reservar el nombre/ razón social escogido.
3. Desarrollo de los estatutos.
4. Escritura pública en la notaria.
5. Inscribir la compañía en el Registro Mercantil.
6. Nombrar a los representantes de la empresa.
7. Inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa, designado en la junta de accionistas.

3.1.2 Tendencias de consumo

En la actualidad el auge de las compras en las redes sociales ha incrementado el número de diseñadores locales, sumado a múltiples ferias de moda que realizan cada año en Ecuador, lo cual ha despertado el interés por la moda y la industria. Este 2021 comparado unos años atrás, en nuestro país no se hablaba de moda porque el comercio estaba en tiendas de las marcas extranjeras. (EOB, 2021)

Hace dos años se sumó al mundo “Slow fashion “, una tendencia de consumo más consciente y más responsable en prendas de vestir y accesorios, hoy en día las universitarias adquieren ropas en boutiques o tiendas de “Fast fashion “locales elaboradas por diseñadores ecuatorianos, es por ello que (Gabriela Flores, 2021),manifiesta que: el estilo propio del ecuatoriano si lo tenían antes del fast fashion, porque en nuestro medio no existen grandes marcas y dentro de la moda lo más sustentable es apostar por lo que ya existe, en este contexto las tiendas de segunda mano son importantes.

La pandemia hizo que las personas se preocupen por su salud, por lo tanto, en el mercado apareció “Athleisure”, ropa deportiva, cómoda usada en casa durante la pandemia, es por ello, que paso a ser una moda y máspreciado por encima de bienes y dinero. La consultora realizó estudios en Ecuador y descubrió que el 52% de los ecuatorianos empezaron hacer ejercicios a diario, lo que desencadenó un aumento en la demanda de equipamiento deportivo. Esta tendencia de moda permite combinar prendas deportivas con otras más sofisticadas, con el fin de poder utilizar looks deportivos en diferentes ámbitos, como urbanos o para oficinas. (Primicias, 2021)

En todo el mundo, esta tendencia permitió que la industria textil supere problemas que se presentaron debido a la contracción económica generada por la pandemia, lo cual a escala mundial se ha visto el crecimiento del 53 % en prendas de vestir, superando el crecimiento de medios de comunicación y entretenimiento.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Tabla N° 3: Variable demográfica

VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Nacionalidad	Ecuatoriana
Sexo	Femenino
Edad	18-25 años

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 4: Variables socioeconómicas

VARIABLES SOCIOECONÓMICAS	
Nivel socio-económico	Medio alto-alto
Educación	Nivel superior-profesionales
Ocupación	Profesionales, trabajadoras del sector público y privado.
Ingreso	\$500-\$1000

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 5: Variables psicográficas

VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
Estilo de vida	Mujeres alegres independientes, tradicionales
Intereses	Personas que demuestren la cultura viva a través de la indumentaria en el mercado.
Gustos	Exhibir prendas exclusivas, originales, elegantes y ergonómicas que brinden flexibilidad en todo momento.
Personalidad	Alegres que denoten empatía con los demás teniendo alto entusiasmo de demostrar su pertenencia y proteger de los demás su cultura.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 6: Variables conductuales

VARIABLES CONDUCTUALES

Beneficios buscados	Variedad de diseños, colores de buena calidad, durabilidad y funcionabilidad y a precios asequibles.
Lealtad de marca	Posicionar la marca, mediante prendas autóctonas que llame la atención al cliente.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 7: Variables geográficas

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
País	Ecuador
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Pujilí (Zumbahua)
Región	Sierra
Clima	Frío/ Templado

Fuente: (Shelma Pilatasig)

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

La industria textil y confecciones son industrias más importantes del país por la cantidad de empresas que están conformadas, los puestos de trabajo formales generan su contribución al Producto Interno Bruto (**PIB**) de Ecuador. Por esa razón la Corporación Mucho Mejor Ecuador ha lanzado la campaña “Vístete de Ecuador” durante el mes de octubre, para motivar a los ecuatorianos a elegir productos, así impulsar al sector textil. (Revista Ediciones , 2021)

El sector es el tercero más grande en el sector manufacturero, aportando un 7% al PIB, genera más plazas de empleo formal. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (**INEC**) aproximadamente 158 mil personal son empleadas directas. Las cifras son grandes si a estos le suman los datos de miles de empleos que

generan indirectamente la industria textil y de confecciones, porque mantiene en cadena otras 33 ramas productivas del país. (Cute, 2021)

La crisis sanitaria golpeó a muchos sectores industriales del país, que tuvieron que paralizar sus actividades por meses y posteriormente retomar con menos personal, sin posibilidad de alcanzar los niveles de producción que se mantenía antes de la pandemia. Sin embargo las empresas han demostrado la capacidad de superar las adversidades, manteniendo el 1% en ingresos por exportaciones en 2020 con resto a 2019. Mientras tanto, la Corporación Mucho Mejor Ecuador, impulsan el consumo de productos textiles con el fin de reactivar por completo a industria para generar empleos y no solo recuperar. (MuchoMejor Ecuador, 2021)

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

Para determinar la saturación del mercado se tomó en cuenta la población de mujeres en el Cantón Pujilí, según el Censo, representa el 17,4 % del total de la provincia de Cotopaxi, en el último período intercensal ha crecido a un ritmo de 1,8 % promedio anual. El 88,8 % de la población reside en el Área Rural, se caracteriza por ser una población joven con 51,7% son menores de 20 años. (INEC, 2020)

Pujilí registra una población total de 69.055 habitantes; 36.319 mujeres (52.59%) y 32.736 hombres (47.41%). Su densidad poblacional es de 53,57 habitantes por km cuadrado. En el área rural habitan 58.991 personas. (Viteri, 2018)

Con respecto a la comunidad de Zumbahua, para establecer la saturación del mercado potencial es necesario conocer la población total de mujeres, entre 18 a 25 años de edad, grupo en que está enfocado la colección de vestuario. La población total de Zumbahua, es 12.643 habitantes, de las cuales la mayoría se registran como indígenas, 6.440 son mujeres y 5.455 hombres. Cabe manifestar que no se conoce el total exacto de la población. (INEC, 2020)

Por otro lado, la saturación de mercado se produce cuando el número de negocios es idóneo para atender las ventas de los consumidores y con ello se alcanza la máxima actividad productiva, imposibilitando el mantenimiento de la rentabilidad con la creación de nuevos comercios.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Es importante entender varios puntos para que un emprendimiento pueda proyectarse con eficiencia para el público objetivo. Por lo tanto se necesita indagar y analizar las estrategias presentadas por Michael Porter en donde destacan aspectos sobre la diferenciación, la segmentación y los precios. Para la empresa que este en sus inicios lo factible es brindar excelentes servicios al público objetivo o grupo de personas con las mismas necesidades de igual forma deben fijarse en los precios asequibles, lo cual no afecte la calidad, el buen servicio del producto y del personal. (Porter, 2008)

En resumen existen cinco fuerzas competitivas de Porter que explica lo siguiente:

1. El poder de la negociación de los clientes o compradores; se mantiene una relación directa para llegar al público objetivo con el fin de crear fidelidad con nuestros productos.
2. El poder de la negociación de los proveedores o vendedores; uno de los puntos que se debe tener en cuenta para analizar la rentabilidad de la empresa en el sector.
3. Amenaza de nuevos competidores entrantes; en esta parte la empresa realiza una comparación con la competencia para ver si el producto es rentable o no.
4. Amenaza de productos sustitutos; es uno de los factores que más competencia genera, en la cual viene la reducción de los costos.
5. Rivalidad entre los competidores; se da en caso de que la empresa cuente con escasos productos en el local.

Por lo tanto, se realiza un análisis de las competencias de la Provincia de Cotopaxi y de las tiendas locales de Zumbahua, donde las personas suelen comprarse cada una de las indumentarias.

Tabla N° 8: Análisis competitivo-Benchmarking

INDICADORES	SAMAT MODA	MUNAY BEAUTIFUL	CONCLUSIÓN
--------------------	-----------------------	----------------------------	-------------------

DISEÑO	Imitación de marca internacional-Bolivia	Básicos, no utilizan conceptos, ni tendencias.	La moda de vestimenta tradicional es escasa en cuanto a diseño, innovación, más se rigen en copiar a las marcas internacionales.
PRODUCTO	Industria de chales, faldas, sacos y blusas.	Variedad de prendas como; faldas, chales, fajas, blusas, sacos y accesorios como; calzados y joyas.	Estas marcas como las demás tiendas que existen fabrican variedad de productos, no realizan productos personalizados.
TARGET	Mujeres adolescentes, adultas y niñas Nivel económico alto.	Mujeres y niñas de todas las edades de nivel económico medio y alto.	No poseen un perfil del cliente al cual enfocarse.
PRECIOS	Desde \$100 hasta \$200	Desde \$20 hasta \$130	Los precios no son asequibles, la cantidad es muy elevada en prendas de menor calidad.
MARKETING Y VENTAS	Publicidad en las redes sociales. Ventas en el local.	Publicidad en las redes sociales. Descuentos en las fechas especiales. Ventas en el local.	Manejan diferentes medios de comunicación para llegar a los clientes y dar a conocer sus productos nuevos.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Para el inicio de un nuevo emprendimiento en esta área de Modas, se debe tener en cuenta varios aspectos importantes como: recursos humanos, físicos, capital, entre otros. Para lo cual se analiza de forma detallada.

Económico: En cuanto la economía la investigadora para el proyecto cuenta con fondos necesarios de acuerdo la siguiente tabla establecida.

Tabla N° 9: Recursos económicos

Recursos	Descripción	Costo
Movilización	Viaje Zumbahua-Ambato	\$20
Materiales para la investigación	Computadora, impresiones, libros digitales, internet	\$ 60
Materiales para el prototipo	Textiles, hilos, agujas, cintas tejidas, hilos para bordar, tambor, botones, broches.	\$600
Humano	Alimentación	\$50
Total		\$730

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Materiales: Para adquirir los materiales se cuenta con el dinero suficiente para poder comprar y seguidamente experimentar cada prototipo. El material se adquirirá con los proveedores locales.

Recursos Humanos: Para llevar a cabo el proyecto, en cuanto al patronaje, escalado de los prototipos se cuenta la ayuda de los docentes diseñadores de la Facultad de Diseño y Arquitectura, para los bordados se busca ayuda profesional especializada en el área.

Infraestructura: En cuanto a la infraestructura se cuenta con el domicilio de la investigadora del proyecto ubicada en la ciudad de Ambato, en donde se puede elaborar las prendas para luego comercializar. Sin embargo para los bordados requieren de tecnologías avanzadas, en este caso se recurrirá a otros lugares.

3.2.2 Análisis Cadena de valor

La cadena de valor permite analizar diferentes actividades o departamentos de la empresa, comparando las competencias, brindando información valiosa sobre la posición de negocio dentro del mercado y la estrategia que debería seguir a nivel de procesos internos o externos. La técnica del análisis propuesta por Michael Porter estudia “La producción de valor dentro y fuera de la compañía o al consumidor final o viceversa” (Porter M. , 1986).

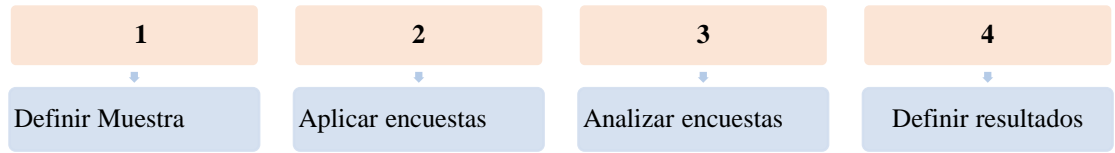
Cada proceso se encuentra relacionado, a la medida que avanzan generan un valor. Todas las actividades se encuentran divididas en grupos, la primera, son procesos secuenciales de donde se obtiene la materia prima, manufactura, salida de producto, marketing y pos-venta y segundo son los soportes, medios que sirven de apoyo para desarrollar las actividades primarias. Por último, la cadena de valor busca añadir valor al producto para que el costo no sea mayor que el mismo.

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

El eslabón de investigación es una de las primeras etapas dentro del proceso de diseño, donde se realiza la recopilación de información importante y desglosar la indagación al momento de crear la colección. Este punto es fundamental para investigar y adquirir información de fuentes primarias y secundarias que sean confiables, para luego analizar la competencia dentro del mercado local, así conocer las preferencias, gustos y necesidades del grupo objetivo. (Solís, 2021)

La recopilación de información consiste en lo siguiente:

Tabla N° 10: Cadena de Valor



Fuente: (Solís, 2021)

Esta etapa permite conocer los gustos, preferencias, estilo de vida, aprecio de los productos artesanales y el modo de compra de varios clientes para luego proceder a definir el tipo de producto a desarrollarse, teniendo en cuenta el análisis final.

El desarrollo del producto consta de la siguiente forma:

Tabla N° 9: Cadena de Valor



Fuente: (Solís, 2021)

Para el desarrollo del producto el diseñador debe ser investigativo y creativo, se debe tener en cuenta la tendencia de moda y estudiar el mercado al cual se va a dirigir con las propuestas, por lo tanto, esta etapa, es primordial al momento de lanzar una colección. Hoy en día, los diseñadores tienen acceso a mucha información para crear diseños de colecciones.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Las materias primas e insumos se adquirirán en la ciudad de Ambato, algunos proveedores principales se encuentran; Valentina Textil, Boston, Vizu, Elegancia, Bazar Marcelas, Bazar María Alicia entre otros, lo cual es necesario tener contacto directo con los proveedores de textiles, insumos y personal que se dedique a realizar bordados así conocer los precios, ver si los textiles no se encuentren en stock y evitar retrasos en el producto.

3.2.2.3 Eslabón de producción

Dentro de la etapa de producción tenemos: patronaje, corte, confección, bordados, control de calidad y acabados. Todos estos procesos lo realiza la autora del proyecto, los

bordados lo realiza aparte donde un encargado del área. Para el proceso de producción hay que tener en cuenta los siguientes pasos:

- 1. Patronaje:** Se realiza de forma manual en papel, a través de la moldería básica de las prendas.
- 2. Corte:** De acuerdo a los materiales a utilizar, se lo realiza de igual forma manual todo el corte.
- 3. Bordados:** Debido al tiempo, los bordados son industriales.
- 4. Confección:** Se desarrolla la unión de todas las piezas de acuerdo a la ficha técnica de cada prototipo.
- 5. Control de Calidad:** Básicamente consiste en el pulido de los productos con la finalidad de corregir en caso de que presente alguna falla.
- 6. Empaquetado y planchado:** Una vez verificado se realiza el planchado y el empaquetado para que el producto no sufra ningún daño o pasa a la exhibición el producto.

Para la producción de los prototipos se desarrollará en la propiedad de la autora del proyecto, la cual se encuentra con maquinarias para la confección, a excepción de algunas partes de la elaboración se cuenta con la prestación de maquinarias para realizar todos los procesos de la mejor manera y obtener productos de buena calidad.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

Dentro del eslabón de comercialización, se debe tomar en cuenta las actividades de publicidad mediante propuestas comerciales innovadoras. Actualmente una de las tácticas para dar a conocer los productos son las redes sociales; Facebook e Instagram, uno de los métodos con el cual se puede llegar a cantidad de personas. Por ende, con el producto final se realiza una sesión de fotos con la ayuda de fotógrafos y modelos, para después subir las fotos a las plataformas digitales. Al ser un emprendimiento nuevo su popularidad es baja, por lo tanto las ventas se realizan vía online realizando envíos a todas partes de la ciudad, con el objetivo de que los clientes se sientan seguras a la hora de adquirir y usar el producto.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

Para la ejecución del siguiente proyecto, el público objetivo al cual se toma en cuenta para el estudio de la entrevista son personas adultas de 40 a 50 años, quienes conocen más sobre la vestimenta autóctona, y para la encuesta son mujeres de entre 18 a 25 años de edad de Zumbahua, el mismo hecho que las mujeres de este rango de edad consumen más prendas, mediante el estudio se pretende determinar los gustos y preferencias de los usuarios.

Tabla N° 102: Segmento de mercado

Mujeres		
<ul style="list-style-type: none">• Nacionalidad: Ecuatoriana• Región : Sierra• Provincia: Cotopaxi• Comunidad: Zumbahua		
Variable demográfica	Variable socioeconómica	Variable psicográfica
Edad: 18 a 25 años Generación Millennials	Dentro de los ingresos, mujeres con sueldos superiores a \$500. Ocupación: Profesionales	Perfil Neo-tradicional: Mujeres que buscan el equilibrio entre la tradición e innovación, porque con ello construye su identidad y apariencia.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista



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

NOMBRE DEL PROYECTO: “Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua.”

OBJETIVO GENERAL: La presente encuesta tiene como propósito conocer sobre la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua, por lo tanto tomar como inspiración el mismo y proponer nuevos diseños, para mujeres de 18 a 25 años, datos que servirán para desarrollar el proyecto integrador.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la opción que considere pertinente.

Encuesta

PREGUNTAS:

1. ¿Dentro de qué nivel económico se considera usted?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

2. ¿Usted al momento de comprar su vestimenta autóctona, que es lo que primero toma en cuenta?

Marca ()

Calidad del textil ()

Diseño ()

Precio ()

3. ¿Piensa usted que es una buena propuesta desarrollar la colección de moda con inspiración en la vestimenta autóctona?

Si ()

No ()

4. ¿Usted cómo lo considera a la Vestimenta Autóctona?

Cultura () Identidad () Pertenencia ()

5. ¿Conoce algún símbolo representativo que haya visto en la vestimenta?

Si () No ()

6. ¿Cuál son los elementos que le llama la atención en las vestimentas?

Adornos () Bordados () Complementos () Color ()

7. ¿Conoce algún local que realice indumentarias que tome como referencia a la comunidad de Zumbahua?

Si () No ()

8. ¿Cómo lo considera a las marcas o tiendas que venden las vestimentas autóctonas?

Excelente () Bueno () Regular ()

9. ¿Usted con qué frecuencia compra las vestimentas autóctonas?

Siempre () Con frecuencia () Rara vez ()

10. ¿Usted piensa que utilizar la vestimenta autóctona lo estamos valorizando?

Si () No ()

RESPONSABLE: Shelma Pilatasig

FECHA: 2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

NOMBRE DEL PROYECTO: “Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua.”

OBJETIVO GENERAL: La presente entrevista tiene como propósito conocer sobre la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua, por lo tanto tomar como inspiración el mismo y proponer nuevos diseños, donde la entrevista se realiza a personas adultas de 40-50 años, datos que servirán para desarrollar el proyecto integrador.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la opción que considere pertinente.

Entrevista

PREGUNTAS:

1. ¿Utiliza la vestimenta autóctona como símbolo de su comunidad?
2. ¿Qué significado tiene cada uno de los símbolos y adornos en la vestimenta?
3. ¿Cuáles son los colores más representativos en la vestimenta?
4. ¿Cuáles fueron los primeros materiales principales que lo utilizaba para la elaboración de la vestimenta?
5. Seleccione ¿Qué tipo de prendas superiores e inferiores antiguamente fueron utilizados por las mujeres?

Prendas superiores			
a	b	c	d



RESPONSABLE: Shelma Pilatasig

FECHA: 2021

4.2 Selección de la muestra

En la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, la parroquia de Zumbahua según el CENSO 20210 la población indígena es del 12.719 % del total de habitantes lo que corresponde a un aproximado de 11,895 habitantes indígenas, 6.440 son mujeres y 5.455 hombre, lo cual está conformado por las diferentes comunidades. La población de estudio, mujeres de 18 a 25 años de edad, son un total de 1.252.

Tabla N° 113: Población Total de Zumbahua

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	
	Población total de hombres	5,924

Población total de mujeres	6,719	53,14%
Total población	12,643	100 %

Fuente: (Censo de población y vivienda INEC CPV, 2010)

Elaborado por: Shelma Pilatasig

La encuesta y la entrevista se aplican a las personas de entre 40 a 50 años y 18 a 25 años de edad.

Tabla N° 14: Población de estudio

POBLACIÓN	EDAD	NÚMERO	TÉCNICA
Adultos	40-50	5	Entrevista
Adolescentes/señoritas	18-25	294	Encuesta

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Para determinar la muestra se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (1,96) valor constante

P= probabilidad de ocurrencia (0,5) valor constante

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0,5) valor constante

N= Número de población

e= Error de la muestra (0,05) valor constante

Mujeres de 18 a 25 años 1.252

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(1252)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (1252)(0.5)(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.841)(0.5)(0.5)(1252)}{(3.841)(0.5)(0.5) + (1252)(0.0025)}$$

$$n = \frac{(1.9205)(626)}{(0.960) + (3.13)}$$

$$n = 294$$

4.3 Técnicas de estudio

4.3.1 Cualitativas

El enfoque cualitativo permite realizar entrevistas de forma directa a las personas con el objetivo de obtener mayor información. Para (Monje, 2011), “Es un diseño flexible que no implica un manejo estadístico riguroso, ya que su estructura se orienta más al proceso que a la obtención de resultados, por lo tanto, esta investigación no suele probar teorías o hipótesis, sino que genera o ayuda a entenderlas, también apoya a fomentar la participación, opinión personal de las personas.

Según (Giddens, 1979), la investigación etnográfica, consiste en realizar estudio directo a las personas durante cierto periodo, utilizando la observación o las entrevistas para conocer el comportamiento social.

En esta parte la investigación etnográfica consistirá en recopilar toda información, mediante una relación ya sea directa o indirecta, lo que permitirá establecer un amplio escenario para proponer nuevos diseños sobre la vestimenta autóctona, además se realizara entrevistas dirigidas a las personas de la comunidad, para conocer la evolución del traje de cómo ha ido transformado cada una de las prendas de generación en generación en la comunidad de Zumbahua.

4.3.2 Cuantitativas

El enfoque cuantitativo permite recolectar valores cuantificables, es una técnica donde se puede utilizar diferentes herramientas, excelente para recopilar datos

importantes, con el fin de tener un mayor acercamiento a la información del objeto de estudio, de ello cumplir con los objetivos propuestos, la cual se realiza mediante la encuesta, mecanismo eficaz que se puede realizar por vía telefónica, papel, y de forma online son las más utilizadas. Por lo tanto para la entrevista se tomara en cuenta a mujeres de 18 a 25 años de edad, población al cual se dirige la propuesta de la colección. (Monje, 2011)

4.4 Elaboración e interpretación de los datos

Encuesta

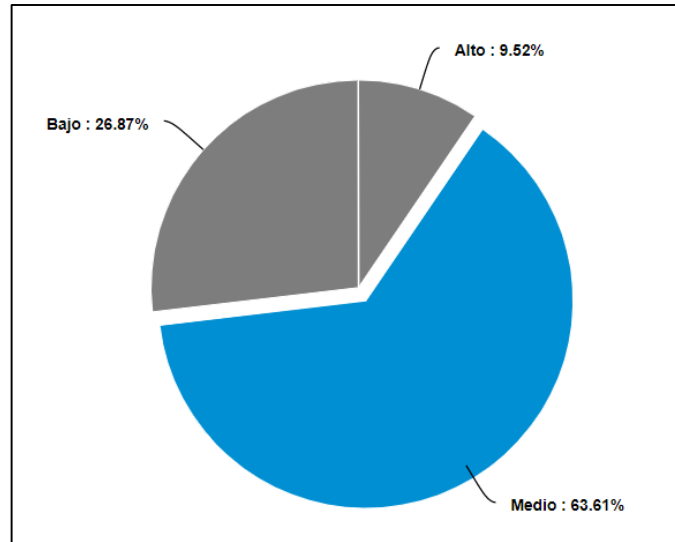
1. ¿Dentro de qué nivel económico se considera usted?

Tabla N° 125: Nivel económico

Opción	N° de entrevistadas	%
Alto	28	9.52%
Medio	187	63.61%
Bajo	79	26.87%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°11: Nivel económico



Fuente: (Encuestas)

En la encuesta elaborada a 294 mujeres sobre el nivel económico, el 9.52% pertenecen a nivel alto, el 63.61 a nivel medio y el 26.87% a nivel bajo. Obteniendo como resultado que la mayoría de las mujeres pertenecen a nivel medio.

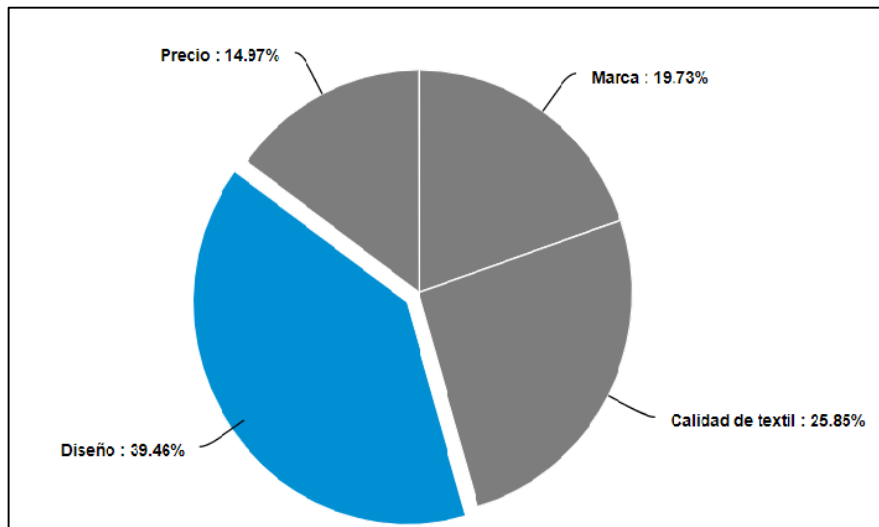
2. ¿Usted al momento de comprar su vestimenta autóctona, que es lo que primero toma en cuenta?

Tabla N° 136: Características de la prenda

Opción	N° de entrevistadas	%
Marca	58	19.73%
Calidad textil	76	25.85%
Diseño	116	39.46%
Precio	44	14.97%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°12: Características de la prenda



Fuente: (Encuestas)

En la encuesta realizada a la población de estudio sobre aspectos que toman en cuenta al momento de comprar la vestimenta autóctona, el 19.73% observan la marca, el 25.85% la calidad textil, el 39.46% en diseño y el 14.37% ven el precio. Obteniendo como resultado que la mayoría de las mujeres al momento de adquirir una prenda toman en cuenta el diseño.

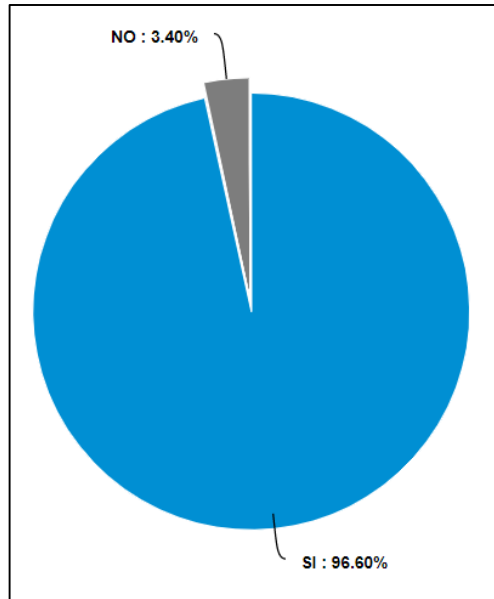
3. ¿Piensa usted que es una buena propuesta desarrollar la colección de moda con inspiración en la vestimenta autóctona?

Tabla N° 147: Inspiración en la vestimenta autóctona

Opción	N° de entrevistadas	%
Si	284	96.6%
No	10	3.4%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°13: Inspiración en la vestimenta autóctona



Fuente: (Encuestas)

En relación con la encuesta realizada el 96.60% nos muestra con un SI, para tomar como inspiración la vestimenta autóctona y luego elaborar la colección, mientras que la minoría con 3.40% no están de acuerdo.

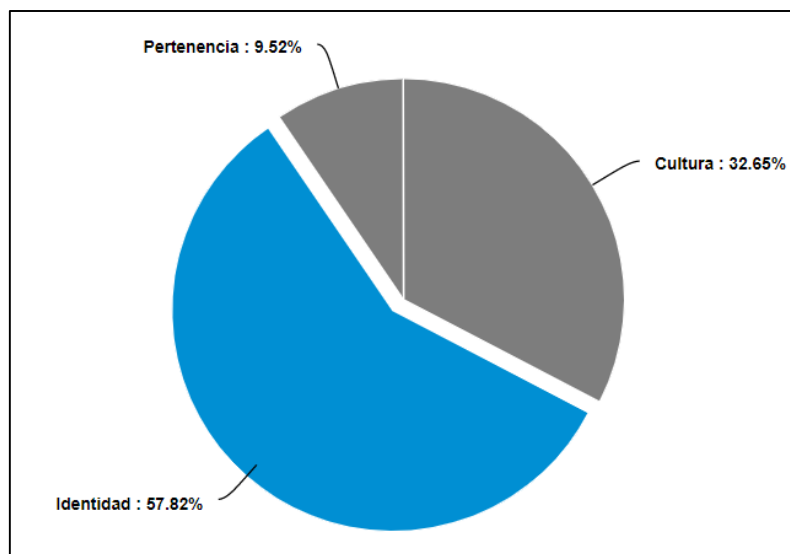
4. ¿Usted cómo lo considera a la Vestimenta Autóctona?

Tabla N° 158: Vestimenta autóctona

Opción	N° de entrevistadas	%
Cultura	96	32.65%
Identidad	170	57.82%
Pertenencia	28	9.52%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°14: Vestimenta autóctona



Fuente: (Encuestas)

En cuanto al análisis de como las mujeres lo consideran la vestimenta autóctona, el 32.65% lo consideran como cultura, el 57.82% como identidad y el 9.52% como pertenencia, generando como resulta que la mayoría lo consideran como identidad a la indumentaria.

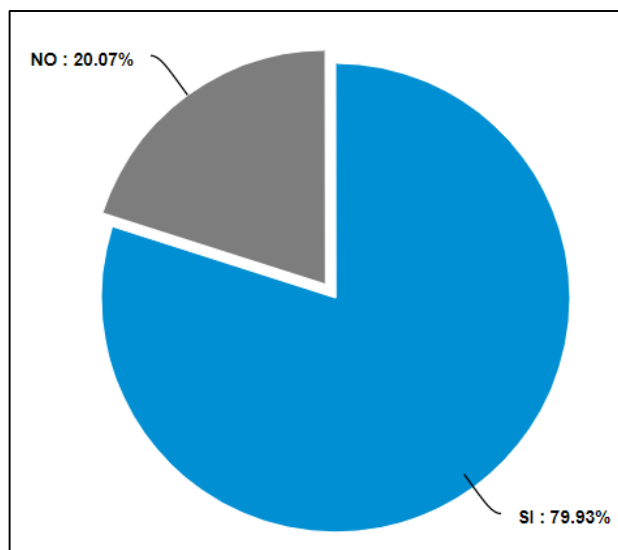
5. ¿Conoce algún símbolo representativo que haya visto en la vestimenta?

Tabla N° 169: Símbolo representativo

Opción	N° de entrevistadas	%
Si	235	79.93%
No	59	20.07%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N° 15: Símbolo representativo



Fuente: (Encuestas)

En cuanto al análisis de las mujeres encuestadas el 79.93% han observado y conocen los símbolos representativos en la vestimenta, mientras que el 20.07% no lo han visto.

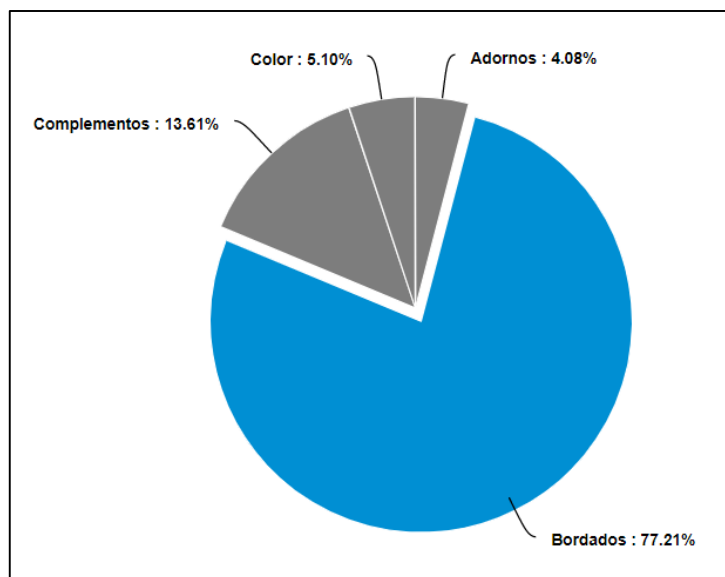
6. ¿Cuál son los elementos que le llama la atención en las vestimentas?

Tabla N°2017: Elemento vestimentario

Opción	N° de entrevistadas	%
Adornos	12	4.08%
Bordados	227	77.21%
Complementos	40	13.61%
Color	15	5.1
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°16: Elemento vestimentario



Fuente: (Encuestas)

En cuanto a las mujeres encuestadas sobre los elementos que más le llama la atención en las vestimentas se obtiene los siguientes resultados, adornos 4.08%, color 5.10%, complemento 13.61% y siendo la mayoría de los indígenas, observan el detalle de los bordados con 77.21%.

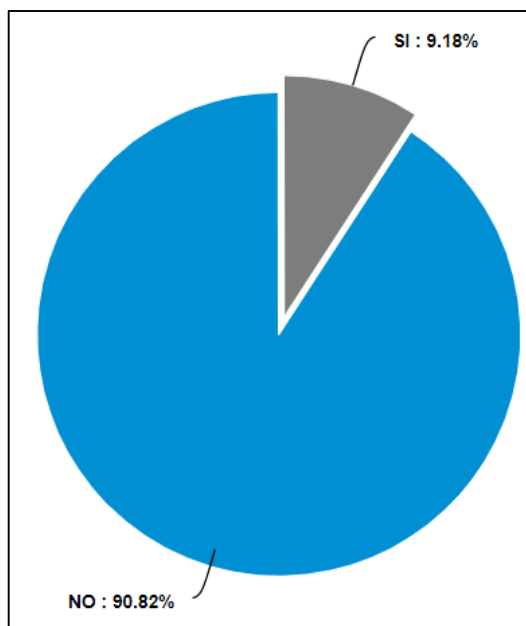
7. ¿Conoce algún local que realice indumentarias que tome como referencia a la comunidad de Zumbahua?

Tabla N° 181: Competencia

Opción	N° de entrevistadas	%
Si	27	9.18%
No	267	90.82%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°17: Competencia



Fuente: (Encuestas)

Con la siguiente encuesta el 90.82% no conocen una tienda que realice indumentaria, tomando como inspiración a la comunidad, mientras que un 9.18% si lo ha visto, lo cual sería una copia de la vestimenta de mestizos.

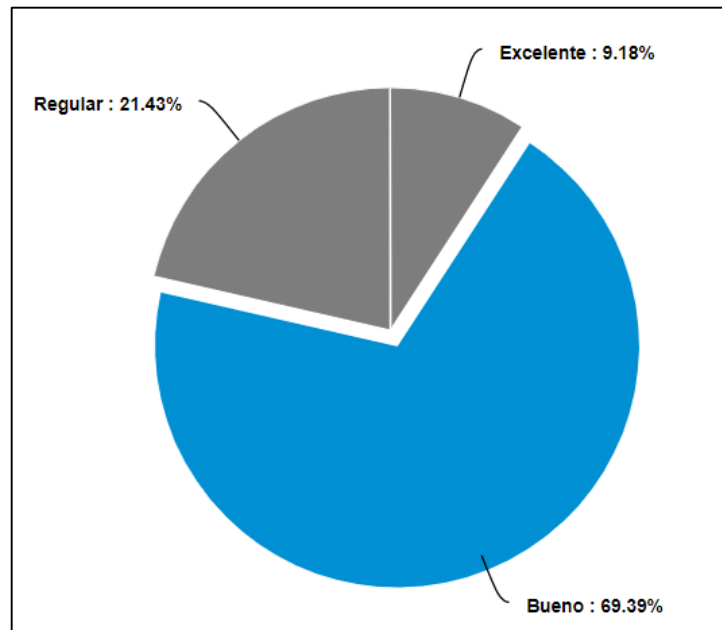
8. ¿Cómo lo considera a las marcas o tiendas que venden las vestimentas autóctonas?

Tabla N° 192: Competencia-marcas

Opción	N° de entrevistadas	%
Excelente	27	9.18%
Bueno	204	69.39%
Regular	63	21.43%
Total	294	100%

Fuente: (Encuestas)

Gráfico N°18: Competencia-marcas



Fuente: (Encuestas)

En relación a la competencia las mujeres encuestadas, nos da a conocer con los siguientes resultados que el 9.18% de tiendas son excelentes, el 21.43% son regulares y el 69.39% de los locales son buenas para adquirir las prendas.

9. ¿Usted con qué frecuencia compra las vestimentas autóctonas?

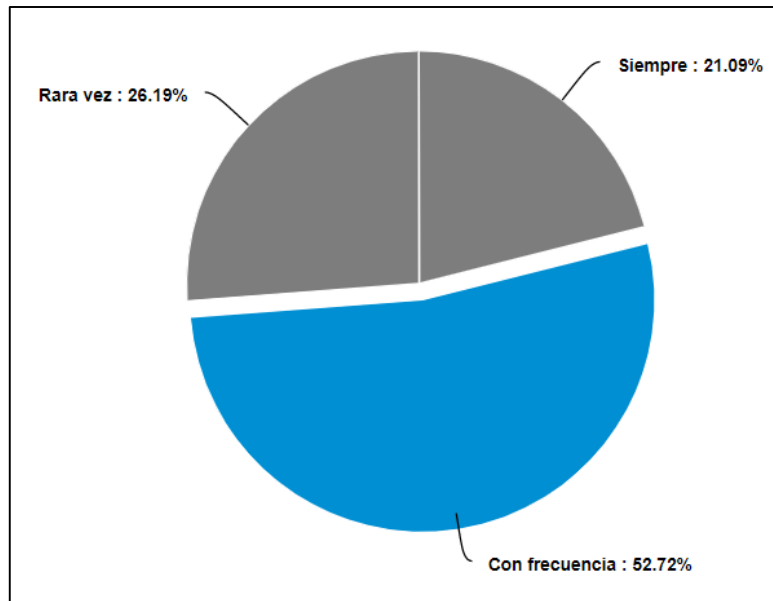
Tabla N° 203: Frecuencia de compra

Opción	N° de entrevistadas	%
Siempre	62	21.09%
Con frecuencia	155	52.72%
Rara vez	77	26.19%
Total	294	100%

Fuente:

(Encuestas)

Gráfico N°19: Frecuencia de compra



Fuente: (Encuestas)

En cuanto al análisis de frecuencia de compra se obtiene los siguientes resultados, siempre con un 21.09%, rara vez con un 26.19% y siendo la mayoría de mujeres que adquieren las prendas con frecuencia con 52.72%.

10. ¿Usted piensa que utilizar la vestimenta autóctona lo estamos valorizando?

Tabla N° 214: Valoración de la vestimenta

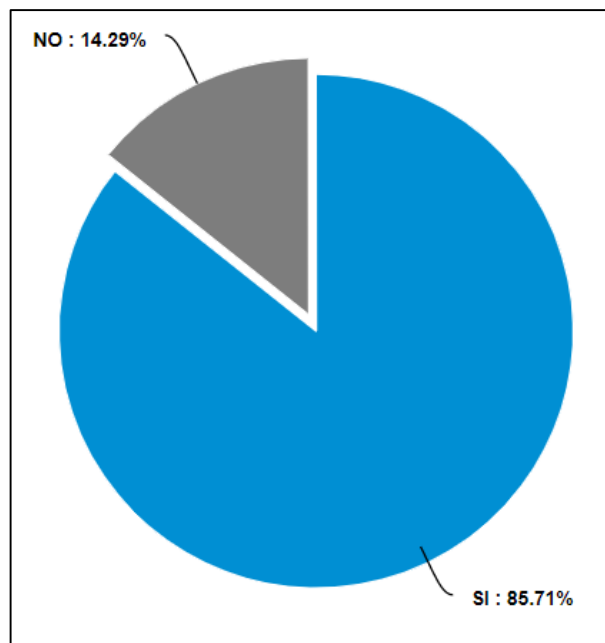
Opción	N° de entrevistadas	%
Si	252	85.71%
No	42	14.29%

Total	294	100%
-------	-----	------

Fuente:

(Encuestas)

Gráfico N°20: Valoración de la vestimenta



Fuente: (Encuestas)

En cuanto al análisis sobre la encuesta realizada a 294 mujeres, el 85.71% respondió con un SI, que es importante valorar la cultura mediante la vestimenta, mientras que el 14.29% respondió que NO, porque son mujeres que se encuentran fuera de la comunidad.

Entrevista

1. ¿Utiliza la vestimenta autóctona como símbolo de su comunidad?

Las mujeres entrevistadas opinan que llevar puesta la vestimenta tradicional es un privilegio, por medio de ellas se pretende conservar la cultura viva de la comunidad, así lograr que las futuras generaciones no se dejen llevar por las culturas urbanas, sin embargo para los hombres se ve muy complicado el uso de las prendas, porque hasta la actualidad los cambios que se han visto más es en la indumentaria de los hombres.

2. ¿Qué significado tiene cada uno de los símbolos y adornos en la vestimenta?

En cuanto a los significados de los símbolos y adornos que se emplean en la blusa mediante bordados, las mujeres manifestó que cada uno de ellos simboliza la feminidad de la mujer, de ello se toma en cuenta todos los procesos de cambio que han tenido a lo largo de todos los procesos y etapas. Los adornos de las aves, flores en la vestimenta representa los recuerdos de sus antepasados.

3. ¿Cuáles son los colores más representativos en la vestimenta?

4.

En cuanto al análisis sobre los colores de la vestimenta tradicional, todas las mujeres coinciden, el rosado para las mujeres representa la suerte y la vida, el blanco la niebla, el bordado de las flores buena suerte, el rojo coraje y corazón hacia la cultura, todos los colores simbolizan la naturaleza. El color protagonista es el negro, color elegante los utiliza porque mantiene el calor en épocas frías, para los indígenas de Zumbahua no es signo de luto. La presencia de los colores cálidos se observa en las indumentarias para asistir a las festividades.

5. ¿Cuáles fueron los primeros materiales principales que lo utilizaba para la elaboración de la vestimenta?

Según la entrevista manifiestan que los principales materiales utilizados son: liencillo y lana de borrego, las vestimentas como: ponchos, chalinas, gorras, fajas, bufandas, enaguas, desde las épocas antiguas vienen confeccionando en materia prima de la zona, en la actualidad realizan una mezcla de varios materiales sintéticos. Por otro lado, no solían usar calzado, sin embargo, debido a la modernización calzan zapatos de cuero.

6. Seleccione ¿Qué tipo de prendas superiores e inferiores antiguamente fueron utilizados por las mujeres?

Prendas superiores			
a	b	c	d



Mediante la entrevista realizada sobre las prendas superiores, las mujeres utilizaban la blusa del gráfico b, es uno de los modelos que aún se mantiene, pero existe variación en cuanto a diseño en el modelo y en los bordados. Con respecto, a las prendas inferiores, las mujeres coinciden que todos los modelos fueron utilizados, y son utilizados hasta hoy en día, la diferencia está en el tipo de material que actualmente son confeccionadas.

4.5 Conclusiones

Conclusiones de encuestas

Finalmente mediante la encuesta realizada a mujeres entre 18 a 25 años de edad, se obtuvo resultados donde la población de estudio pertenece al nivel económico medio, también al momento de adquirir una prenda se fijan en la parte de diseño, de la misma

manera apoyan a desarrollar la propuesta tomando como inspiración la vestimenta autóctona, que representa la identidad para los indígenas. Además la mayoría conoce de los símbolos representativos empleados en el mismo.

Por otro lado, a las mujeres les llama la atención los bordados en la vestimenta, que permite identificar y valorizar las raíces étnicas, se concluye emplear los bordados, con lo cual se pretende rescatar la identidad cultural. De la misma forma, con respecto a las competencias lo califican bueno, porque las tiendas no realizan variedad de diseños, no presentan una colección que inspire la compra, aunque los adquieren con frecuencia la compra. Es por ello, que se pretende lanzar una colección autóctona que lleve a valorar la cultura y motive a la comunidad a utilizar la vestimenta tradicional.

Conclusiones de entrevistas

Se obtiene como conclusión según las necesidades que se ha visto para generar las propuestas, la cual nos permite obtener como resultado lo siguiente: La mayoría de los adultos conocen y están dispuestos a adquirir la vestimenta tradicional, siempre y cuando la indumentaria refleje la cultura o identidad, a través de detalles como bordados o textiles étnicos, lo cual identifique al pueblo que pertenece, sin dejar influenciar por la cultura urbana, la moda y la migración.

Últimamente las entrevistas nos permiten plantear con el público objetivo la apertura a una colección, compuesta con variedad de diseños en la vestimenta tradicional, mediante una elección previa de los textiles, insumos, siluetas, colores, inspiración, para la elaboración de los prototipos.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Cronograma de producción

El diagrama de cronograma de producción es útil, porque muestra la secuencia de la ejecución de las operaciones de todo un paquete de trabajo, que dentro de una empresa suelen utilizar como una herramienta de planificación o herramienta de seguimiento y control. Por lo tanto, primero se debe hacer una lista de todas las actividades a ejecutar para el proyecto, calcular tiempos de elaboración, luego estimar los costos de cada uno de los productos. Todas las actividades se planean en un calendario o cronograma. (Terrazas, 2011)

Para la elaboración del cronograma se ha tomado en cuenta los tiempos de acuerdo a cada una de las acciones a desarrollar, por lo que se incluye actividades como investigación, desarrollo de los bocetos e ilustraciones, selección de propuestas, adquisición de materiales e insumos, desarrollo de fichas, patrones, corte y elaboración de bordados industriales, para luego proceder a la confección de muestras, finalmente culminar los prototipos con control de calidad, planchado, etiquetado y distribución de los productos.

Tabla N° 225: Cronograma de producción

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN										
Periodo	Diciembre				Enero				Febrero	
Actividades	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
Investigación										
Desarrollo de bocetos- ilustración de la propuesta										
Selección de prototipos										
Adquisición de materiales e insumos										
Elaboración de fichas										
Elaboración de patrones										
Corte										

Elaboración de bordados										
Confección de muestras										
Control de calidad, etiquetado y empaquetado										
Distribución										

Fuente: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 236: Actividades-Tiempo

ESLABÓN	ACTIVIDAD	DETALLE	TIEMPO
Investigación	• Investigación	• Búsqueda de tendencia e inspiración	• 40 horas
	• Diseño	• Desarrollo de los bocetos	• 40 horas
Abastecimiento	• Búsqueda de materiales textiles e insumos	• Generar propuesta de textiles e insumos	• 8 horas
		• Preparación de textiles e insumos	• 16 horas
Producción	• Patronaje-corte	• Elaboración de patrones y corte de moldería de papel.	• 30 horas
	• Bordados	• Realizar los bordados industriales.	• 24 horas
	• Confección	• Elaboración de las muestras.	• 24 horas
	• Elaboración de prototipo	• Preparación del material para coser.	• 101 horas
	• Pruebas terminadas	• Pulido de las prendas.	• 8 horas
	• Presentación	• Planchado de la colección	• 4 horas
Comercialización	• Distribución	• Entrega de colección	• 16 horas
		• Ventas	• 24 horas
Nota:			
<ul style="list-style-type: none"> • Los tiempos esta generado de acuerdo a los prototipos, que contra de 2 conjunto con tres prendas. Las horas, de igual manera está de acuerdo al reglamento del trabajo que son 8 horas. 			

Fuente: (Vacacela, 2021)

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

5.2 Control de calidad

El control de calidad es un sistema que dirige y controla una organización con respecto a la calidad en donde se dispone una serie de elementos como procesos de manual de la calidad, procesos de inspección y ensayo, instrucciones de trabajo, plan de capacitación,

registros de calidad. También se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o inconformidad dentro del ciclo del servicio. “Practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. (Cusiyupanqui, 2018)

Con respecto a obtener buena calidad en un producto o servicio, es importante contar con la aceptación del mismo dentro del mercado comercial, por lo cual los estándares en cada área de producción deben ser recomendables, con ello garanticen el mejoramiento continuo. Sin embargo se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla N° 247: Ficha de Control de Calidad

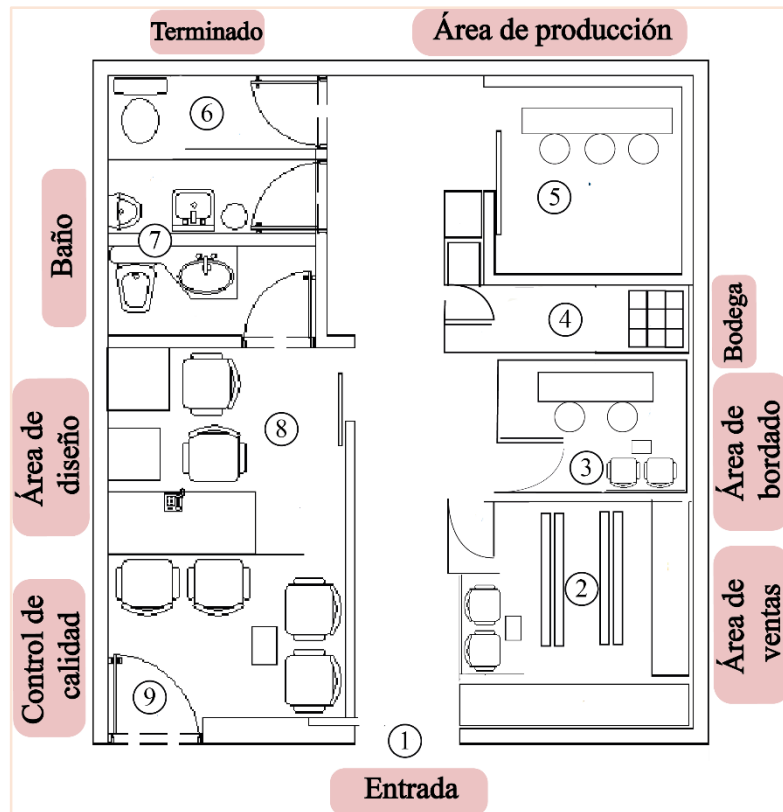
CONTROL DE CALIDAD	
Las planificaciones y evaluaciones son establecidas en cada área, mediante fichas de gestión e inspección de calidad.	
Preproducción	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de la macro-tendencia y tendencia. • Elaboración de bocetos e ilustración. • Desarrollo de las fichas técnicas con sus respectivas especificaciones. • Patronaje. • Inspección de la moldería. • Adquisición y revisión de los textiles e insumos. • Registro de costo de materia prima.
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la calidad de corte de la moldería de todas las prendas a confeccionar. • Revisar la calidad para la elaboración de los bordados en las partes como detalles. • Usar el mismo color de hilo según el color de la tela. • Seguir la ruta operativa para el armado de las piezas para formar la prenda. • Tener todos los insumos para los acabados de las prendas. •
Post-producción	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad de las costuras interiores y exteriores, costuras sueltas, pulir hilos y verificar todas las imperfecciones. • Verificar las imperfecciones de las prendas. • Etiquetar, planchar y preservar en el lugar adecuado. • Inspección final de todos los productos terminados para el empaquetado. • Venta del producto en las redes sociales. • Distribución del producto.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para desarrollar el presente proyecto es necesario contar con una correcta distribución de todos los equipos e infraestructuras, así lograr mejores instalaciones de la empresa para luego proceder a la elaboración de los diseños, es por ello que se elaboró un layout con la distribución de maquinaria por áreas, a continuación, se detalla cada uno de ellos en el siguiente gráfico:

Gráfico N°21: Distribución de la planta de producción



Elaborado por: Shelma Pilatasig

Tabla N° 258: Equipos e infraestructura

INFRAESTRUCTURA	EQUIPOS	
Área de investigación y diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Escritorio 	
Terminados	Maquinaria: <ul style="list-style-type: none"> • Máquina recta • Máquina Overlock • Máquina ojaladora 	<ul style="list-style-type: none"> • Hilos • Agujas • Mesas • Sillas

	<ul style="list-style-type: none"> • Bordadora • Plancha 	<ul style="list-style-type: none"> • Tijeras
Control de Calidad y empaquetado	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas • Empaques • Etiquetas 	
Bodega	<ul style="list-style-type: none"> • Estantería 	
Área de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Escritorio • Vitrina 	

Fuente: (Shelma Pilatasig)

5.4 Requerimientos de mano de obra

Para dar inicio el proyecto se ha desarrollado un análisis de acuerdo a las necesidades que se requiere, mismas que se ha hecho una proyección del número de personal requerida, porque dentro de la empresa o microempresa se necesita operarios capacitados y sobre todo con experiencia. Por esto, la oficina de talento humano es el encargado de asignar las funciones y las responsabilidades a los trabajadores a generar un mejor funcionamiento.

Tabla N° 269: *Requerimientos de mano de obra*

CANTIDAD	PERSONAL	ACTIVIDAD
1	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador gráfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del manual de marca, empaques y etiquetas.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñadora de moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de propuestas para la colección (bocetos, ilustraciones y fichas técnica). • Selección de textiles e insumos. • Patronaje, marcada y corte
1	<ul style="list-style-type: none"> • Bordadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de bordados.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Confección 	<ul style="list-style-type: none"> • Armado de prototipos.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Pulidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Pulido de prendas, corte de hilos. • Control de calidad.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Empacador 	<ul style="list-style-type: none"> • Planchado, colocar etiquetas y empaquetado de producto.

Fuente: (Shelma Pilatasig)

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

Para llevar a cabo el proceso de confección de las prendas, es importante que la microempresa revise las normas básicas de seguridad, luego implementar y dar a conocer tanto a los empleados como empleadores con el fin de resguardar la integridad, así lograr el bienestar empresarial. Por lo que se tomó en cuenta las normas OHSAS 18001 como una responsabilidad social empresarial, que ha tenido mayor impacto en muchas empresas y las normas ISO 14000 que son estándares de gestión ambiental, permite demostrar un correcto desempeño ambiental.

Los principales objetivos de OHSAS 18001:

- Disminuir la siniestralidad laboral; permite detectar y evitar los accidentes laborales.
- Cumplimiento de la legislación; garantiza el cumplimiento a la organización para prevenir riesgos laborales para la seguridad y salud.
- Aumentar y mejorar la productividad de los trabajadores; genera el bienestar laboral, porque es una de las condiciones seguras que incrementa productividad.
- Fomentar la cultura preventiva dentro de la organización; lleva a cabo los sistemas de prevención con la finalidad de evitar riesgos.
- Saber gestionar eficazmente aspectos de evaluación de la salud y seguridad de los trabajadores.(OHSAS 18001, 2021)

Algunas de las recomendaciones para las medidas preventivas, que el personal debe tener en cuenta son las siguientes:

Tabla N° 30: Seguridad industrial y medio ambiente

MEDIDA	Indicadores	Característica
	Vestuario de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar ropa de protección y mantener en buen estado. • Usar calzado adecuado.

Manejo de maquinaria y herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con autorizaciones para el uso de maquinaria. • Mantenimiento de maquinaria en el tiempo estimado.
Instalaciones eléctricas	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las señaléticas en lugares visibles. • Iluminación adecuada. • Supervisar las instalaciones eléctricas.
Salud y limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el botiquín de primeros auxilios. • Prohibido fumar dentro de las instalaciones. • El lugar de trabajo debe mantenerse limpio y ordenado. • El ambiente debe poseer ventilación.
Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Compañerismo. • Trabajar con calma, seguridad y buen gusto. • No utilizar el celular cuando se esté trabajando. • Informar a los propietarios sobre algunas condiciones inseguras. • Conocer las respectivas señaléticas. (básicas).
Empleador	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación sobre las señaléticas y uso de maquinarias. • Laborar con el uniforme correspondiente. • Mantener orden en cada área de trabajo. • Deben rotas las tareas, permitir una pausa activa para realizar movimientos voluntarios.
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el reciclaje de materia prima, papel, cartón y vidrio. • Trabajar con empresarios con tenga la necesidad de proteger el medio ambiente, recursos naturales y prevenir la contaminación, tratando de minimizar los impactos ambientales.

Fuente: (OHSAS 18001, 2021) y (ISO 14000, 1997)

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

6.1.1 Brain storming (lluvia de ideas)

La pandemia trajo cambios a nivel mundial, lo cual influenció en las nuevas tendencias de moda y la mentalidad del consumidor. Con respecto a la compra de productos o servicios, el canal de consumo son las redes sociales una. Por lo que muchas marcas este 2021, desean mantener las mismas relaciones de confianza y generar mejores experiencias online con los clientes como los años anteriores.

La marca SHEANA, realizó las bases de su marca, tomando en cuenta los elementos identitarios de la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua. La firma surge con la idea revivir y valorar su identidad cultural a través de la indumentaria tomando como inspiración elementos que los represente como indígenas.

La principal actividad de la marca es el diseño y producción de la vestimenta tradicional, para las mujeres de entre 18 a 25 años edad, que exprese la identidad local. Por lo cual se emplea la aplicación de la técnica de bordado con formas geométricas y orgánicas, figuras muy representativas como detalles en las prendas, aunque también se hace uso de otras técnicas como el tejido.

6.2 Perfil del cliente.

Consumidor Neo-tradicional

El proyecto se desarrolla para las mujeres de la comunidad de Zumbahua que pertenece a la generación Millenials, sea cual sea su estado civil, con nivel de educación superior, profesionales. Las mujeres de este tipo de consumidor son trabajadoras, independientes con una vida social y economía activa, buscan nuevas propuestas en cuanto a variedad de diseños.

Este consumidor es tradicional evolucionado y sensible al desarrollo del entorno, observa y deja influenciar por nuevos referentes, conceptos y propuestas,

también son fieles a las marcas, buscan en ellas el estatus. Perfil dinámico, versátil, adopta fácilmente las nuevas alternativas para estar en constante evolución y mantener su propio estilo. También se preocupa por las ocasiones de uso pero es flexible a la hora de combinar cada una de las prendas.

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

Gráfico N°22: Moodboard colección



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.3 Identidad de marca

Construcción de la marca

MARCA



SHEANA surge con la necesidad de identificar una nueva marca de Diseño de Modas y distinguirse de la competencia.

La marca se deriva de los nombres : SHE= Shelma- ANA= Anabela, mediante la aplicación de motivos inspirados en la cultura local, con el slogan Hilando identidad, parte de la construcción de ideas para generar el producto final.

La marca pretende relacionarse de manera correcta con el público objetivo por medio de diseños que transmitan la identidad de la cultura indígena de Zumbahua.

IMAGOTIPO



En este apartado se presenta la versión original normalizada, para ocupar en diferentes reproducciones.

Además se basó en tipografía serifa que denota seriedad y elegancia, contrastando con su slogan utilizando una tipografía san serif para demostrar jovialidad y serenidad. Y con figuras geométricas representando lo básico de la naturaleza y de la cultura indígena.

ISOTIPO



SA

Son las iniciales del nombre de autor como marca de la diseñadora.



Respecto al símbolo rombo y octágono, en la cultura indígena evoca unidad, unión, trabajo, igualdad, inspiración y perfección.



El cuadrado tomado en relación al nombre de la marca, transmite seguridad y confianza

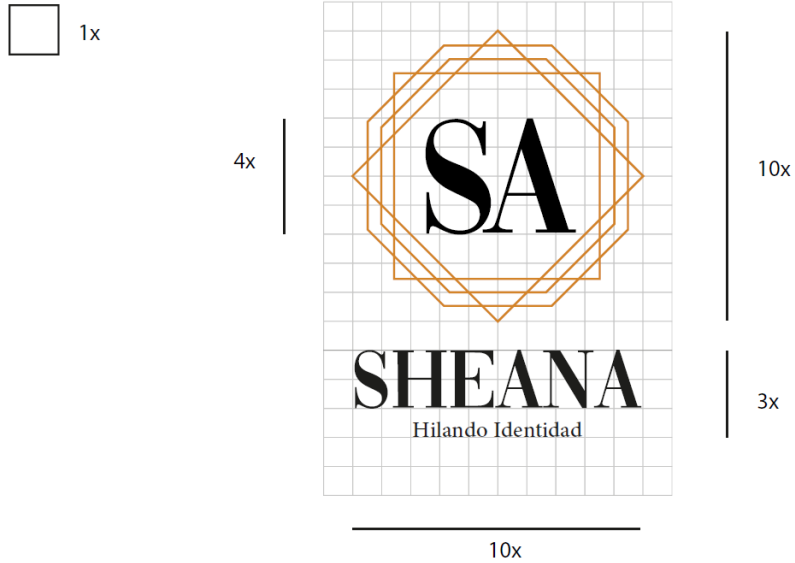
LOGOTIPO

SHEANA

El logotipo está utilizando una tipografía serif para demostrar elegancia y seriedad junto con su slogan con una tipografía sans serif para denotar jovialidad y calma.

El uso del logotipo se puede separar del Isotipo para ser usado en títulos o etiquetas y viceversa.

CONSTRUCCIÓN GRÁFICA DE LA MARCA



TIPOGRAFÍA

SHEANA

A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,
O,P,Q,R,S,T,U,V,W,X,Y,Z. (SERIF)

Hilando Identidad

a.b.c.d.e.f.g.h.i.j.k.l.m.n

ñ.o.p.q.r.s.t.u.v.w.x.y.z. (San serif)

Normas de la utilización de la marca

ZONA DE PROTECCIÓN Y REDUCCIÓN MÍNIMA

Zona de protección



Medios Impresos



Medios Digitales



POSITIVO / NEGATIVO



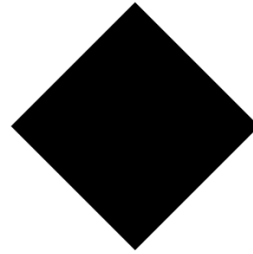
ESCALA DE GRISES

En la representación del imagotipo en blanco y negro y escala de grises se muestra una vez más que la marca está bien diseñada y se muestra que a futuro se puede realizar fácilmente cambios de color como de fondo y esperar buenos resultados en la composición de colores.

GAMA CROMÁTICA



R: 212 C: 14%
G: 133 M: 53%
B: 40 Y: 91%
 K: 4%



R: 0 C: 91%
G: 0 M: 79%
B: 0 Y: 62%
 K: 97%

FONDOS PERMITIDOS



En cuanto a los colores de los fondos, es fundamental en una marca, porque de ello depende la manera cómo los perciben a la marca a primera vista.

El color principal es el negro, combinable con cualquier color que refleje seriedad y elegancia.

También se permite aplicaciones en tonos cálidos y neutros.

FONDOS NO PERMITIDOS



La elección de fondos no permitidos en este apartado es para no usarlo si existiera en publicaciones de este tipo de fondo. Si existiera el caso es mejor utilizar la versión original.

USOS PERMITIDOS

SHEANA
Hilando Identidad



En este apartado se seleccionan las diferentes usos de la marca para poder separarlo del nombre y se recordada. El uso del logotipo se utilizara para etiquetas pequeñas o portadas de revistas cuando el isotipo ocupe mucho espacio. El imagotipo se utilizara para afiches, apliques impresos y trabajo para redes sociales. En cambio el uso del isotipo se usara para impresiones en camisetas o en otro aplique donde el espacio sea restringido por ruido visual.

6.4 Uso de la marca

ETIQUETAS

Marquilla de cartón



Marquilla de instrucciones



PACKAGING



USO DE LA MARCA



6.5 Análisis de color de la propuesta

En cuanto al análisis del color de la propuesta se tiene varias opciones, tomando en cuenta los colores de la tendencia y de la inspiración. Los tonos más representativos en la indumentaria de los indígenas, son los colores cálidos que predominan en la vestimenta tradicional con los bordados, hoy en día las personas suelen utilizar las prendas en tonos tierra y negro lo que nos dio a conocer las usuarias mediante la entrevista. En base a los colores de la Tendencia Renacer primavera –verano 2022, existe variedad de colores similares a la inspiración, pero el color protagonista es el color miel. Donde se pretende fusionar ambos tonos en las propuestas de la colección.

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Gráfico N°23: Paleta de color de la propuesta



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.6 Tendencia: macro y/o micro tendencia

6.6.1 Macro tendencia

WGSN es considerada una plataforma de pronóstico de tendencias globales, que se mantienen en el tiempo, con alta tecnología y contenidos innovadores, logrando así ofrecer inspiración e información a las marcas del Sistema Moda. La principal compañía, que mantiene alianza entre Inexmoda y Fashion Snoops, determina temas que van a suceder en los próximos años, analizan las necesidades y demandas del consumidor, ayudando así a las firmas a desarrollar productos innovadores y ofrecer la función que deberían tener. (WGSN, 2021)

Para la temporada Primavera- Verano 2022, las macro tendencias son ECO-VIRTUOSO y A WAKE UP, apreciadas como sentimientos culturales para el mercado de la moda, surgen con los problemas que existen hoy en día en las industrias, por lo cual la moda viene experimentando desde hace algunos años un aumento notable del interés de consumidores y productores por temas de sostenibilidad ambiental y social. Mediante la estética de la moda ecológica,

pretende lograr al mundo despertar la inspiración en una nueva conciencia, que admire la belleza de la naturaleza y a ser más humanos. “Muy pronto los consumidores de hoy no solo serán conscientes del coste y de la calidad; también querrán sentir que están contribuyendo al medioambiente”. (WGSN, 2021)

Estas macro tendencias manifiestan, para mantener la competitividad y abordar las preocupaciones medioambientales con ciclos de moda rápida, las industrias deben crear productos con mayor valor añadido o soluciones innovadoras demostradas en impulsar la reutilización y el reciclaje. En el cual menciona el uso de materiales como el cuero vegano elaborado a base de flores y el cáñamo debido a la durabilidad de las prendas, asimismo textiles frescos sin mucho proceso industrial y casi artesanal.

Gráfico N°24: Moodboard Macrotendencia



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.6.2 Tendencia

La tendencia es considerada moda pasajera, con carácter más local. Son analizadas por expertos cada temporada con el fin de promover el consumo, aunque como tendencia vuelven en otras temporadas por la ciclicidad de la moda (WGSN, 2021)

Para el siguiente proyecto, el uso de la tendencia se lo toma con relación a los temas tratados en el mismo, donde se pretende fusionar con la inspiración, de ello obtener mejores propuestas en cuanto al color, textura, silueta, para la elaboración de la colección. Para lo cual se selecciona la siguiente tendencia:

Renacer: Esta tendencia surge de la macro tendencia Eco-virtuoso y el despertar, que manifiesta mantener una conexión con la tierra y con la sabiduría de los pueblos indígenas con el objetivo de reiniciar y comenzar a proponer nuevas alternativas en la moda.

También analizan las siguientes necesidades del consumidor, las personas desean proteger el medio ambiente, reinventar y lograr elevar la conciencia, vivir más conectados a los ciclos regenerativos de la tierra, brindar una segunda oportunidad para hacer las cosas de la mejor manera y saber de dónde viene los productos que elegimos.

En el proyecto, con el renacimiento se pretende plasmar una conexión positiva de la naturaleza con nuestros antepasados, mediante la paleta de colores, siluetas simples, materiales naturales, lo cual se verá reflejado en todo el diseño. Por ello en la indumentaria se mostrará toda esa parte propia de la cultura indígena de Zumbahua, donde generalmente se observa bordados y tejidos en formas geométricas y orgánicas, colores en tonos tierra y cálidos, materiales de terciopelo, lana entre otros sin mucho proceso.

Gráfico N° 25: Moodboard tendencia



ma

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.7 Concepto de la propuesta

El objetivo de la siguiente propuesta es transmitir la cultura de la comunidad de Zumbahua a través de la indumentaria moderna tomando como inspiración la vestimenta autóctona, de la cual se tomará en cuenta los elementos representativos, símbolos de algunas figuras geométricas y orgánicas que predomina en las prendas y en los complementos de los outfits. La propuesta contará de una colección de dos outfits indígenas en las cuales se aplicará técnicas de bordados, textiles étnicos y tejidos.

Tabla N° 271: Ficha conceptual de la colección

FICHA DE LA COLECCIÓN		
Colección: Ñukanchi churay	Universo de vestuario: Formal	Clientes: Indígenas que buscan productos con variedad de diseño.
Temporada: Primavera-verano 2022	Nivel de mercado: Pret a porter	Elaborado por: Shelma Pilatasig.
TENDENCIAS		
<p>Macrotendencia: ECO VIRTUOSO Y WAKE UP</p> <p>Estas macrotendencias nos genera la idea de crear conciencia al momento de elaborar cada una de las prendas, donde los consumidores no tengan solo el interés en el costo y la calidad, sino también que están colaborando con el medio ambiente, a través de uso textiles eco amigables, como tejidos naturales, suaves, sin pasar por muchos procesos, donde las marcas impulsen adquirir productos innovadores que inspiren reciclar y generar una segunda vida a las prendas.</p> <p>Tendencia: Renacer</p> <p>Este sentimiento de la moda manifiesta en mantener una conexión profunda con la naturaleza y con la comunidad indígena, con el objetivo de tratar de recuperar los elementos representativos de los antepasados que están desapareciendo, mediante el empleo de símbolos con tejidos étnicos, colores, textiles, materiales, y técnicas artesanales que son evidentes en la vestimenta autóctona. En los prototipos se aspira ofrecer variedad en diseño, con la fusión de lo antiguo con lo nuevo para ofrecer productor innovadores.</p>		
USUARIO	CONTEXTO	SIMBOLISMO
Mujeres indígenas de 18 a 25 años de edad.	Provincia de Cotopaxi. Pueblo Panzaleo. Comunidad Zumbahua	Conexión con la identidad propia. Pertenencia Origen Tranquilidad Diversidad
Generación: Millenials.	Temporada: Primavera- verano 2022	
Perfil de consumidor: Neo-tradicional		
Estilo del consumidor: Étnico		
ÁMBITO SOCIAL	INSPIRACIÓN	FUNCIÓN

<p>Nivel económico: Usuarias de nivel superior y profesionales. Nivel económico medio-alto.</p>	<p>Elementos identitarios de la comunidad de Zumbahua. Elementos inspiraciones: Cruz andina-chakana Sol- inti Indumentaria: Anaco Blusa Chal-pachalina chumbi</p>	<p>Ocasión de uso: Eventos especiales que realiza la comunidad. Tipología de prendas: Prendas superiores Prendas inferiores Funcionalidad: Comodidad y versatilidad en las prendas.</p>
ESTÉTICO	TÉCNICO	PALETA DE COLOR
<p>Siluetas: Amplias y entalladas. Proporción y línea: Predomina las líneas rectas en las prendas, además existe prendas que moldean a la silueta del cuerpo, también una pequeña amplitud en las prendas inferiores. Detalles: Bordados en diversos colores, uso de tejidos étnicos.</p>	<p>Materiales: Textiles planos. Insumos: Cierres, hilos, elástico, botón, encajes, tiras de tejidos étnicos. Maquinaria: Máquina recta, overlock, bordadora y ojaladora.</p>	
FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DE DISEÑO		
<p>Elementos conceptuales: Punto, línea, plano y volumen. Elementos visuales: Figuras: Geométricas y orgánica. Tamaño: Representaciones pequeñas en cuanto a detalles. Color: Cálidos y neutros. Texturas: Texturas suaves que brinden comodidad.</p>	<p>Principio: Repetición de formas. Interrelaciones: Superposición de las piezas y distanciamientos en los detalles de los bordados.</p>	<p>Articulación de plano: Unión de piezas, contraste de color en los bordados y combinación de textiles con diferentes texturas.</p>

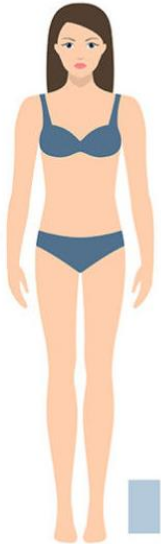

6.8 Elementos del diseño

6.8.1 Siluetas

Para la colección se tomara en cuenta la silueta amplia, porque las prendas son semi holgadas y cómodas, además se utilizara la silueta entallada en la blusa para que moldee la cintura, y se vea de la mejor manera la silueta de la persona.

Las siluetas que se van a utilizar para el desarrollo de la colección son las siguientes;

Tabla N° 282: Tipos de siluetas

TIPOS DE SILUETAS	
	
<p>Silueta tipo rectángulo</p> <p>Una de las siluetas rectas muy utilizadas en la vestimenta autóctona, donde los hombros van proporcionales a la cintura, no poseen una cintura definida.</p>	<p>Silueta tipo reloj de arena</p> <p>Es una de las siluetas más perfectas y proporcionales que existe. Posee una silueta curvilínea con una cintura bien definida y unas piernas estilizadas.</p>

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.8.2 Proporción y línea

Los prototipos finales están basados según la entrevista realizada a las usuarias, además por el conocimiento que se posee sobre la vestimenta autóctona, en este caso en las propuestas se aprecia las líneas rectas que muestra la comodidad y movimiento al momento de usarla, también el empleo de líneas curvas en la blusa para que moldee la cintura y en la parte de la falda por la amplitud.

6.8.3 Función

Cada prenda cumple con determinada función, la colección de la vestimenta tradicional cuenta con empleo de elementos representativos con tejidos

étnicos, técnica de tejidos, bordados, y diversidad de colores, con el objetivo de no perder los detalles de la vestimenta autóctona, si no lucir a la moda con las nuevas tendencias.

6.8.4 Detalles

Las indumentarias de la colección presentan detalles de la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua, mediante el empleo de algunas técnicas artesanales en formas orgánicas y geométricas. Los textiles de la colección son planas como algodón, lino, paño, con relación a los materiales que fueron utilizados para la elaboración de cada una de las prendas antiguamente.

6.8.5 Estilo



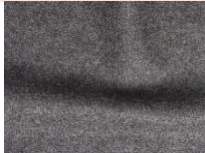

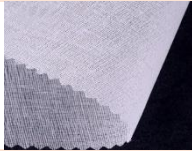


Con la siguiente colección, se desea marca el estilo étnico, cultural, porque la ocasión de uso es para eventos especiales que realiza la comunidad a cualquier hora del día. Este estilo se conforma en representar prendas con flecos, adornos y la combinación de tonos neutros como negro, marrón con detalles en colores vivos. También transmite la energía positiva y alegre de una comunidad.

6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados

En las prendas de la colección se reflejará los principios del diseño de autor, que son los elementos identitarios tomados de la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua correspondiente a las siguientes formas, símbolo, como el sol que es representado con formas de triángulo y rombo, que evoca la unión de la comunidad indígena, entre otras detalladas en la Tabla N°2 sobre los elementos simbólicos , donde los bordados se realiza de forma industrial mientras que los tejidos se lo realiza de forma artesanal.

6.9 Materiales e insumos

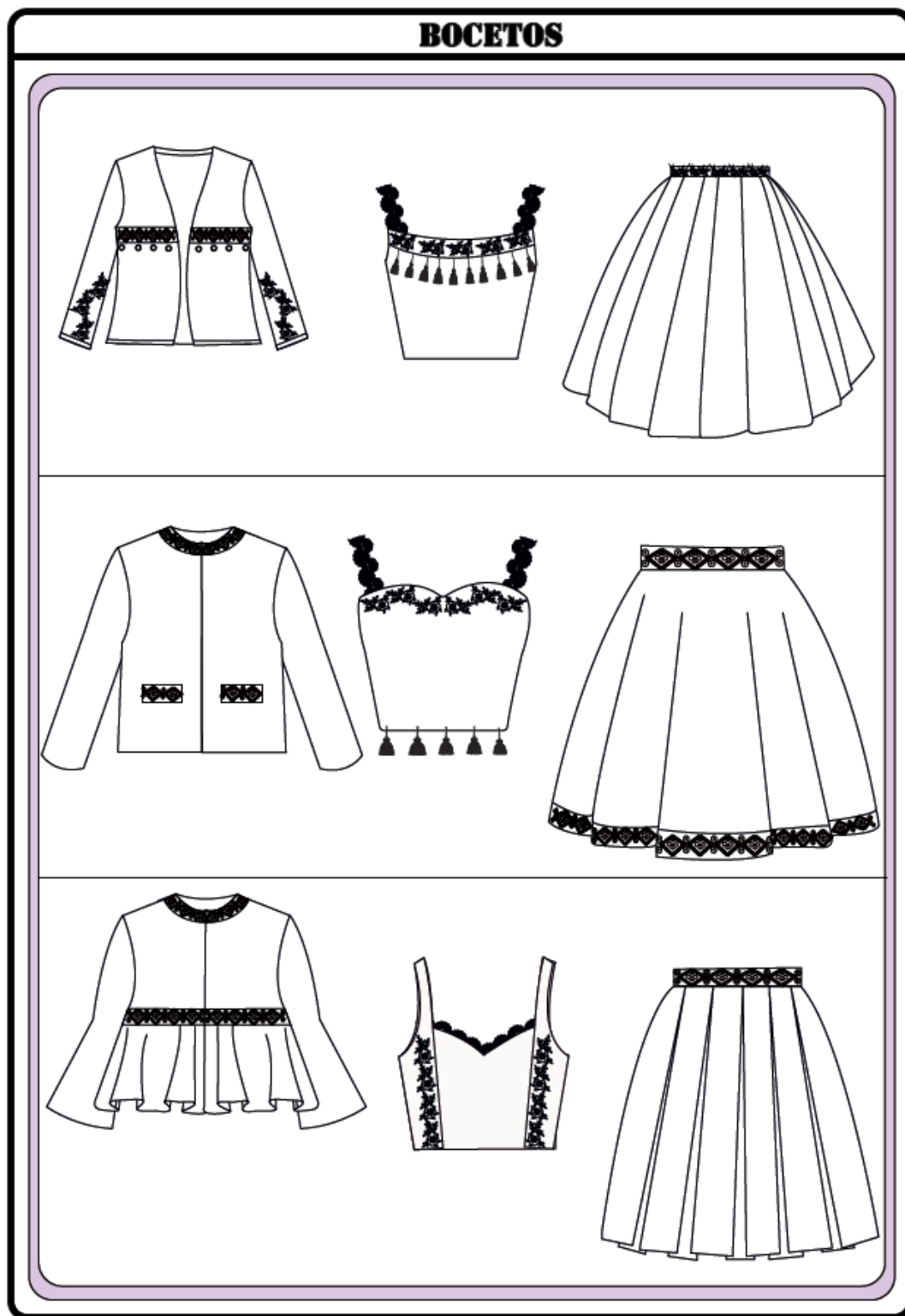
Tabla N° 293: Textiles e insumos

TEXTILES	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
Cintas tejidas	<ul style="list-style-type: none"> Lana, algodón 	
Lino	<ul style="list-style-type: none"> 100% poliéster 	
Paño	<ul style="list-style-type: none"> 65% poliéster 33% rayón 2% spandex 	
Algodón	<ul style="list-style-type: none"> 100% algodón 	
Tela fusible	<ul style="list-style-type: none"> 100% Poliéster 	
INSUMOS	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
Botones	<ul style="list-style-type: none"> Plástico 	
Cierres	<ul style="list-style-type: none"> Cierres de metal invisibles 	
Hilos	<ul style="list-style-type: none"> Poliéster 	

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

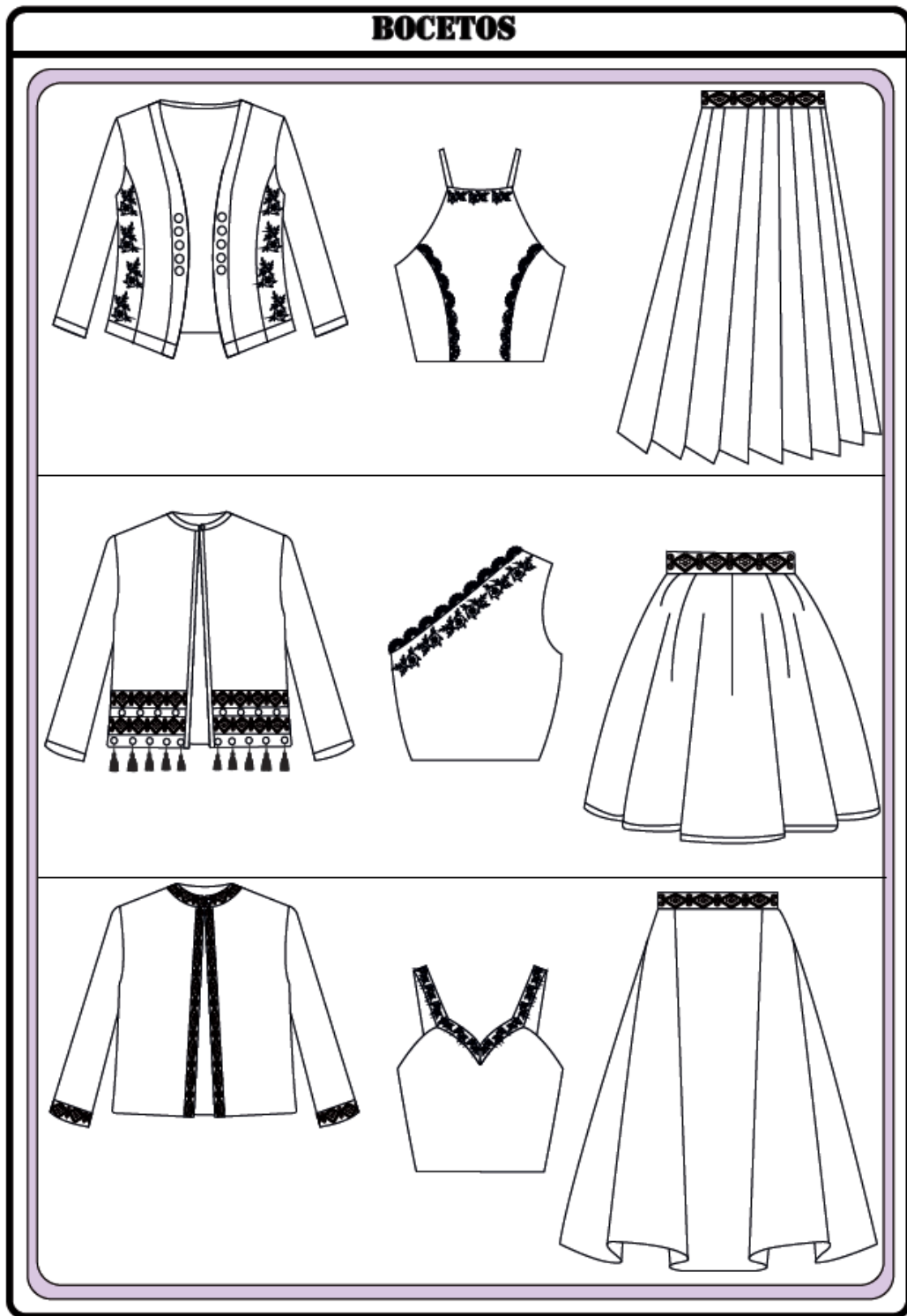
6.10 Sketch o bocetos

Gráfico N°26: Bocetos



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°27: Bocetos





Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

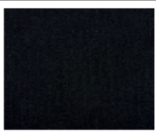
- Materiales e insumos


Gráfico N°28: Materiales e insumos-conjunto 1


FICHA DE MATERIALES E INSUMOS	
PRODUCTO: Conjunto 1	REFERENCIA: C001
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Nukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	







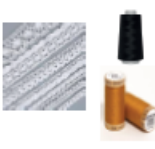
Ficha de tejido	
Art. N°: 001 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple, resistente, y suave al tacto. Composición: 50% lana-50% poliéster. Ancho: 150cm Color: Negro Tipo de tela: Pello. Proveedor: Viza Precio por metro: 9.75	Muestra 

Ficha de tejido	
Art. N°: 002 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple, resistente, y suave al tacto. Composición: 50% lana-50% poliéster. Ancho: 150cm Color: Negro Tipo de tela: Cashimira. Proveedor: Viza Precio por metro: 9.75	Muestra 

Ficha de tejido	
Art. N°: 003 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple y suave al tacto. Composición: 100% algodón Ancho: 150cm Color: Blanco Tipo de tela: Algodón. Proveedor: Viza Precio por metro: 2.50	Muestra 

Ficha de tejido	
Art. N°: 004 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple y suave al tacto. Composición: 50% algodón-50% poliéster. Ancho: 100cm Color: Tonos neutros. Tipo de tela: Cintas Tejidas. Proveedor: Tejidos Indígenas. Precio por metro: 2.50	Muestra 

Ficha de avío		
Art. N°: 001	Muestra	Art. N°: 002
Descripción: Cierre invisible.		Descripción: Cuchillos
Forma: Rectangular.		Forma: Semi circular.
Materia: Plástico.		Materia: Metal.
Tamaño: 19 cm		Tamaño: 5 mm
Color: Blanco y Negro.		Color: Gris.
Precio por presentación: 0,25 cts.		Precio por presentación: 0,10 cts.
Cantidad: 2 unidades		Cantidad: 2 unidades.
Proveedor: Mercadito's.		Proveedor: Mercadito's


Ficha de avío		
Art. N°: 003	Muestra	Art. N°: 004
Descripción: Escaje.		Descripción: Hilo
Forma: Rectangular.		Forma: Tubo.
Materia: Algodón.		Materia: Poliéster.
Tamaño: 1.5 cm		Tamaño: 5 mm
Color: Blanco.		Color: Negro-Blau
Precio por presentación: 0,40 cts.		Precio por presentación: 50 cts.
Cantidad: 2 metros.		Cantidad: 3 unidades.
Proveedor: Mercadito's.		Proveedor: Mercadito's


DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

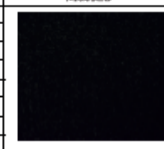
Gráfico N°29: Materiales e insumos-conjunto 2


FICHA DE MATERIALES E INSUMOS	
PRODUCTO: Conjunto 2	REFERENCIA: C002
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	







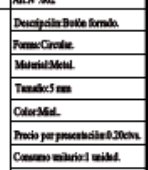
Ficha de tejido	
Art.N°: 001 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple, resistente, y suave al tacto. Composición: 50% lana-50% poliéster. Ancho: 150cm Color: Negro Tipo de tela: Paño. Proveedor: Vizu Precio por metro: 9,75	Muestra 


Ficha de tejido	
Art.N°: 002 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple, resistente, y suave al tacto. Composición: 50% lana-50% poliéster. Ancho: 150cm Color: Negro Tipo de tela: Cashimira. Proveedor: Vizu Precio por metro: 9,75	Muestra 

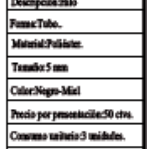
Ficha de tejido	
Art.N°: 003 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple y suave al tacto. Composición: 100% algodón Ancho: 150cm Color: Blanco Tipo de tela: Algodón. Proveedor: Vizu Precio por metro: 2,90	Muestra 

Ficha de tejido	
Art.N°: 004 Tipo de tela: Tejido plano. Descripción: Tejido simple y suave al tacto. Composición: 50% algodón-50% poliéster. Ancho: 100cm Color: Tonos neutros. Tipo de tela: Cintas Tejidas. Proveedor: Tejidos indígenas. Precio por metro: 2,90	Muestra 

Ficha de avío	
Art.N°: 001 Descripción: Cierre invisible. Forma: Rectángulo. Materia: Plástico. Tamaño: 30 cm Color: Blanco y Negro. Precio por presentación: 0,25 cts. Consumo: 1 unidad Proveedor: Macca's.	Muestra 

Ficha de avío	
Art.N°: 002 Descripción: Botón forrado. Forma: Circular. Materia: Metal. Tamaño: 5 mm Color: Metal. Precio por presentación: 0,20 cts. Consumo: 1 unidad Proveedor: Macca's.	Muestra 

Ficha de avío	
Art.N°: 003 Descripción: Hecaje. Forma: Rectángulo. Materia: Algodón. Tamaño: 1,5 cm Color: Blanco. Precio por presentación: 0,40 cts. Consumo: 2 metros. Proveedor: Macca's.	Muestra 

Ficha de avío	
Art.N°: 004 Descripción: Hilos. Forma: Tubo. Materia: Poliéster. Tamaño: 5 mm Color: Negro-Miel. Precio por presentación: 50 cts. Consumo: 3 unidades. Proveedor: Macca's.	Muestra 

DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

- **Ilustraciones**

Gráfico N°30: Composición de la colección




Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°31: Ilustración de las prendas seleccionadas

ILUSTRACIÓN DE PRENDAS SELECCIONADAS	
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S



DELANTERO	POSTERIOR
------------------	------------------



DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA	FECHA: FEBRERO 2022
--	----------------------------

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°32: Ilustración de las prendas seleccionadas

ILUSTRACIÓN DE PRENDAS SELECCIONADAS	
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S



DELANTERO	POSTERIOR
------------------	------------------



DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA	FECHA: FEBRERO 2022
--	----------------------------


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.11 Fichas técnicas



- Ficha de diseño plano

Gráfico N°33: Ficha de diseño plano-conjunto 1


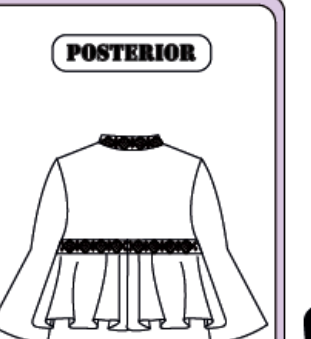
FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO	
PRODUCTO: Conjunto 1	REFERENCIA: C0001
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	




DELANTERO



POSTERIOR






DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA	FECHA: FEBRERO 2022
--	----------------------------


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°34: Ficha de diseño plano-conjunto 2


FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO	
PRODUCTO: Conjunto 2	REFERENCIA: C0002
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	





DELANTERO

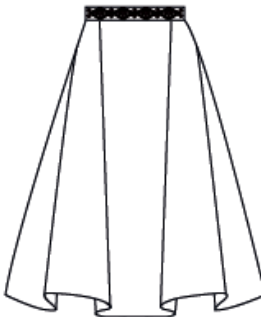


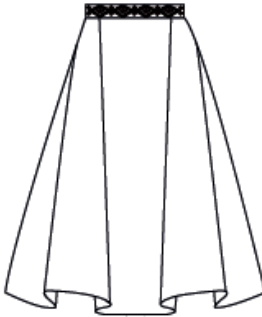
POSTERIOR















DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA**FECHA:** FEBRERO 2022


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

- **Ficha de bordado**


Gráfico N°35: Ficha de bordado-conjunto 1

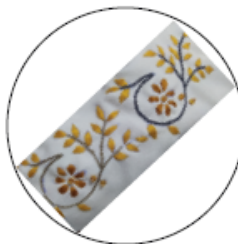
FICHA TÉCNICA DE BORDADO	
PRODUCTO: Conjunto 1	REFERENCIA: C0001
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	






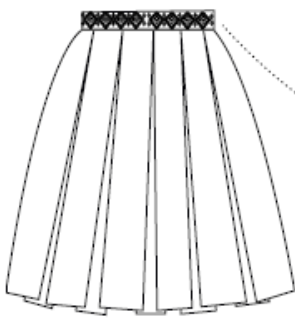
Aplicación de cintas tejidas en formas geométricas en el cuello y en la cintura.






Bordado a mano de formas orgánicas en los costados delantero de la blusa.





Aplicación de cintas tejidas en formas geométricas en la pretina.




DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022

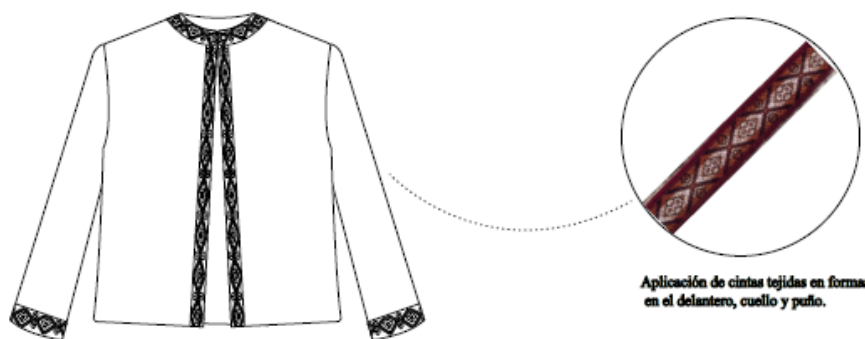
Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°36: Ficha de bordado-conjunto 2

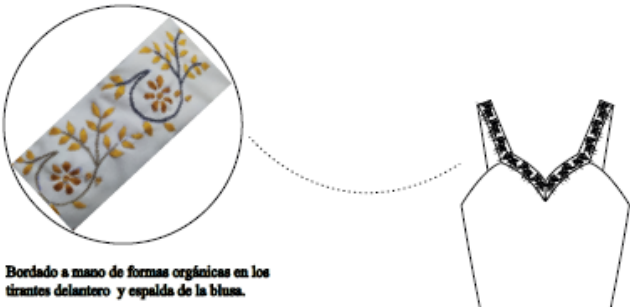
FICHA TÉCNICA DE BORDADO	
PRODUCTO: Conjunto 2	REFERENCIA: C0002
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	



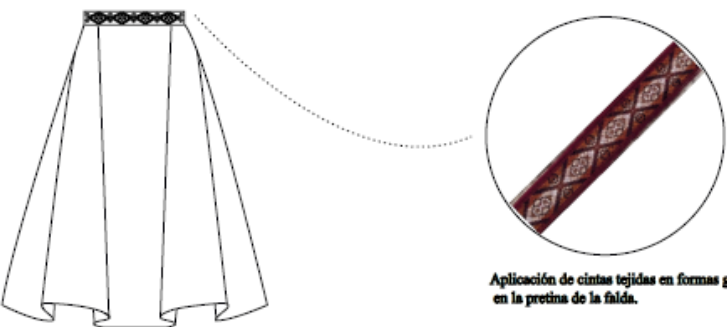
SHEANA
Hilando Identidad



Aplicación de cintas tejidas en formas geométricas en el delantero, cuello y puño.



Bordado a mano de formas orgánicas en los tirantes delantero y espalda de la blusa.



Aplicación de cintas tejidas en formas geométricas en la pretina de la falda.

DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA	FECHA: FEBRERO 2022
--	----------------------------


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

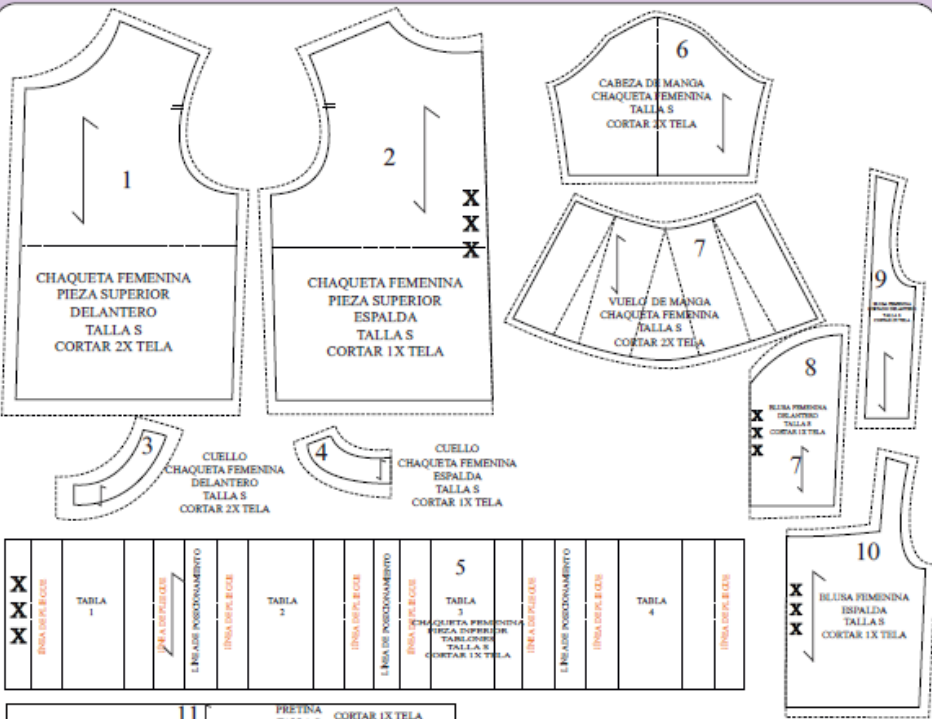
- Ficha de patronaje

Gráfico N°37: Ficha de patronaje-conjunto 1

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO: Conjunto 1	REFERENCIA: C0001
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	





X X X	TABLA 1	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 2	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 3	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 4	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO
-------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------

X X X	TABLA 1	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 2	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 3	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO	TABLA 4	LÍNEA DE POSICIONAMIENTO	LÍNEA DE PUNTO
-------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------	---------	--------------------------	----------------

SIMBOLOGÍA		
HILO DE TELA	DOBLEZ	CORTE
COSTURA	PIQUETE	PINZAS


DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022

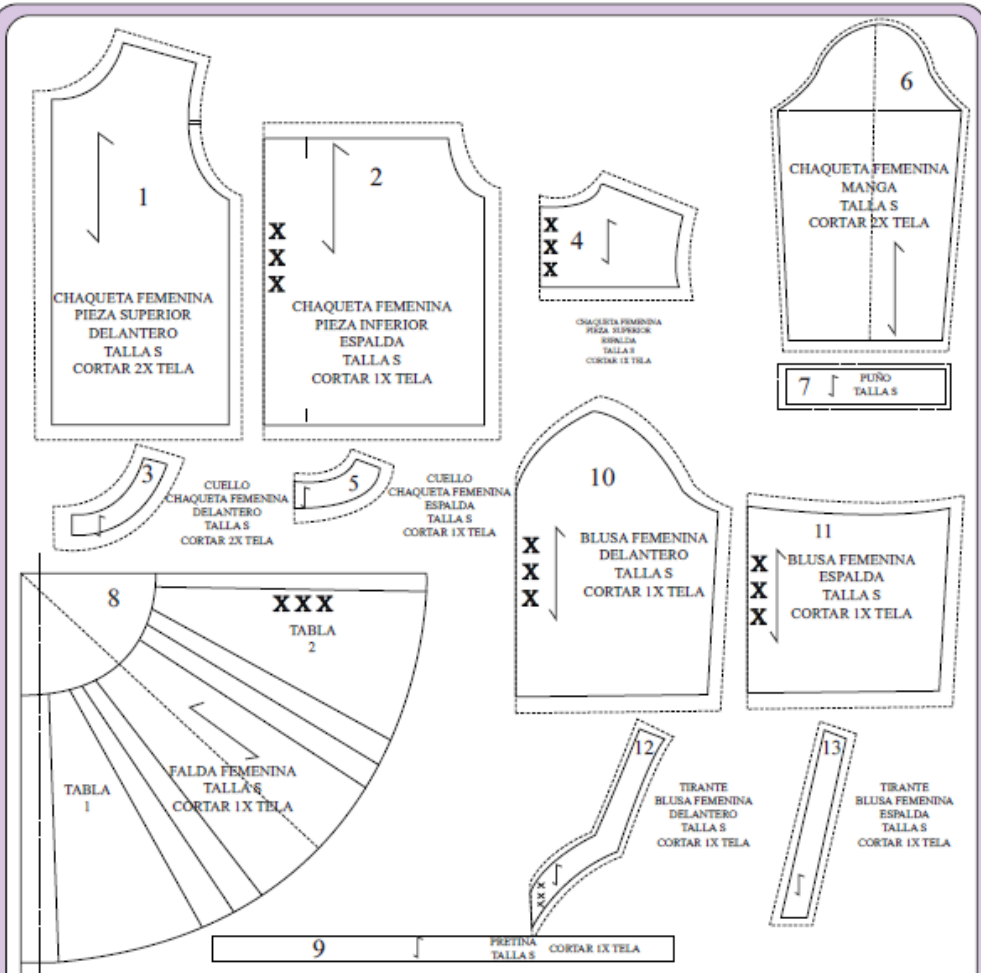
Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°38: Ficha de patronaje-conjunto 2

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO: Conjunto 2	REFERENCIA: C0002
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Nukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	





The technical drawing shows the following pieces:

- 1:** CHAQUETA FEMENINA PIEZA SUPERIOR DELANTERO TALLA S CORTAR 2X TELA
- 2:** CHAQUETA FEMENINA PIEZA INFERIOR ESPALDA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 3:** CUELLO CHAQUETA FEMENINA DELANTERO TALLA S CORTAR 2X TELA
- 4:** CHAQUETA FEMENINA PIEZA SUPERIOR ESPALDA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 5:** CUELLO CHAQUETA FEMENINA ESPALDA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 6:** CHAQUETA FEMENINA MANGA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 7:** PURO TALLAS
- 8:** TABLA 2 (skirt pattern)
- 9:** PRETINA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 10:** BLUSA FEMENINA DELANTERO TALLA S CORTAR 1X TELA
- 11:** BLUSA FEMENINA ESPALDA TALLA S CORTAR 1X TELA
- 12:** TIRANTE BLUSA FEMENINA DELANTERO TALLA S CORTAR 1X TELA
- 13:** TIRANTE BLUSA FEMENINA ESPALDA TALLA S CORTAR 1X TELA

SIMBOLOGÍA			
HILO DE TELA	DOBLEZ	CORTE	
COSTURA	PIQUETE	PINZAS	

DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022


Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

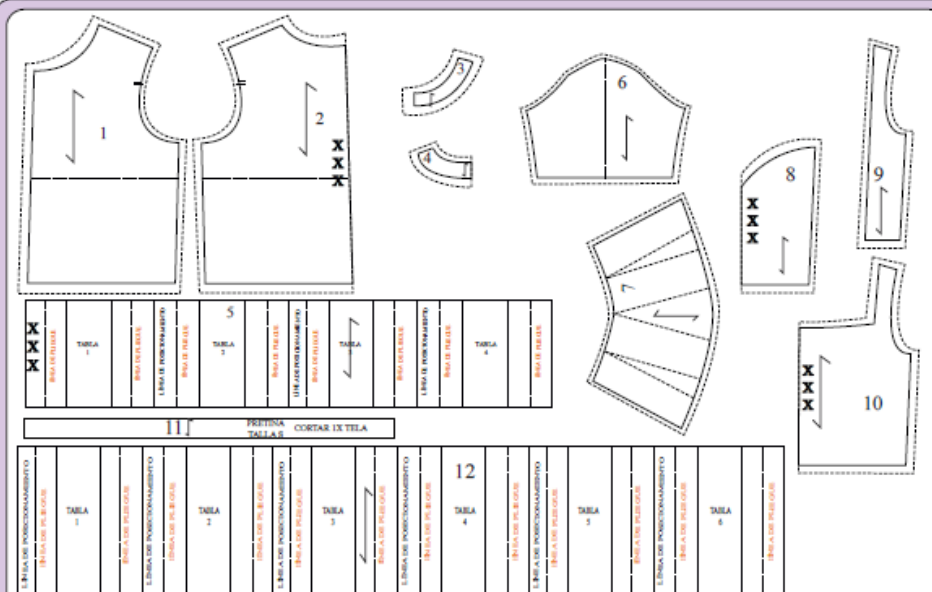
- Ficha de despiece



Gráfico N°39: Ficha de despiece-conjunto 1

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

PRODUCTO: Conjunto 1	REFERENCIA: C0001
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Nukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	





REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	MATERIAL	CANTIDAD DE CORTES	SIMBOLOGÍA
1	Delantero	Paño negro	2	Sentido de hilo  Costura 
2	Espalda	Paño negro	1	
3	Cuello delantero	Cinta tejida	2	
4	Cuello espalda	Cinta tejida	1	
5	Pieza inferior-tablones	Paño negro	1	
6	Cabeza de manga	Paño negro	2	
7	Vuelo de la manga	Paño negro	2	
8	Centro de la blusa	Algodón	1	
9	Costado de la blusa	Algodón	2	
10	Espalda de la blusa	Algodón	1	
11	Pretina	Lino	1	
12	Falda	Lino	1	
TOTAL DE CORTES			17	


DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022

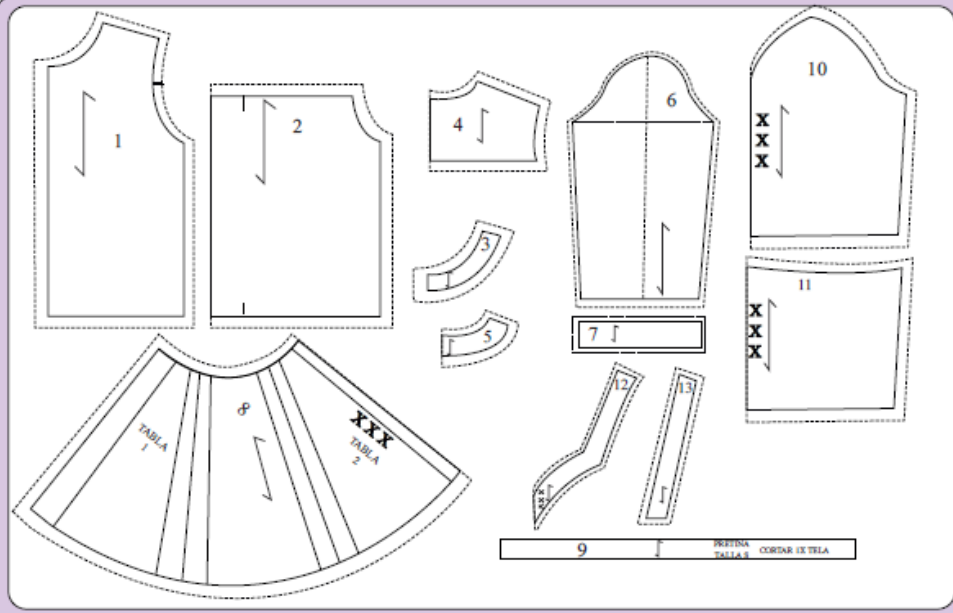
Elaborado por: (Shelma Pilatasig)



Gráfico N°40: Ficha de despiece-conjunto 2

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

PRODUCTO: Conjunto 2	REFERENCIA: C0002
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.	






REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	MATERIAL	CANTIDAD DE CORTES	SIMBOLOGÍA
1	Delantero	Paño negro	2	Sentido de hilo  Costura 
2	Pieza inferior espalda	Paño negro	1	
3	Cuello delantero	Cinta tejida	2	
4	Pieza superior espalda	Paño negro	1	
5	Cuello espalda	Cinta tejida	1	
6	Manga	Paño negro	2	
7	Puño	Cinta tejida	2	
8	Falda	Lino	1	
9	Pretina	Cinta tejida	1	
10	Blusa delantero	Algodón	1	
11	Blusa espalda	Algodón	1	
12	Tirante-delantero	Algodón	2	
13	Tirante-espalda	Algodón	2	
TOTAL DE CORTES			19	

DESEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA
FECHA: FEBRERO 2022

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)


- Ficha de ruta operacional

Gráfico N°41: Ficha de ruta operacional-conjunto 1

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA			
PRODUCTO: Conjunto 1		REFERENCIA: C0001	
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay		 SHEANA <small>Hilando Identidad</small>
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano		
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico		
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S		
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.			
SECUENCIA	DESCRIPCIÓN	PIEZA	MÁQUINA
1	Patronaje	Delantero Posterior	Manual
2	Corte de piezas en la tela base y cinta tejida.	Delantero Posterior	Manual
3	Unir los cortes de todas las piezas y abrir costuras.	Delantero Posterior	Recta 301-Plancha
4	Armado de la chaqueta, colocar la cinta tejida en el cuello y la cintura.	Delantero Posterior	Recta 301
5	Unir hombros y armar la marga y colocar la manga	Delantero Posterior	Recta 301
6	Armado de la falda, colocar la cinta tejida en la pretina y a la falda.	Delantero Posterior	Manual-Recta 301
7	Armado de la blusa, bordar en los costados delanteros	Delantero	Manual
8	Unir los cortes	Delantero Posterior	Recta 301-Plancha
9	Unir hombros y colocar encaje en el centro delantero.	Delantero	Recta 301
10	Colocar etiqueta y la marquilla de instrucciones	Delantero	Recta 301-Plancha
11	Pulido de las prendas	Delantero Posterior	Manual
12	Planchado	Delantero Posterior	Manual-Plancha
13	Empaquetado	Delantero Posterior	Manual
DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA			FECHA: FEBRERO 2022

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N° 42: Ficha de ruta operacional-conjunto 2

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA			
PRODUCTO: Conjunto 2		REFERENCIA: C0002	
TENDENCIA: Renacer	COLECCIÓN: Ñukanchi churay		
LÍNEA: Formal	TEMPORADA: Primavera-verano		
USUARIO: Neo-tradicional	ESTILO: Étnico		
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>	TALLA: S		
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.			
SECUENCIA	DESCRIPCIÓN	PIEZA	MÁQUINA
1	Patronaje	Delantero Posterior	Manual
2	Corte de piezas en la tela base y cinta tejida.	Delantero Posterior	Manual
3	Armado de la chaqueta, colocar la cinta tejida en el cuello y puño.	Delantero Posterior	Recta 301-Plancha
4	Unir hombros y colocar la manga	Delantero Posterior	Recta 301
5	Unir cuello al delantero y espalda	Delantero Posterior	Recta 301
6	Armado de la falda, colocar la cinta tejida y unir la pretina a la falda.	Delantero Posterior	Manual-Recta 301
7	Armado de la blusa, bordar en los tirantes.	Delantero	Manual
8	Unir los cortes	Delantero Posterior	Recta 301-Plancha
9	Unir tirantes a la pieza delantera y espalda.	Delantero Posterior	Recta 301
10	Colocar etiqueta y la marquilla de instrucciones	Delantero	Recta 301-Plancha
11	Pulido de las prendas	Delantero Posterior	Manual
12	Planchado	Delantero Posterior	Manual-Plancha
13	Empaquetado	Delantero Posterior	Manual
DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA		FECHA: FEBRERO 2022	

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.12 Photobook

Gráfico N° 43: Photobook-conjunto 1



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N° 44: Photobook-conjunto 1



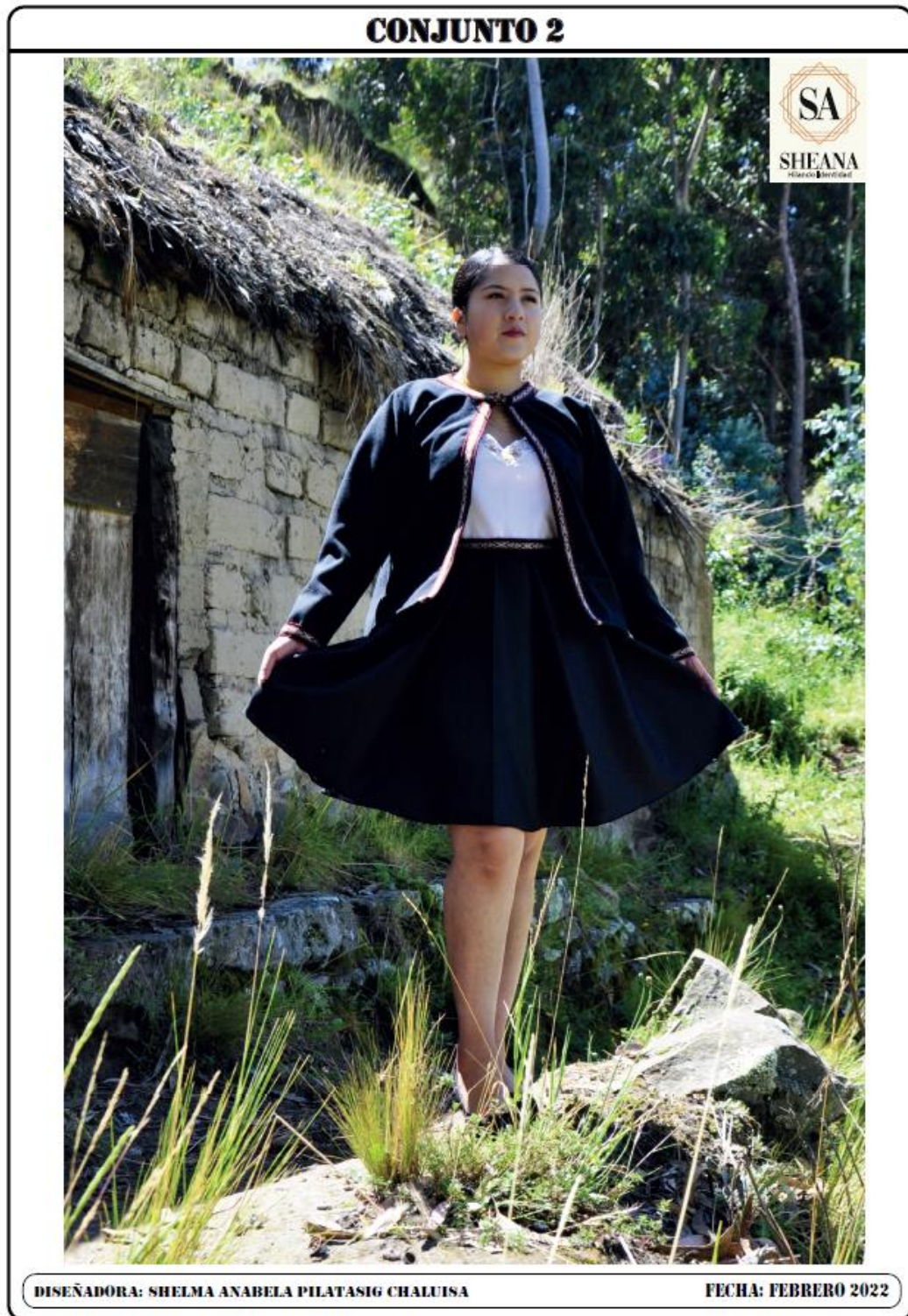
Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N° 45: Photobook-conjunto 1



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N° 46: Photobook-conjunto 2



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°47: Photobook-conjunto 2



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)



Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.13 Costos de producción

6.13.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos valores constantes que no varían, son gastos que se debe deben cubrir la empresa produzca o no los productos.

Tabla N° 304: Costos fijos

COSTOS Y GASTOS FIJOS		
Descripción	Frecuencia de Pago	Costo
Arriendo	Mes	\$150
Luz	Mes	\$15
Agua	Mes	\$ 2
Internet	Mes	\$10
Salario	Mes	\$425
Mantenimiento	Mes	\$ 80
Publicidad	Mes	\$100
Papelería	Mes	\$20
SUBTOTAL		\$802

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.13.2 Costos variables

Los costos variables tienden a cambiar según el nivel de producción a realizar, si la elaboración es mayor el gasto será elevado.

Tabla N° 3531: Mano de obra

COSTOS Y GASTOS VARIABLE		
Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Diseñador gráfico	\$50	\$50
Artesano	2.50	\$12.5
Bordadora	5	\$20
Costurera	4	\$ 20
SUBTOTAL		\$102.5

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 326: Materiales e insumos

COSTOS Y GASTOS FIJOS				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Costo
Paño	Metros	3	\$9.75	\$28.35
Cachimire	Metros	2	\$9.75	\$19.50
Tela algodón	Metros	1.50	\$2.50	\$3.75
Encaje	Metros	1.50	\$0.40	\$0.60
Cintas tejidas	Metros	4	\$2.50	\$10
Ojales	Unidad	3	\$0.25	\$0.75
Botón forrado	Unidad	3	\$ 0.20	\$0.60
Hilos	Unidad	4	\$0.50	\$1.50
Tapa costuras	Metros	5	\$0.50	\$2.50
Cierres invisibles	Unidad	4	\$0.25	\$1.00
Etiqueta	Unidad	6	\$0.10	\$0.60
Marquilla	Unidad	6	\$0.5	\$0.30
Empaque	Unidad	2	\$0.50	\$1.00
SUBTOTAL			\$102.5	\$70.45

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Tabla N° 33: Total de costo variable

Descripción	Costo
Mano de obra	\$102.5
Materiales e insumos	\$70.45
Total	\$172.95

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.13.3 Costo total

El costo total es la suma de los costos fijos con los costos variables.


Tabla N° 348: Costo total

Descripción	Costo
Costo fijo	\$802
Costo variable	\$172.95
Total	\$974.95

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.13.4 Ficha de costos


Gráfico N°49: Ficha de costos-conjunto 1

FICHA TÉCNICA DE COSTOS					
PRODUCTO: Conjunto 1			REFERENCIA: C0001		
TENDENCIA: Renacer		COLECCIÓN: Nukanchi churay			
LÍNEA: Formal		TEMPORADA: Primavera-verano			
USUARIO: Neo-tradicional		ESTILO: Étnico			
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>		TALLA: S			
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.					
					
C O S T O S D I R E C T O S	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA _a	CANTIDAD DE CONSUMO _b	COSTO POR UNIDAD _c	COSTO TOTAL _{b*c}
	Paño	metro	1.5 m	9.75	14.55
	Lino	metro	1.5 m	7.50	11.25
	Algodón	metro	0.50 m	2.50	1.25
	Cinta tejida	metro	1.50 m	2.50	3.75
	Cierres	unidad	2 u	0.25	0.50
	Botón forrado	unidad	1 u	0.20	0.20
	Hilo negro	unidad	1 u	0.50	0.50
	Hilo Blanco	unidad	1 u	0.50	0.50
	Hilos de bordar	unidad	3 u	0.80	2.40
	Mulos	unidad	1 u	0.60	0.60
	Encaje	metro	1 m	0.50	0.50
	SUBTOTAL DE BASE TEXTIL E INSUMOS				\$ 34.75
	MANO DE OBRA				
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA _a	CANTIDAD DE CONSUMO _b	COSTO POR UNIDAD _c	COSTO TOTAL _{b*c}
	Diseño 20%				\$ 6.95
	Mano de obra de confección				\$ 15.00
	Patrónsje-Escalado 15%				\$ 5.20
	Bordado	Pieza			\$ 5.00
Arisano	Metro	2 m	2.50	\$ 5.00	
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA				\$ 37.15	
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (Subtotal de base textil e insumos+subtotal de mano de obra)				\$ 71.90	
C O S T O S I N D I R E C T O S	IMPREVISTOS :			4% C. D. 2.87	
	GASTOS GENERALES:			10% C. D. 7.19	
	GASTOS ADMINISTRATIVOS:			10% C. D. 7.19	
	TOTAL COSTOS INDIRECTOS:			17.25	
TOTAL DE COSTO DIRECTO:				\$ 71.90	
TOTAL DE COSTO INDIRECTO:				\$ 17.25	
12% LV.A.:(Al total de costos directos)				\$ 8.60	
UTILIDAD 30% C.D.:(Al total de costos directos)				\$ 21.50	
PRECIO TOTAL:				\$ 119	
DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA			FECHA: FEBRERO 2022		

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°50: Ficha de costos-conjunto 2

FICHA TÉCNICA DE COSTOS				
PRODUCTO: Conjunto 2			REFERENCIA: C0002	
TENDENCIA: Renacer		COLECCIÓN: Nukanchi churay		
LÍNEA: Formal		TEMPORADA: Primavera-verano		
USUARIO: Neo-tradicional		ESTILO: Étnico		
FEMENINO <input checked="" type="checkbox"/>		TALLA: S		
DESCRIPCIÓN: Vestuario, inspirado en la vestimenta autóctona de Zumbahua.				



C O S T O S D I R E C T O S	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA ^a	CANTIDAD DE CONSUMO ^b	COSTO POR UNIDAD ^c	COSTO TOTAL ^{b*c}
	Paño	metro	1.5 m	9.75	14.55
	Lino	metro	1.5 m	7.50	11.25
	Algodón	metro	0.50 m	2.50	1.25
	Cinta tejida	metro	2 m	2.50	5.00
	Cierres	unidad	2 u	0.25	0.50
	Botón forrado	unidad	2 u	0.20	0.40
	Hilo negro	unidad	1 u	0.50	0.50
	Hilo Blanco	unidad	1 u	0.50	0.50
Hilos de bordar	unidad	3 u	0.80	2.40	
Mullas	unidad	1 u	0.60	0.60	
SUBTOTAL DE BASE TEXTIL E INSUMOS				\$	36.95
MANO DE OBRA					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA ^a	CANTIDAD DE CONSUMO ^b	COSTO POR UNIDAD ^c	COSTO TOTAL ^{b*c}	
Diseño 20%				\$ 7.39	
Mano de obra de confección				\$ 15.00	
Patronaje-Encalado 15%				\$ 5.54	
Bordado	Pieza			\$ 5.00	
Artisano	Metro	2 m	2.50	\$ 5.00	
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA				\$	37.93
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (Subtotal de base textil e insumos+subtotal de mano de obra)					\$ 74.88

COSTOS INDIRECTOS	IMPREVISTOS :		4% C. D.	3.00
	GASTOS GENERALES:		10% C. D.	7.50
	GASTOS ADMINISTRATIVOS:		10% C. D.	7.50
	TOTAL COSTOS INDIRECTOS:			18.00

TOTAL DE COSTO DIRECTO:	\$ 74.88	\$ 124
TOTAL DE COSTO INDIRECTO:	\$ 18.00	
12% I.V.A.:(Al total de costos directos)	\$ 8.90	
UTILIDAD 30% C.D:(Al total de costos directos)	\$ 22.45	
PRECIO TOTAL:		

DISEÑADORA: SHELMA ANABELA PILATASIG CHALUISA	FECHA: FEBRERO 2022
--	----------------------------

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

6.13.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es importante realizar dentro de un negocio, porque define el tiempo en que la empresa cubre sus costos fijos y variables, es decir cuando los ingresos y egresos están al mismo nivel, esta acción sirve para la planificación de cuántas prendas se va a desarrollar y producir sin generar pérdidas. Para encontrar el punto de equilibrio se presenta la siguiente fórmula con valores del conjunto número 1 y 2:

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

$$PE = \frac{802}{119 - 172.95}$$

$$PE = 14$$

$$PE = \frac{802}{124 - 172.95}$$

$$PE = 16$$

Valores:

Total de costos fijos: 802

Precio de venta (30%): 119 -124

Costos variables: 172,95

En cuanto con el conjunto 1, la empresa debería producir 14 conjuntos al mes y 16 conjuntos 2, los mismos que pueden variar en bases textiles y colores.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Mediante las indagaciones bibliográficas se logró conocer los elementos simbólicos de la comunidad indígena de Zumbahua, ya que estos iconos no se les puede apreciar en la indumentaria, pero se pueden evidenciar en las artesanías, utensilios y accesorios como fajas, donde los pintores y artesanos indígenas, plasman su cultura, tradición, costumbre y vestimenta, lo cual son muy llamativas y valoradas por los turistas nacionales e internacionales.

Con la realización de estudios mediante encuestas y entrevistas aplicadas al público objetivo de la comunidad de Zumbahua, se obtuvo datos importantes sobre la vestimenta autóctona de cómo fueron elaboradas y que textiles existieron para emplear en el mismo, además se recopiló información sobre la indumentaria actual que está en el mercado que son elaboradas con influencias de la moda de los mestizos.

Finalmente con el proyecto se pretende generar diseños más modernos sin perder la esencia de la vestimenta autóctona para las mujeres de 18 a 25 años de edad, que satisfaga con sus necesidades, incluyendo los elementos representativos de la comunidad, como son los colores, técnicas, textiles que brindan origen dentro de su elaboración sea de manera industrial o artesanal.

7.2 Recomendaciones

En cuanto a la ejecución de las entrevistas es importante realizar un buen dialogo con las usuarias, organizando y buscando la disposición del tiempo y la hora con el fin de acercarse con la comunidad utilizando preguntas abiertas no solo enfocadas en el tema de investigación.

Para la elaboración de las prendas de la colección es necesario considerar que se pueda adquirir todos los textiles, insumos y contar con artesanos que ayuden con tejidos en caso de aplicación de cintas o fajas tejidas para llevar a cabo el proyecto, con el fin de presentar productos de buena calidad que marquen la diferencia dentro de la competencia.

Es importante presentar propuestas vinculadas en sí con la comunidad indígena, con el objetivo de dar a conocer, valorar y rescatar la vestimenta propia de la cultura de la comunidad de Zumbahua, así preservar la identidad cultural, en el cual el proyecto en un futuro ayude crear el emprendimiento para las nuevas generaciones con productos innovadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado, C. (18 de Abril de 2021). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/agenda-semana-revolucion-moda-ecuador.html>

Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2016). *Sumario*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2021, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>

Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021>

Bastidas, S. (Julio de 2016). *Video-Reportaje: Vestimenta ancestral y moderna de la comunidad Panzaleo-Zumbahua*.

Benítez, L. (1988). *Cultura Ecuatoriana Ayer y Hoy*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=74g0YccqXLsC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Bourdieu, P. (1989). *El Poder simbólico*. Lisboa: Difel.

Cabral. (1997). *El papel de la cultura en la lucha por la independencia*. En *Arte Ideología y Sociedad*. 83. Recuperado el 12 de Diciembre de 2020, de <file:///C:/Users/pc/Downloads/13-46-2-PB%20.pdf>

Censo. (2001). *Base de datos del VI Censo de Población y V vivienda*. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2009/7015.pdf>

Censo de población y vivienda INEC CPV. (2010). En U. d. UP. Latacunga.

Chapman, A. (2004). Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45320229/AnalisisFODAyPEST-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637521746&Signature=BjGGHF00o2FI7JrdtLhLitDm1AJfpN93hGcMFgJn-w18QaKN-HPJ3lL60Lrsqe9IYaWw7RbMVSL9eaU8Pwx5IKtMAH1vfXvTisSAataosHGj500sJz~2q3WCe38gw2zoA1wHi7XE8b>

Constitución Política. (1998). Quito. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo15.pdf

Cusiyupanqui, C. (2018). *Control de Calidad*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/cusiyupanqui_cc/cap3.pdf

Cute. (11 de Mayo de 2021). *¿Industria textil en Ecuador?* Obtenido de <https://www.cute.ec/blogcute/industria-textil-ecuador/>

De Prati. (29 de Enero de 2019). *Ekos*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/acciones-responsables-de-prati>

E.G.Pellón. (2003). *Identidad Cultural Atropológica*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=181995>

Echeverría, B. (1998). *La modernidad de lo barroco*. En D.F. México: Era.

El Diario. (2017). *Panzaleos cambian su forma de vestir*. Manabí-Ecuador. Obtenido de <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/448520-panzaleos-cambian-su-forma-de-vestir/>

El Telégrafo. (12 de Diciembre de 2017). *Empresa Pública*. Obtenido de Plan estratégico: https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2016/mayo/plan_estrategico_2016-2017.pdf

El telégrafo. (21 de Noviembre de 2021). *Tweets*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/industria-moda-responsabilidad-social-etica>

El Universo. (13 de Noviembre de 2018). *Intercultural*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.eluniverso.com%2Fnoticias%2F2018%2F11%2F13%2Fnota%2F7047261%2Ftrajes-lana-alpaca-seda-se-exhibieron-pasarela-moda-indigena&psig=AOvVaw2A-nvQix7KdXgPceRipxec&ust=1637184458499000&source=images&cd=vfe&ve>

Enkador. (Junio7 de 2018). Obtenido de <https://www.enkador.com/blog/impacto-ambiental-de-las-empresas/>

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda una visión sociológica*. *Paidós*, 11-12. Recuperado el 12 de Diciembre de 2020, de https://www.academia.edu/9272209/6553449_joanne_entwistle_el_cuerpo_y_la_moda

EOB. (12 de Marzo de 2021). *Fashion, Luxury & Retail*. Obtenido de La industria de la moda en Ecuador: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-de-la-moda-en-ecuador-2/>

Etnias de la Sierra. (11 de Julio de 2015). *Ecuador Documents*. Obtenido de <https://fdocuments.ec/document/etnias-de-la-sierra.html>

FLACSO Ecuador. (2016). Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador. En *Laboratorio de interculturalidad*. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>

Gabriela Flores. (Noviembre 23 de 2021). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/slow-fashion-ropa-segunda-mano.html>

Giddens, A. (1979). Central Problems in Social Theory. En *Structure and contradiction in Social Analysis*. London: Mac Millan Press.

Indutexma. (Enero de 5 de 2021). Obtenido de <http://www.indutexma.com/empresa/>

INEC. (2011). Autoidentificación según cultura y costumbre en Zumbahua. En I. N. Censo.

INEC. (23 de Noviembre de 2020). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Cotopaxi/Fasciculo_Pujili.pdf

ISO 14000. (1997). Guía completa de las normas. En R. Clementes. Barcelona: Gestión 2000 S.A. Obtenido de https://fumigacionessanam.com.ar/pdf/ISO_14000-guia.pdf

Joanne, E. (2002). El cuerpo y la moda. Una visión sociológica. Barcelona, España: Paidós Ibérica.

Kiki. (6 de Agosto de 2020). *Lifestylekiki*. Obtenido de <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sustentable-ecuador/>

Kirei, L. (19 de Septiembre de 2019). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/lula-kirei-crecimiento-desfile-ny.html>

López, V. (31 de Enero de 2017). La importancia de rescatar la identidad cultural, ante un mundo globalizado. *MILENIO DIARIO*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2020, de <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/importancia-rescatar-identidad-cultural-mundo-globalizado>

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

Manzano, H. (Junio de 2016). *Los efectos de la hibridación de las tradiciones y fiestas culturales de Zumbahua*.

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

Medina, F. (2008). La moda, el sentido de vestir y la posmodernidad. Medellín , Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-LaModaElSentidoDelVestirYLaPosmodernidad-5204289.pdf>

MIPRO. (7 de Mayo de 2019). *Ministerio de Producción, comercio exterior*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/K001-IE-EIPI-OE1-PROD-MIPRO-Proyecto-de-Desarrollo-de-Cadenas-Productivas-1.pdf>

Molano, O. (2008). Identidad cultural un concepto ue evoluciona.

Monje, A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Colombia: Neiva. Obtenido de Programa de comunicación social y periodismo: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Mora, E. A. (2004). En C. Nacional (Ed.), *Ecuador, patria de todos*. Quito.

Mora, E. A. (2017). Ecuador patria de todos. En *Identidad nacional, interculturalidad e integración* (Quinta edición ed.). Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/Ayala%20E-Ecuador%20patria%20de%20todos.pdf>

Morin, E. (1993). Epistemología de la complejidad, en nuevos paradigmas, cultura y subjetividad. *Gazeta de Antropología*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2020, de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-01382006000100008&script=sci_arttext

MuchoMejor Ecuador. (14 de Octubre de 2021). *El sector textil y de confecciones y su importancia para Ecuador*. Obtenido de <https://www.muchomejorecuador.org.ec/el-sector-textil-y-de-confecciones-y-su-importancia-para-ecuador/>

OHSAS 18001. (30 de Noviembre de 2021). *Importancia de la aplicación de las normas OHSAS 18001 en el ámbito laboral*. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/464-Texto%20del%20art%C3%ADculo-879-1-10-20211001.pdf>

Pacheco, M. (26 de Abril de 2018). *REVISTA LÍDERES*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/veronicavasquez-ropa-cultura-ancestral-diseno.html>

Pallo, S. B.-A. (2016). Reportaje de la vestimenta ancestral y moderna de la comunidad Panzaleo, parroquia Zumbahua. 7-8. Recuperado el 13 de Diciembre de 2020, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13326/1/UPS-QT10464.pdf>

Pérez, I. C. (25 de Junio de 2018). *Valor patrimonial y turístico de la pintura de Tigua*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/02/pintura-tigua-ecuador.html>

Pesántez, R. (11 de Diciembre de 2018). *Diseño en Ecuador*. Obtenido de <https://www.haremoshistoria.net/noticias/suyana-moda-by-pao-pesantez-moda-cargada-de-identidad-cultural>

Porter, M. (1986). *Ventaja Competitiva*. México: C.E.C.S.A.

Porter, M. E. (2008). The five Competitive Forces That Shape Strategy. En *La Venta Competitiva*. Harvard: Business Review. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf

Primicias. (24 de Julio de 2021). *Redacción Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/pandemia-moda-textiles-ecuador/>

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

Rión, D. C. (6 de Febrero de 2021). *Fahrenheit Magazine*. Obtenido de <https://fahrenheitmagazine.com/blogs/blog-opinion/carmen-rion-pionera-diseno-moda-mexico>

Ruiz, O. (2007). Costumbres y tradiciones. En *Derecho a la identidad cultural de los pueblos y las minorías nacionales. Una mirada desde el sistema interamericano*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332007000100007

SENPLADES. (2009-2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf

Silva, M. (9 de Abril de 2018). *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ropa-urbana-disenos-precolombinos-intercultural.html>

Solís, L. (Diciembre de 2021). *Repositorio UTA*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32104/1/Solis%20Lissette.pdf>

Tapia, E. C. (2014). *Podio-Diseño-Arquitectura*. Obtenido de <http://www.podiumx.com/2014/04/toque-de-madurez-y-sofisticacion.html>

Terrazas, R. (2011). Planificación y programación de operaciones. En *Módulo maestría en dirección de operaciones*. Cochabamba: UNIVALLE.

Toapanta, C. &. (2013). En elaboración de un manual iformativo de una colección privada de cerámica Cosanga Píllaro o Panzaleo. Ecuador. Recuperado el 20 de Enero de 2021, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1897/1/T-UTC-1784.pdf>

Turner, T. (2002). Lo bello y lo común, desigualdades de valor y jerarquía rotativa. *Revista de Antropología social*, 203-220. Recuperado el 30 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/838/83801107.pdf>

Unidas, M. (2017). Ecuador.

Vacacela, N. (Septiembre de 2021). *Tesis*. Obtenido de Diseño de accesorios articulados a corpiños con aplicación de técnicas de tejido artesanal Saraguro: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33553/1/Vacacela%20Nina.pdf>

Valdez, E. T. (2 de Febrero de 2021). *Faro-Ecuador Decide*. Obtenido de <https://grupofaro.org/ecuador-decide-2021-2/ecuador-decide/>

Valladoli, M. (2012). *Textos sobre las vestimentas típicas*.

Vasilachis, I. (2006). Investigación cualitativa. En *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gredisa.

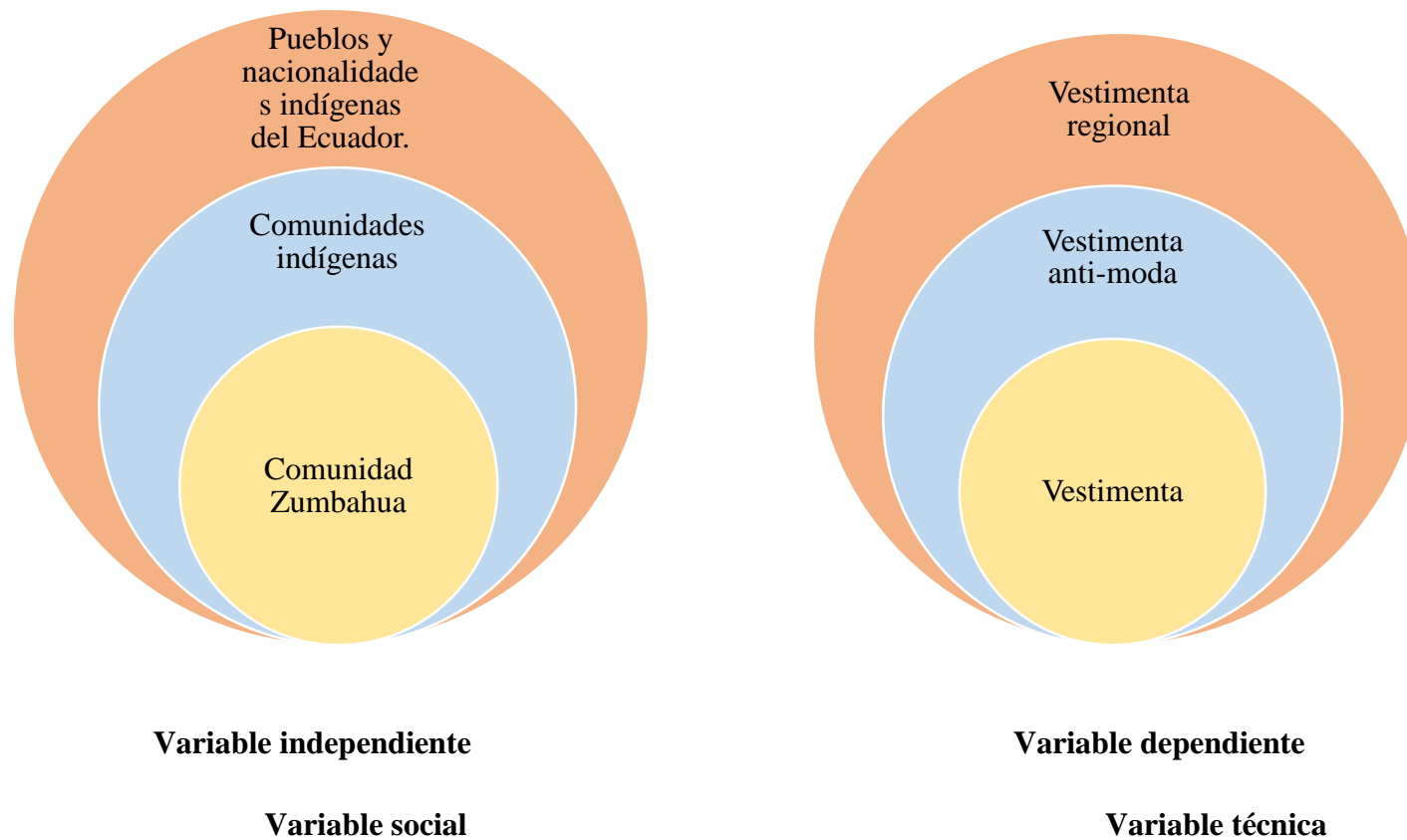
Viteri, C. (Octubre de 2018). *Colectivos Ciudadanos por la Educación*. Quito: Graphus.

WGSN. (2021). *Tendencias*. En M. W.-J. Worth. New York.

Zeas, S. (8 de Mayo de 2014). *Diseño en Ecuador*. Obtenido de <https://www.haremoshistoria.net/invitados/silvia-zeas-diseadora-textil-y-de-moda>

ANEXOS

Gráfico N°51: Redes conceptuales



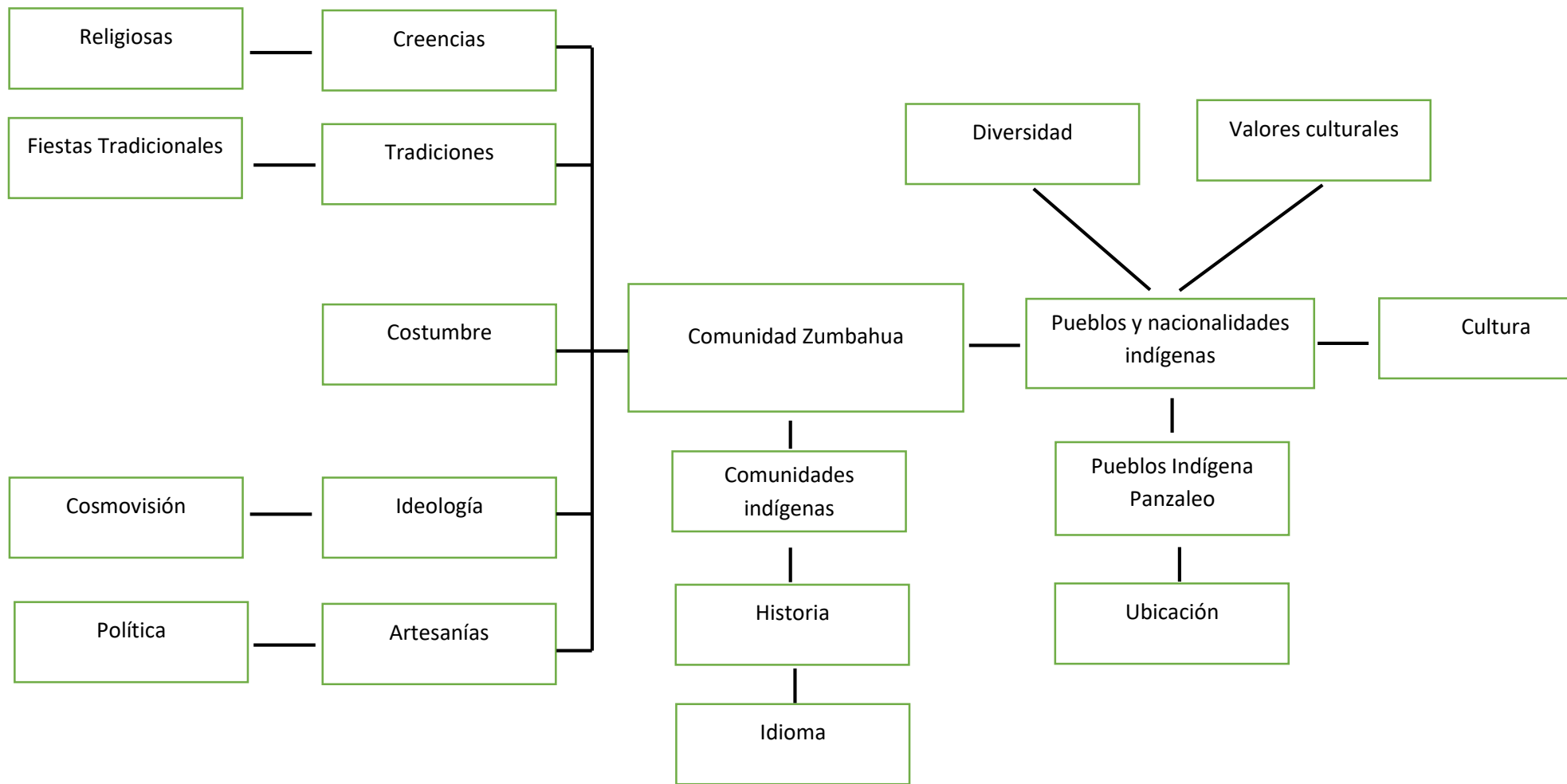


Gráfico N°52: Constelación de ideas Variable independiente

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

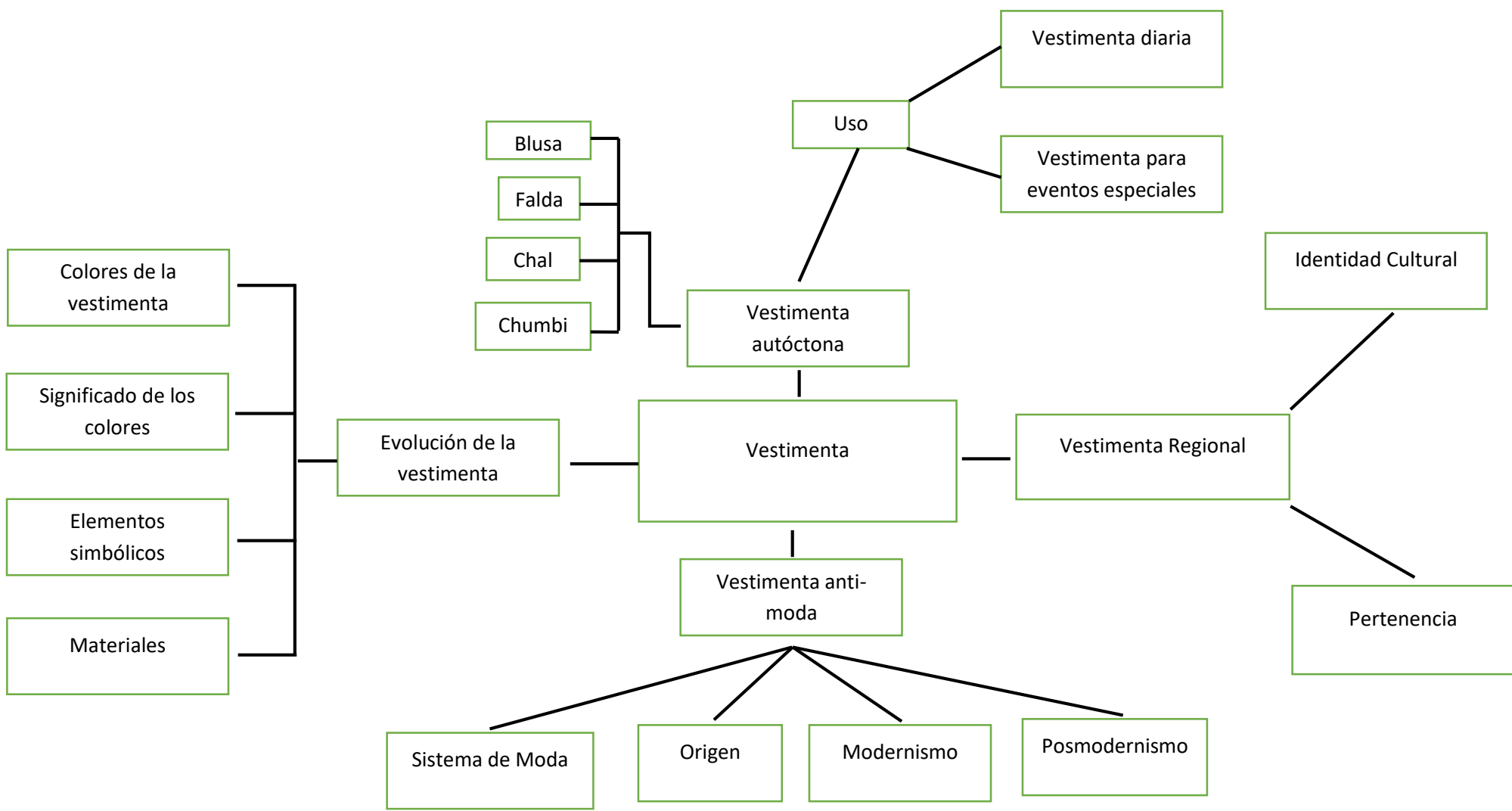


Gráfico N°53: Constelación de ideas Variable dependiente

Elaborado por: (Shelma Pilatasig)

Gráfico N°54: Entrevistas

