



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciada en
Diseño Textil e Indumentaria

**“Resignificación de los elementos identitarios de la Parroquia San
Antonio de Pichincha a través del desarrollo de productos
indumentarios”.**

Autora: Pacheco Miguez, Dayana Michelle

Tutor: Ubilluz Alban, Iraida Teresa

Ambato – Ecuador

Agosto, 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

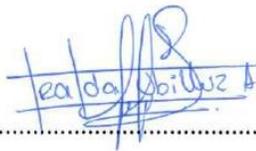
En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema:

“Resignificación de los elementos identitarios de la Parroquia de San Antonio de Pichincha a través del desarrollo de productos Indumentarios”

del/la alumna Pacheco Míguez Dayana Michelle, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, julio 2023

EL TUTOR



Mg. Iraida Teresa Ubilluz Alban

AUTORIA DEL TRABAJO

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Resignificación de los elementos identitarios de la Parroquia de San Antonio de Pichincha a través del desarrollo de productos Indumentarios**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, julio 2023

LAAUTORA



.....
Dayana Michelle Pacheco Miguez

DERECHOS DE AUTOR

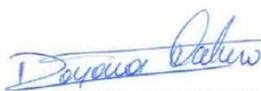
DERECHOS DE AUTOR

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, julio 2023

LA AUTORA



.....
Dayana Michelle Pacheco Miguez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **“Resignificación de los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha”** de Dayana Michelle Pacheco Míguez, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, agosto 2023

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios por ser la luz y guía durante este gran camino. Agradezco a mis padres que desde el inicio confiaron en mí y decidieron apoyarme dejándome ir tras mis sueños que estaban en otra ciudad, gracias por el apoyo moral y económico que nunca me ha faltado a lo largo de esta carrera.

Agradezco a mis hermanas, mi abuela y mi sobrina, que han sido mi impulso para seguir en el camino hasta llegar a la meta, su presencia en mi vida ha sido tan significativa y especial.

Agradezco a todos los miembros de mi familia que supieron aconsejarme y darme apoyo moral.

Agradezco a mis amigos y compañeros que han estado presente y han sabido brindarme de su tiempo.

Agradezco a mis Maestros, por su paciencia, sabiduría y enseñanza durante mi carrera universitaria, gracias por hacer que cada día nos apasione más esta bonita profesión.

Dayana Michelle Pacheco Miguez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	i
AUTORIA DEL TRABAJO	ii
DERECHOS DE AUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I	1
ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1. Nombre del proyecto.....	1
1.2. Antecedentes (Estado de arte).....	1

1.3.	Justificación	5
1.4.	Objetivos	6
1.4.1.	Objetivo general.	6
1.4.2.	Objetivos específicos.....	6
	CAPÍTULO II.....	7
	MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1.	Marco conceptual.....	7
2.1.1.	Elementos Identitarios.	7
2.1.2.	San Antonio de Pichincha.....	8
2.1.3.	Elementos identitarios de San Antonio de Pichincha.	10
2.1.4.	Monumento Mitad del Mundo.....	11
2.1.5.	Cerro Catequilla.....	19
2.1.6.	Pucara de Rumicucho.	23
2.1.7.	Fiesta de los Yumbos.....	25
2.1.8.	Diseño.....	26
2.1.9.	Diseño de indumentaria.	27
2.1.10.	Indumentaria Artesanal.....	28
2.1.11.	Diseño textil.....	29
2.1.12.	Técnicas artesanales.....	30
2.1.13.	Tejido.....	31
2.2.	Marcas referentes y/o aspiracionales	38
2.2.1.	Visionario.	42
	CAPÍTULO III.....	43
	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
3.1.	Análisis externo	43
3.1.1.	Análisis PEST.....	43
3.1.2.	Tendencias de consumo.....	48
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial.	50

3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia.	50
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial.	52
3.1.6.	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).	52
3.2.	Análisis interno	58
3.2.1.	Análisis de recursos propios y disponibles.	59
3.2.2.	Análisis Cadena de valor.	59
	CAPÍTULO IV	62
	MARCO METODOLÓGICO.....	62
4.1.	Estudio de público objetivo	62
4.1.1.	Modelo de entrevista	64
4.2.	Selección de la muestra.....	69
4.2.1.	Población y tipo de población	69
4.2.2.	Definición y argumentos de los criterios de la muestra.....	70
4.2.3.	Cálculo de la muestra.	71
4.2.4.	Definición y argumento del tipo de muestreo.	71
4.3.	Técnicas de estudio.....	73
4.3.1.	Cualitativas	73
4.4.	Elaboración e interpretación de los datos.	74
4.5.	Representación gráfica.....	131
	CAPÍTULO V.....	134
	TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION	134
5.1.	Cronograma de producción.....	134
5.2.	Control de calidad.....	136
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.	137
5.4.	Requerimientos de mano de obra.....	137
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente.....	138
	CAPÍTULO VI	139
	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	139

6.1.	Descripción del producto o servicio.	139
6.1.1.	Brain storming (lluvia de ideas).	140
6.2.	Perfil del cliente.	141
6.2.1.	Moodboard del perfil del cliente	142
6.3.	Identidad de marca.	144
6.4.	Uso de marca.	147
6.4.1.	Elementos inspiracionales	150
6.5.	Análisis de color de la propuesta	153
6.5.1.	Paleta de color de la propuesta.	153
6.6.	Concepto de la propuesta.	154
6.7.	Elementos del diseño	155
6.7.1.	Proporción y línea.	155
6.7.2.	Función	155
6.7.3.	Detalles	156
6.7.4.	Estilo.	156
6.7.5.	Estampados, bordados y acabados, terminados.	157
6.8.	Materiales e insumos.	157
6.9.	Sketch o bocetos	158
6.10.	Fichas técnicas.	165
6.11.	Ficha de detalle.	165
6.12.	Photobook.	171
6.13.	Costos de producción	176
6.13.1.	Costos fijos.	176
6.13.2.	Costos variables	177
6.13.3.	Costo total	177
6.13.4.	Costo unitario.	177
6.13.5.	Utilidad	177

6.13.6.	Costo total unitario.....	177
6.13.7.	Costo de venta.....	178
	CONCLUSIONES	178
	RECOMENDACIONES.....	180
	BIBLIOGRAFÍA	181
	ANEXOS	187

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación parroquia San Antonio de Pichincha.....	8
Figura 2. Primer monumento Mitad del Mundo.....	11
Figura 3. Vista hemisferio norte Monumento Mitad del Mundo.....	13
Figura 4. Vista hemisferio sur Monumento Mitad del Mundo.....	13
Figura 5. Vista hemisferio este Monumento Mitad del Mundo.....	14
Figura 6. Vista hemisferio oeste Monumento Mitad del Mundo.....	15
Figura 7. Esfera del Monumento Mitad del Mundo.....	16
Figura 8. Monumento Mitad del Mundo actual.....	17
Figura 9. Cerro Catequilla, Pichincha, Ecuador.....	19
Figura 10. Disco lítico de Catequilla.....	21
Figura 11. Pucará de Rumicucho.....	23
Figura 12. Fiesta de los Yumbos.....	25
Figura 13. Tejido en telar industrial.....	32
Figura 14. Dibujo plano tejido sarga.....	33
Figura 15. Dibujo plano tejido sarga.....	34
Figura 16. Dibujo plano tejido raso.....	35
Figura 17. Dibujo plano tejido rizo.....	37
Figura 18. Dibujo plano tejido rizo.....	38
Figura 19. Diseño marca Suyana Moda.....	39
Figura 20. Diseño marca Ramoncha.....	40
Figura 21. Jessica Velasco.....	41
Figura 22. Diseño de Lula Kirei.....	42
Figura 23. Representación gráfica de la información.....	104
Figura 24. Representación gráfica.....	116
Figura 25. Representación gráfica.....	132
Figura 26. Lluvia de ideas.....	140
Figura 27. Moodboard perfil de cliente.....	143
Figura 29. Visión principal.....	144

Figura 28. Manual de marca	144
Figura 30. Uso de la marca	145
Figura 31. Área de resguardo.....	145
Figura 33. Tipografía	146
Figura 32. Versión negativa.....	146
Figura 34. Mockup gorra	147
Figura 35. Mockups varios productos.....	147
Figura 37. Mockup papelería	148
Figura 36. Mockup marco.....	148
Figura 39. Mockup hoodie.....	149
Figura 38. Mockup marca.....	149
Figura 40. Moodboards inspiracionales.....	151
Figura 42. Ficha de generación de módulos y supermódulos 2.....	152
Figura 41. Ficha de generación de módulos y supermódulos 1	152
Figura 43. Ficha de generación de módulos y supermódulos 3	153
Figura 44. Paleta de color para la propuesta.....	154
Figura 45. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Cerro Catequilla	159
Figura 46. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Cerro Catequilla	159
Figura 47. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Pucará de Rumicucho	160
Figura 49. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo	161
Figura 48. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Pucará de Rumicucho	160
Figura 50. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo	161
Figura 51. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Cerro Catequilla.....	162
Figura 52. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Cerro Catequilla.....	162
Figura 53. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Pucara de Rumicucho	163
Figura 55. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo.....	164
Figura 54. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Pucara de Rumicucho	163

Figura 56. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo.....	164
Figura 57. Ficha de detalle 1: Cerro Catequilla.....	165
Figura 58. Ficha de detalle 2: Ruinas de Rumicucho	166
Figura 59. Ficha de detalle 3: Mitad del Mundo.....	167
Figura 60. Ficha técnica de diseño integral 1: Cerro Catequillá.....	168
Figura 61. Ficha técnica de diseño integral 2: Ruinas de Rumicucho	169
Figura 62. Ficha técnica de diseño integral 3: Mitad del Mundo	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis estratégico de la competencia	53
Tabla 2. Análisis FODA del estudio a la competencia	57
Tabla 3. Categoría de análisis de datos entrevista visitantes	74
Tabla 4. Categoría de análisis de datos entrevista vendedores	105
Tabla 5. Categoría de análisis de datos entrevista a Expertos	116
Tabla 6. Ficha de autopsia del producto N°1	123
Tabla 7. Ficha de autopsia del producto N°2	124
Tabla 8. Ficha de autopsia del producto N°3	125
Tabla 9. Ficha de autopsia del producto N°4	127
Tabla 10. Ficha de autopsia del producto N°5	128
Tabla 11. Ficha de autopsia del producto N°6	129
Tabla 12. Cronograma de producción.....	134
Tabla 13. Ficha de Cliente	141
Tabla 14. Costos de producción.....	176

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en la parroquia de San Antonio de Pichincha, en gran parte impulsado por la presencia del Monumento de la Mitad del Mundo, ha sido una fuerza significativa a nivel nacional e internacional. Sin embargo, la asociación predominante con el monumento ha eclipsado el propio nombre y otros atractivos culturales. A pesar de poseer una gran riqueza cultural, la falta de promoción adecuada ha dejado desapercibidos estos lugares entre los visitantes.

Dada la alta afluencia de turistas, las tiendas cercanas a los atractivos turísticos promueven activamente productos artesanales, incluyendo prendas de vestir, como memorias tangibles. Sin embargo, una observación detallada revela que muchos de los diseños textiles están influenciados por culturas extranjeras, resultado de una adaptación a lo largo de años en la industria de tejeduría.

Este proyecto tiene como objetivo resignificar los elementos identitarios de la Parroquia en el diseño de indumentaria, atrayendo el interés de los visitantes y fomentando la exploración de los atractivos menos conocidos. Además de resaltar la identidad de San Antonio de Pichincha, busca fomentar el sentido de arraigo cultural entre la comunidad local y brindar oportunidades económicas y turísticas, enriqueciendo la experiencia de los visitantes y promoviendo una apreciación genuina de la riqueza cultural de la parroquia.

PALABRAS CLAVES: San Antonio de Pichincha, elementos identitarios, productos indumentarios, falta de promoción.

ABSTRACT

The tourism in the San Antonio de Pichincha parish, largely driven by the presence of the Middle of the World Monument, has exerted a significant influence both nationally and internationally. However, the predominant association with the monument has overshadowed the parish's own name and other cultural attractions. Despite possessing a valuable heritage, inadequate promotion has rendered these places relatively unnoticed by visitors.

Given the substantial influx of tourists, shops situated near tourist attractions actively endorse artisanal products, including clothing, as tangible memorabilia. Nonetheless, a meticulous examination reveals that many textile designs are influenced by foreign cultures, reflecting an adaptation over the years within the weaving industry.

This project aims to reevaluate the parish's identity elements within apparel design, drawing the interest of visitors and fostering exploration of lesser-known attractions. In addition to accentuating San Antonio de Pichincha's identity, it seeks to instill a sense of cultural belonging among the local community and provide economic and touristic opportunities, thereby enriching the visitor experience and promoting a genuine appreciation of the parish's cultural richness.

KEYWORDS: San Antonio de Pichincha, identity elements, apparel products, lack of promotion.

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de revalorizar los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha a través de la concepción de productos indumentarios que actúen como herramientas de difusión del patrimonio cultural parroquial, surge este proyecto integrador, estructurado en seis capítulos.

Para identificar las deficiencias en los productos artesanales comercializados en la parroquia, se inició con una investigación de campo que involucró la interacción directa con comerciantes en las tiendas, donde estos señalaron las carencias presentes en el mercado artesanal, especialmente en relación con el diseño de textiles.

En el primer capítulo, se llevó a cabo un análisis de proyectos previos relacionados con el presente estudio, centrándose en aquellos que abordaban el patrimonio cultural de San Antonio de Pichincha y empleaban el diseño textil e indumentaria como medio de difusión de aspectos identitarios.

El segundo capítulo engloba un estudio en profundidad sobre los elementos más notables del patrimonio cultural tangible e intangible de San Antonio de Pichincha.

En el tercer capítulo, se efectuó un análisis tanto interno como externo para identificar los factores que potencialmente podrían impactar de manera positiva o negativa en el proyecto. A nivel externo, se examinaron los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos; a nivel interno, se evaluaron los recursos tangibles requeridos para la ejecución del proyecto.

El cuarto capítulo se concentró en un estudio dirigido al público beneficiario del proyecto. Mediante herramientas de recolección de datos, se obtuvo la información necesaria para fundamentar las hipótesis planteadas y respaldar la viabilidad del proyecto.

Dentro del quinto capítulo se estableció un cronograma detallado que traza los plazos y la secuencia temporal de todas las fases del proyecto.

Finalmente, el sexto capítulo expone el desarrollo de la propuesta, abordando en detalle tanto los aspectos creativos como técnicos que dieron forma al producto final.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Resignificación de los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha a través del desarrollo de productos indumentarios.

1.2. Antecedentes (Estado de arte)

El análisis de los antecedentes de este proyecto se ha basado en una revisión bibliográfica que se enfoca en dos aspectos fundamentales: proyectos que resaltan el conocimiento del patrimonio cultural de la Parroquia de San Antonio de Pichincha y proyectos que utilizan el diseño de indumentaria como una herramienta para difundir el patrimonio cultural nacional.

Dentro del presente estudio, se encontró que Jonathan Jair Guillén Flores, de la Universidad Central del Ecuador, presentó su proyecto de titulación en el año 2018, "Valor histórico de los sitios arqueológicos Rumicucho y Catequilla como parte de la identidad cultural de los estudiantes de la Unidad Educativa Mitad del Mundo", en dicho proyecto se destaca que la Parroquia de San Antonio de Pichincha posee una rica herencia cultural, la cual abarca expresiones transmitidas a través de acciones y objetos materiales. En cuanto al legado material de la parroquia, se resalta la importancia de la herencia arquitectónica presente en el Cerro Sagrado de Catequilla y el Pucará de Rumicucho, los cuales representan de manera destacada el patrimonio cultural y son evidencia de la sabiduría ancestral en la zona equinoccial. Mediante su investigación afirmó que los estudiantes de la Unidad Educativa Mitad del Mundo tienen un conocimiento deficiente respecto al significado de la zona equinoccial, así como los solsticios y equinoccios manifestados en la parroquia; por tanto, se

evidencia que el colectivo estudiantil debido a su desinformación le da poca importancia a las facultades geográficas y astronómicas presentes en Rumicucho y Catequilla. (Guillén Flores, J. J. 2018).

En base a los hallazgos, es evidente que la población estudiantil de la parroquia muestra una carencia significativa de conocimientos esenciales acerca de su propio patrimonio cultural. Esta deficiencia puede ser generalizada entre los residentes y pobladores de la localidad.

María Gabriela Padrón Bustamante, estudiante de la Universidad del Azuay, presentó su proyecto de graduación titulado "Aportes del Diseño Textil e Indumentaria para la Difusión de la Identidad Cultural en la Ciudad de Cuenca" en 2021. En su proyecto, propuso el uso de la vestimenta como una herramienta para la difusión cultural, basándose en estudios previos que han demostrado el potencial de la indumentaria para interactuar constantemente con los usuarios y su entorno.

La propuesta consistió en fusionar técnicas textiles con elementos ilustrados, con el objetivo de crear una experiencia de reconocimiento cultural a través de texturas táctiles y visuales. El proyecto se enfocó en el valor del trabajo artesanal, combinando habilidades manuales tradicionales con las nuevas tecnologías disponibles en el mercado textil. De esta manera, buscó retribuir a la cultura y promover la preservación de la identidad cultural a través del diseño y la indumentaria.

La investigación ha brindado un aporte significativo a la cultura cuencana y ha introducido una perspectiva novedosa que contrasta con las visiones convencionales de la moda. Por otra parte, se ha abordado la potencial amalgama de disciplinas creativas, específicamente la ilustración y el diseño de modas, logrando la materialización de productos exclusivos que ostentan una identidad cultural vigente y en consonancia con las tendencias actuales. (Padrón Bustamante, M. G. 2021).

Este proyecto ilustra cómo la intersección entre la indumentaria, la cultura y la creatividad puede ser un medio eficaz para promover y preservar la identidad cultural en el contexto de una ciudad específica.

En el año 2022, Estefany Graciela Farinango Tipanluisa de la Universidad Técnica de Ambato presentó su proyecto de titulación: “Aplicación de la técnica del bordado de la comunidad Zuleta en prendas de indumentaria, para fortalecer y difundir la identidad del pueblo Karanqui”. Este proyecto se centró en la creación de prendas superiores femeninas con un enfoque contemporáneo, que fusiona los valores culturales arraigados en la tradición del bordado de la comunidad de Zuleta. El objetivo central de esta iniciativa fue divulgar la identidad de la comunidad indígena Karanqui a través de un enfoque creativo, generando un mensaje informativo para la difusión cultural. Mediante un análisis, se adquirieron los elementos simbólicos y estéticos del bordado propio de Zuleta, y en base a esta información, se idearon prendas vanguardistas en términos de diseño, materiales y recursos textiles.

El proyecto de investigación ha demostrado que la incorporación del diseño en prendas con bordados artesanales de la comunidad de Zuleta ha permitido innovar y crear alternativas textiles en respuesta a sugerencias de consumidores y artesanos. Estas propuestas respetan la esencia del bordado simbólico del pueblo Karanqui, reviviendo símbolos y conocimientos ancestrales a través de la fusión interdisciplinaria entre lo artesanal y el diseño. La colaboración con las comunidades indígenas ha sido fundamental en este proceso. (Farinango Tipanluisa, E. G. 2022).

El proyecto ha logrado integrar al diseño de indumentaria y las tradiciones culturales, generando un impacto positivo en términos de innovación, respeto cultural y participación comunitaria.

En el año 2020, Karen Cajilima y Karla Matute de la Universidad del Azuay presentaron su proyecto de titulación: "Diseño de indumentaria a partir del registro

de los procesos creativos y uso de elementos identitarios en el etno-diseño de indumentaria ecuatoriano". En su proyecto, señalan que en Ecuador hay cada vez más diseñadores de moda que se están sumando al movimiento de etno-diseño, el cual busca incorporar la identidad cultural en la vestimenta a través de técnicas artesanales, la reinterpretación de íconos y símbolos, y otras manifestaciones culturales. Este movimiento está ganando popularidad entre los diseñadores que desean mostrar la herencia cultural de su país en sus creaciones.

En el desarrollo del proyecto, se crearon dos propuestas de colecciones que se enfocaban en la integración hábil de expresiones culturales y elementos identitarios en el ámbito del etno-diseño. La esencia principal del proyecto radicaba en contextualizar el valor cultural subyacente en el etno-diseño, además de recuperar la noción de interculturalidad en la elaboración de prendas autóctonas de Ecuador, manteniendo en consideración los fundamentos en los que se cimentaron. Adicionalmente, se tomó como referencia los enfoques creativos previamente presentados por otros diseñadores en la industria textil y de indumentaria para la elaboración de las dos colecciones, incorporando elementos culturales y símbolos identitarios que los representaban.

Como producto del proyecto, se concluye que, mediante la implementación del enfoque creativo propuesto, se establecieron estrategias de investigación y análisis con el propósito de crear etno-diseño. Estas estrategias fueron concebidas como una base de orientación y una fuente informativa fundamental para la elaboración de futuros trabajos investigativos dirigidos a jóvenes profesionales en el ámbito del diseño textil y de moda en Ecuador. (Cajilima Malan, K. I., & Matute Genovez, K. V. 2020).

Mediante el proyecto, es posible comprender que la implementación del enfoque creativo resultó en la formulación de estrategias de investigación y análisis orientadas al etno-diseño, con el propósito de integrar la identidad cultural en el ámbito de la moda.

1.3. Justificación

La parroquia de San Antonio de Pichincha se distingue por su alta afluencia de visitantes, en gran medida debido a la presencia del Monumento de la Mitad del Mundo, lo cual ha tenido un impacto significativo en el turismo tanto nacional como internacional. No obstante, es común que las personas identifiquen a la parroquia más por su vínculo con el monumento que por su propio nombre. Además del monumento, la parroquia cuenta con otros atractivos turísticos que son representativos de su valioso patrimonio cultural. Sin embargo, debido a la falta de promoción adecuada, estos lugares pasan desapercibidos para los turistas que visitan la parroquia.

Por la presencia de un elevado flujo de turistas en la parroquia, se lleva a cabo una promoción activa de productos artesanales en las tiendas ubicadas junto a los atractivos turísticos de la zona. Estas tiendas exhiben una amplia gama de productos artesanales, incluyendo a la vestimenta, que es adquirida en gran medida por los visitantes como un recuerdo tangible de su visita al lugar. Luego de haber desarrollado un proceso de observación de los productos artesanales indumentarios que se comercializan en la comunidad, se pudo analizar que los diseños presentes en los textiles provienen de culturas extranjeras, esto se debe a que dentro de las industrias de tejeduría se han adaptado de tal manera que se han integrado como parte de la identidad local durante muchos años de comercialización con esos motivos decorativos en sus tejidos.

Por lo tanto, el propósito de este proyecto es dar a conocer que en la parroquia existen elementos propios que pueden ser incorporados en el diseño de estas prendas que son altamente valoradas y demandadas por los turistas. El objetivo principal es que estas prendas reflejen los elementos autóctonos de la localidad. Se busca despertar el interés de los visitantes hacia la parroquia y motivarlos a explorar los demás atractivos turísticos que ofrece, a través de propuestas que incorporen elementos propios del lugar en el diseño de las prendas.

Este proyecto no solo busca rescatar y valorar los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha, sino que también aspira a promover su cultura a través de productos de vestimenta significativos. Al hacerlo, se fortalece el sentido de pertenencia y orgullo cultural entre los habitantes locales, mientras se abre camino hacia el desarrollo económico y turístico, beneficiando tanto a la comunidad como a los visitantes interesados en conocer y experimentar la autenticidad cultural de la parroquia.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general.

Resignificar los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha para su fortalecimiento y difusión a través del desarrollo de indumentaria artesanal.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar los elementos identitarios de la Parroquia de San Antonio de Pichincha para la delimitación de los elementos más representativos de la localidad, a través de entrevistas a gestores culturales y guías turísticos.
- Analizar al mercado artesanal de la Parroquia de San Antonio de Pichincha para la determinación del producto que presenta mayor demanda, mediante las sugerencias de los visitantes, criterios de vendedores y análisis de los productos indumentarios artesanales que se promocionan en la localidad.
- Ofrecer nuevas propuestas de diseño a las industrias fabricantes de productos artesanales que se comercializan en San Antonio de Pichincha para promover la difusión de la identidad cultural de la Parroquia.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco conceptual

Variable Social

2.1.1. Elementos Identitarios.

Los elementos identitarios se refieren a aquellos aspectos o características que conforman la identidad de una persona, grupo o comunidad. Estos elementos pueden ser diversos y abarcar diferentes ámbitos, como la cultura, la historia, las tradiciones, la lengua, la religión, la geografía, entre otros. Los elementos identitarios son fundamentales para definir la pertenencia y la autopercepción de un individuo o colectivo, así como para establecer vínculos y diferencias con otros. (Sobczyk et al., 2020)

Cultural: Incluye las expresiones artísticas, la música, la danza, la gastronomía, las creencias y los valores compartidos por una comunidad. Estos elementos reflejan la forma de vida, los saberes y las costumbres propias de un grupo cultural específico.

Histórico: Se refiere a la historia y el legado histórico de una comunidad. Incluye eventos significativos, figuras históricas, conmemoraciones y símbolos que representan la identidad colectiva.

Lingüístico: El idioma o dialecto que se habla en una determinada región o comunidad es un elemento identitario fundamental. El idioma no solo es una herramienta de comunicación, sino que también refleja la cultura y la identidad de quienes lo hablan.

Geográfico: La geografía y el entorno natural de un lugar pueden tener un impacto significativo en la identidad de una comunidad. La relación con el paisaje, el clima,

los recursos naturales y las actividades económicas características de una región pueden moldear la identidad de sus habitantes.

Religioso: Las creencias y prácticas religiosas son elementos identitarios importantes para muchas personas y comunidades. La religión puede influir en los valores, las tradiciones y los rituales que se transmiten de generación en generación.

2.1.2. San Antonio de Pichincha.



Figura 1. Ubicación parroquia San Antonio de Pichincha.

Fuente: PDOT – Parroquia San Antonio de Pichincha

San Antonio de Pichincha se encuentra a 21 kilómetros al norte de Quito, en la provincia de Pichincha. Tiene una altitud promedio de 2.439 metros sobre el nivel del

mar y abarca una superficie de 116,26 kilómetros cuadrados. Con una población aproximada de 60.000 habitantes. Sus límites geográficos son los siguientes: al norte limita con la Parroquia de San José de Minas, al sur con las parroquias de Pomasqui y Calderón, al este con la parroquia de Puéllaro y el Cantón Pedro Moncayo, y al oeste con la parroquia de Calacalí. La temperatura media en la zona es de 18°C, con variaciones desde el frío durante la noche y al amanecer hasta el intenso calor del mediodía. (GADSAP, 2020)

San Antonio de Pichincha está conectado con la ciudad de Quito a través de la Autopista Manuel Córdova Galarza, que a su vez se enlaza con las Avenidas Occidental y Panamericana Norte, principales vías de acceso a la capital y al resto del país. Esta área se destaca por su diversidad geográfica, sociocultural, ecológica y turística, lo que la hace única y especial. (GADSAP, 2020)

La Parroquia de San Antonio de Pichincha tiene sus orígenes en la época de gobierno de los Quitus, después del imperio incaico, desde Túpac Yupanqui hasta Atahualpa. Durante ese tiempo, se construyeron fortalezas militares estratégicas en la zona para proteger el Reino de Quito, así como centros ceremoniales dedicados al culto solar. Estas edificaciones han dejado un legado cultural, arquitectónico, escultural y astronómico que ha perdurado hasta hoy en día.

Según las primeras actas de bautizo que registran el nombre de la comunidad de San Antonio de Pichincha, se establece que fue fundada alrededor del final del siglo XVII o principios del siglo XVIII, específicamente en el año 1705 (Almeida, 1993). En sus inicios, la localidad se conocía como San Antonio de Pichincha de Lulumbamba que significa "llanura de frutas maduras", y conservó este nombre hasta el año 1901, cuando se adoptó el nombre de San Antonio de Pomasqui. Sin embargo, a solicitud de los habitantes, la parroquia finalmente adoptó el nombre de San Antonio de Pichincha, denominación que se mantiene hasta el día de hoy. La parroquialización oficial tuvo lugar durante el gobierno de Leonidas Plaza (BACA CABRERA, 2012, pág. 30).

La Parroquia San Antonio de Pichincha es considerada uno de los destinos turísticos, científicos y culturales más importantes y visitados de Ecuador. La zona alberga sitios arqueológicos destacados de la ciudad, los cuales representan una rica herencia cultural derivada de la historia de las civilizaciones que ocuparon la región.

2.1.3. Elementos identitarios de San Antonio de Pichincha.

La parroquia de San Antonio de Pichincha, además de su valor cultural como la parroquia de la mitad del mundo, también es reconocida por su destacada herencia histórica y su conexión con las sociedades predecesoras que habitaron la región. Estas sociedades aborígenes poseían un profundo conocimiento de su entorno natural, así como de técnicas agrícolas, arquitectónicas y astronómicas que han dejado un legado significativo en la historia del Ecuador.

Las evidencias materiales e inmateriales encontradas en San Antonio de Pichincha brindan la oportunidad de estudiar y comprender las prácticas culturales de estas sociedades ancestrales. A través de yacimientos arqueológicos, artefactos, cerámicas, pinturas rupestres y otros vestigios, es posible reconstruir parte de su forma de vida, sus creencias y su relación con el entorno natural.

A lo largo de los siglos, las prácticas culturales de San Antonio de Pichincha han evolucionado y se han adaptado a nuevos contextos, pero aún se conservan como valiosos símbolos de identidad para sus habitantes. Estas tradiciones y manifestaciones culturales, transmitidas de generación en generación, fortalecen el sentido de pertenencia y continuidad histórica de la comunidad.

San Antonio de Pichincha se ha convertido en un lugar de interés tanto para investigadores y académicos como para turistas, que buscan conocer y apreciar la riqueza cultural e histórica que esta parroquia encierra. La preservación y promoción de estos elementos identitarios no solo contribuyen al enriquecimiento cultural de la

comunidad local, sino que también impulsan el turismo cultural y generan un mayor conocimiento y aprecio por la diversidad cultural del país.

A través de las opiniones y vivencias compartidas por los moradores y habitantes de la parroquia, se han identificado y concluido una serie de elementos que constituyen su identidad distintiva. Estos elementos identitarios, enraizados en la historia y la tradición de la comunidad, han sido reconocidos como fundamentales para definir su singularidad y sentido de pertenencia.

2.1.4. Monumento Mitad del Mundo.

Primer monumento Mitad del Mundo



Figura 2. Primer monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

En 1736, llegó al país la primera Misión Geodésica, cuyo objetivo era medir un segmento de meridiano para verificar la forma de la Tierra. Esta misión contó con la participación de científicos franceses como Bouguer, Godín y La Condamine, junto a los marinos españoles Jorge Juan y Antonio de Ulloa, destacados navegantes. Durante su estancia en tierras ecuatorianas, se unió al grupo el científico ecuatoriano Pedro Vicente Maldonado, aportando sus conocimientos en geografía y geodesia, lo que aseguró el éxito de la misión. Además de los importantes avances científicos logrados por la Primera Misión Geodésica, que en ese entonces se consideraba la empresa más grande jamás emprendida, también se produjeron otros impactos directos en el país, como la adopción del nombre "Ecuador" para referirse a nuestro territorio y estudios que divulgaron aspectos sociales, culturales y antropológicos. Fue durante esta expedición que los sabios franceses sentaron las bases del sistema métrico universal. En 1836, el geógrafo ecuatoriano Luis Tufiño encontró las señales dejadas por el primer grupo de científicos. Este monumento histórico, con una altura de 10 metros, permaneció en ese lugar durante 43 años hasta 1979, cuando fue trasladado a la localidad de Calacalí, ubicada a 7 km al oeste, por donde también atraviesa la Línea Ecuatorial. (*Historia - Mitad Del Mundo*, n.d.).

Este monumento, conocido como el Monumento Ecuatorial, tiene una forma piramidal-cuadrangular con cuatro monolitos en las esquinas que representan los cuatro puntos cardinales. Se encuentra en la Línea Ecuatorial, con una latitud de cero grados, cero minutos y cero segundos. Esta línea atraviesa varios países y continentes, pero solo hay uno que lleva su nombre, Ecuador. suya "La República del Ecuador". Noticias (2020)

Este juego de forma piramidal-cuadrangular tiene una apariencia geométrica similar al anterior, con sus cuatro monolitos en las esquinas y sus lados orientados hacia los cuatro puntos cardinales.

En el hemisferio norte, se encuentra una placa conmemorativa dedicada a Pedro Vicente Maldonado, quien colaboró seguramente con la Misión Geodésica en el año

1736. Se observa un grabado que representa una cuarta parte del círculo utilizado por la Misión Geodésica del siglo XVIII.



Figura 3. Vista hemisferio norte Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

En el hemisferio sur, se encuentra una placa en reconocimiento al Gobierno de Ecuador por el trabajo científico de la Misión Geodésica de Francia, con un grabado del escudo de Ecuador



Figura 4. Vista hemisferio sur Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

En el hemisferio este, se encuentra una placa donde mencionan a Luis Godin, Carlos M. de la Condamine y Pedro Bouguer, sabios de Francia, quienes llevaron a cabo mediciones del arco del meridiano ecuatorial entre los años 1736 y 1744. A partir de estas mediciones, pudieron deducir la forma de la Tierra.



Figura 5. Vista hemisferio este Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

En el hemisferio occidental, hay una placa dedicada a dos distinguidos españoles que contribuyeron al trabajo científico de Francia, donde se graba el escudo de España.



Figura 6. Vista hemisferio oeste Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

En la parte superior de la pirámide, se destaca una esfera metálica que representa la Tierra, con sus cinco continentes y mares en relieve. Esta esfera está rodeada por una cinta metálica que indica la Línea Ecuatorial, dividiendo la esfera exactamente en dos mitades. La orientación del globo metálico corresponde a la posición real de la Tierra, es decir, el eje menor de los polos es paralelo al eje de rotación real de la Tierra.



Figura 7. Esfera del Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Dayana Pacheco 2023

Actual Monumento Mitad del Mundo



Figura 8. Monumento Mitad del Mundo actual

Fuente: Dayana Pacheco 2023

El Monumento a la Mitad del Mundo es un emblemático atractivo turístico ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, al norte de la ciudad de Quito, Ecuador. Este monumento conmemora la ubicación geográfica del Ecuador terrestre, que divide el hemisferio norte y el hemisferio sur.

El monumento fue construido en 1979 como parte de un proyecto liderado por el Instituto Geográfico Militar de Ecuador para marcar el punto exacto donde la línea ecuatorial atraviesa el país. Fue diseñado por el arquitecto ecuatoriano Oswaldo

Guayasamín y consta de una gran estructura trapezoidal de hormigón armado revestida de placas de aluminio. En la parte superior del monumento se encuentra una gran esfera que representa la Tierra y está coronada por una estatua de un hombre indígena que simboliza la diversidad étnica del país. (Noticias, 2020)

El sitio donde se encuentra el Monumento a la Mitad del Mundo se ha convertido en un importante atractivo turístico y cultural. Además del monumento en sí, el complejo cuenta con un museo etnográfico, donde los visitantes pueden aprender sobre la diversidad cultural y étnica de Ecuador, así como experimentar fenómenos físicos y geográficos únicos que ocurren en la línea ecuatorial. (2020)

Sin embargo, es importante mencionar que, aunque el Monumento a la Mitad del Mundo es un lugar popularmente visitado y asociado con la ubicación del Ecuador terrestre, investigaciones científicas más precisas han determinado que el punto exacto de la línea ecuatorial se encuentra a unos 240 metros al norte del monumento. Esto se debe a un error de cálculo realizado durante la construcción del monumento en la década de 1970. A pesar de esto, el Monumento a la Mitad del Mundo sigue siendo un símbolo icónico y representa un punto de referencia cultural y turístico en Ecuador. (2020)

2.1.5. Cerro Catequilla.



Figura 9. Cerro Catequilla, Pichincha, Ecuador.

Fuente: Dayana Pacheco 2023

El cerro de Catequilla, ubicado a 2638 metros sobre el nivel del mar, se encuentra en el lado oriente de la parroquia de San Antonio. Forma parte de una pequeña cadena montañosa que incluye los cerros Jarata y Pacpo al sur, y el cerro La Providencia al norte. La ubicación de Catequilla es especialmente privilegiada, ya que ofrece una vista panorámica de 360 grados que abarca numerosos pueblos en todas las direcciones. Esto se debe a su posición central entre la cordillera oriental y occidental, permitiendo una visión holística de los alrededores. En cuanto a su geografía, Catequilla se caracteriza por ser un domo o cerro fracturado y en proceso de erosión. Limita al oeste con el río Monjas, que fluye en dirección sur-norte, y al este se extiende una hacienda llamada Vindobona, que se extiende hasta el río

Guayllabamba. Según Almeida (2001), el cerro de Catequilla tiene una altitud de 2638 metros sobre el nivel del mar y sus coordenadas son 0° 0' 00", y desde una perspectiva geográfica, Catequilla se caracteriza por recibir bajos niveles de precipitación, con menos de 500 mm anuales. Además, su vegetación se adapta a las condiciones xerofíticas, y los suelos presentan un origen volcánico compuesto principalmente por arenas, lapilli y rocas.

Catequilla se destaca como un importante sitio arqueológico donde convergen y se entrelazan los conocimientos ancestrales y las prácticas culturales propias de los pueblos aborígenes que se establecieron en los alrededores de la actual ciudad de Quito. Este lugar es reconocido por albergar una gran sabiduría astronómica desarrollada por aquellos antiguos habitantes que lograron precisar con una asombrosa exactitud el punto medio del mundo.

El nombre "Catequilla" tiene un significado etimológico relevante, ya que se deriva de "Kati Killa", que se traduce como "el que sigue a la Luna". Esta denominación resalta la importancia que se le otorgaba a la Luna en las creencias y prácticas de esos pueblos indígenas. No obstante, existen otras interpretaciones respecto al origen del nombre. Costales (1996) menciona que podría tener relación con el dios CATEQUIL, una deidad venerada en la región, quien representaba la fertilidad y la fecundación. Era considerado como el más temido y honrado en el antiguo Perú, siendo objeto de adoración y reverencia desde Quito hasta el Cuzco. Su presencia imponía respeto y temor entre los indígenas.

Disco lítico de Catequilla



Figura 10. Disco lítico de Catequilla.

Fuente: (colaboradores de Wikipedia, 2020)

Un elemento distintivo de Catequilla es la construcción situada en el sector noreste del sitio, conocida como disco lítico o plataforma circular. Esta estructura, de aproximadamente 8 metros de diámetro, ha sido construida principalmente con piedra extraída de las canteras cercanas. Se caracteriza por contar con tres líneas de piedras: dos trazadas de forma diametral y una trazada en dirección radial. Inicialmente, se creía que este disco lítico tenía una función relacionada con la trilla de trigo y otros cereales. Sin embargo, se ha descubierto que este disco está conectado con otros 13 discos que rodean la zona de Catequilla. Entre estos discos, se han identificado 27 alineamientos astronómicos y geodésicos de gran importancia, así como representaciones de constelaciones celestiales. Según señala Cobo (2017), la funcionalidad precisa de estos sitios aún no ha sido completamente desvelada. Sin

embargo, las evidencias astronómicas presentes en los discos líticos son muy claras y apuntan a un uso cosmológico y una conciencia astronómica en el pasado. Estas plataformas podrían haber sido empleadas para propósitos ceremoniales, rituales o incluso como observatorios astronómicos, revelando la profunda conexión de los antiguos habitantes de Catequilla con el cosmos y su sabiduría en la interpretación de los fenómenos celestes.

En definitiva, el disco lítico de Catequilla constituye una pieza arqueológica de gran importancia que testimonia la sofisticación y el conocimiento astronómico de los antiguos pueblos asentados en la región. Su relación con otros discos y alineamientos astronómicos revela la importancia cultural y simbólica de este sitio, así como su relevancia en el contexto histórico y arqueológico de la zona.

Los pueblos indígenas de la región tenían un entendimiento preciso de los movimientos celestiales y su influencia en los ciclos de siembra y cosecha. El Cerro Catequilla, al estar situado en la Mitad del Mundo, representa de manera viva ese conocimiento ancestral y la estrecha conexión que los antiguos habitantes tenían con el entorno natural y celeste.

Para los visitantes, explorar el Cerro Catequilla implica sumergirse en un lugar cargado de significado histórico y cultural. Además de disfrutar de la belleza natural de la zona, los turistas tienen la oportunidad de conocer y apreciar la sabiduría ancestral de los pueblos indígenas, quienes supieron aprovechar y aplicar de manera práctica los conocimientos astronómicos en su vida cotidiana.

El Cerro Catequilla representa un vínculo único entre el pasado y el presente, entre la sabiduría ancestral y el turismo contemporáneo. Es un lugar que invita a los visitantes a sumergirse en la riqueza cultural y natural de la región, al tiempo que se maravillan con su ubicación exacta en el Ecuador geográfico y la trascendencia de los conocimientos astronómicos de los antiguos pueblos andinos.

2.1.6. Pucara de Rumicucho.



Figura 11. Pucará de Rumicucho

Fuente: Dayana Pacheco 2023

El sitio arqueológico de Rumicucho se sitúa en una destacada elevación natural que se alza por encima de una amplia llanura, y está delimitado en su parte oriental por la profunda y abrupta quebrada del Río Monjas. Su denominación proviene de la hacienda Rumicucho, que ha desaparecido y solía ser propietaria de este territorio. Se encuentra ubicado a 5 km al noreste de la localidad de San Antonio de Pichincha (Schuller, 2006, pág. 32).

El entorno geográfico que rodea a Rumicucho se ve influenciado por la presencia del poblado del mismo nombre, el cual ha generado modificaciones en las condiciones actuales del sitio arqueológico. Destaca un paisaje caracterizado por un clima cálido y seco, especialmente durante la temporada de verano, aunque también

se presentan lluvias ocasionales durante el invierno, lo cual contribuye mínimamente a la producción agrícola en el área. Además, debido a su ubicación en una colina de 600 metros de longitud y 150 metros de anchura, Rumicucho está expuesto de manera constante a fuertes vientos y la presencia de nubes de polvo en el ambiente. Según Dinora (2008, pág. 46), la altitud de Rumicucho alcanza los 2419 metros sobre el nivel del mar, y la temperatura promedio es de 18 grados centígrados. El clima predominante se cataloga como cálido, seco y templado, con una precipitación media anual que oscila entre los 250 mm y 500 mm, lo que define la zona de vida como una estepa espinosa montano bajo.

Debido a las particulares condiciones geográficas, culturales y arquitectónicas presentes en el sitio, se puede deducir que Rumicucho desempeñó un papel fundamental como parte de una extensa cadena de Pucarás característicos en la zona. Este fenómeno se originó a raíz de la ocupación Inca, que se inició a finales del siglo XV. El término "pucará" era ampliamente utilizado en el lenguaje de las culturas andinas, y para los incas tenía un significado específico: fortaleza o castillo. Tradicionalmente, esta denominación se ha empleado para hacer referencia a las ruinas de antiguas construcciones que adoptan la forma de círculos concéntricos de muros y fosos (Fresco D. A., 2000).

En el caso concreto de Rumicucho, el sitio no solo cumplía una función militar como fortaleza, sino que también se han descubierto vestigios que evidencian la existencia de un asentamiento religioso, ceremonial y de convivencia en dicha área. Además, las terrazas encontradas en el lugar son una prueba tangible de que su utilidad trascendía más allá de su propósito bélico inicial.

Rumi, que significa "piedra" en quechua, y Cucho, que se traduce como "rincón", se combinan en el nombre "Rumicucho" para darle sentido a la construcción. De esta manera, el sitio se erige como una de las huellas arquitectónicas más significativas que los incas edificaron con el fin de mantener su influencia sobre la sierra norte y controlar el tráfico hacia el territorio Quiteño. "Rumicucho forma parte de una cadena

de “pucaracuna” o fortalezas levantadas sobre los cerros o colinas naturales, desde donde estratégicamente los cuzqueños ejercieron su hegemonía administrativa, militar y religiosa” Ministerio de Turismo (2014).

2.1.7. Fiesta de los Yumbos.



Figura 12. Fiesta de los Yumbos

Fuente: Pablo Guerrero. San Antonio, Mitad del Mundo, Pichincha, 30 Noviembre 2014

La palabra "Yumbo" tiene su origen en el idioma quichua y significa "brujo". Se utilizaba el término "Yumbos" para referirse, por un lado, a los indios quichuas del Napo que viajaban a las ciudades de la sierra para vender sus productos, y, por otro lado, se conocía como "yumbos" a aquellos que se establecieron en los territorios de la montaña noroccidental de los Andes Septentrionales (Almeida, 1993, pág. 9). Debido a que el comercio era su principal fuente de ingresos, Almeida Reyes (1993) menciona algunos de los productos y rutas de comercio más relevantes:

Las rutas de comercio más importantes para los yumbos y mindalaes eran Aloág, ubicada a 3000 metros sobre el nivel del mar, y Calacalí, a 2500 metros sobre el nivel

del mar. Durante la época prehispánica, se transportaban productos como sal, ají, algodón, posiblemente coca, además de otros de carácter más simbólico y ceremonial, como oro, chaquiras, plumas de aves y pieles de animales (Almeida, 1993, pág. 11).

De esta manera, se establece una conexión directa entre una de las antiguas rutas de comercio y el Valle de Pomasqui. Según Carvalho Neto citado por Almeida (1993), la palabra "yumbo" también se utiliza para describir un disfraz que recuerda a una tribu oriental (Almeida, 1993, pág. 15), refiriéndose a los yumbos de Rumicucho. Teniendo en cuenta la diversidad de elementos que componen la vestimenta yumbo, este se caracteriza por incluir: camisa y pantalón blancos, un pequeño poncho rojo decorado con cintas que forman rombos, pañuelos de colores atados en los hombros, una cabellera falsa con largas trenzas, una corona de plumas de pavo real y lora, una lanza de chonta y cascabeles en las rodillas (Almeida, 1993, pág. 17).

Además de estos elementos distintivos que se conservan hasta la actualidad en su vestimenta, el grupo de la "yumbada" de Rumicucho se organiza en cuatro grupos: "Todo camino andando", "Cosechas", "Rumiñahui" y "Pucará", que representan su camino e historia (Almeida, 1993, pág. 17).

Variable Diseño

2.1.8. Diseño

El diseño, como proceso creativo, se trata de convertir ideas simbólicas en formas tangibles y funcionales mediante el uso de datos funcionales y tecnológicos. En este sentido, el diseño va más allá de simplemente crear objetos estéticamente agradables. Al elaborar propuestas simbólicas, los diseñadores también transmiten mensajes y significados a través de las formas que crean, lo que implica que su trabajo se ubica en el ámbito de la creación artística y cultural. (Campi i Valls, I. 2020).

Además, es importante destacar que los diseñadores no trabajan en un vacío. Sus propuestas no son meras expresiones subjetivas, sino que están guiadas por consideraciones prácticas y funcionales. Los diseñadores se basan en la comprensión de las necesidades del usuario y la función que su diseño debe cumplir. Por lo tanto, su labor implica tener en cuenta aspectos como la ergonomía, la usabilidad y la experiencia del usuario. Asimismo, el diseño se encuentra estrechamente ligado a la tecnología. Los diseñadores deben estar al tanto de las innovaciones tecnológicas y entender cómo aplicarlas en la materialización de sus propuestas. La elección de los materiales, los métodos de fabricación y las técnicas de construcción se basan en la comprensión de las capacidades y limitaciones tecnológicas existentes. El diseño implica la combinación de la creatividad, la estética, la funcionalidad y el conocimiento tecnológico. Los diseñadores no solo crean formas visualmente atractivas, sino que también consideran la función, el uso práctico y la aplicabilidad de su diseño en el contexto cultural y tecnológico en el que se desarrolla. (Campi i Valls, I. 2020).

2.1.9. Diseño de indumentaria.

La globalización y el cambio hacia una sociedad tecnológica han aumentado la complejidad de las etapas de la cadena textil y han fragmentado el sistema productivo. Estos cambios, impulsados por nuevas orientaciones sociales, culturales y tecnológicas, tienen un impacto en la vida y en el desarrollo humano, lo que provoca una evolución de la vestimenta hacia nuevos parámetros. Como resultado, surge la necesidad de establecer una estructura para abordar el diseño de prendas de vestir de manera integral. Esta estructura debe contemplar todos los elementos esenciales, las etapas del proceso y los aspectos de diseño, con el objetivo de desarrollar nuevos productos relacionados con el vestuario. Se busca lograr un diseño que sea respetuoso

con el entorno, satisfaga las necesidades del usuario en relación con el vestir y fomente la innovación. (Baquero, et al., 2012)

Para estructurar un diseño de vestimenta, es necesario estudiar al ser humano, sus necesidades y sus relaciones con el ámbito del vestuario. Además, se debe proporcionar una configuración definida de aplicación en el diseño especializado. Desde esta perspectiva, se plantean características específicas que permiten profundizar en la prenda como objeto de diseño, teniendo en cuenta las necesidades del usuario en relación con el acto de vestir. Esto facilita un enfoque humanizado del estudio de la vestimenta y propone orientaciones para las metodologías dentro del sistema de la moda. (2012)

2.1.10. Indumentaria Artesanal.

La indumentaria artesanal es una forma de vestimenta que destaca por su valor artístico y cultural. Se diferencia de la indumentaria producida en masa por su proceso de fabricación, el cual implica el uso de técnicas y habilidades tradicionales, así como materiales de alta calidad. Los artesanos que crean estas prendas emplean su experiencia y conocimientos especializados para diseñar y confeccionar piezas únicas y auténticas. La indumentaria artesanal es valorada por su originalidad, belleza estética y el cuidado que se pone en su elaboración. Además, adquirir productos de indumentaria artesanal promueve el comercio justo y sostenible, ya que se apoya directamente a los artesanos locales y se contribuye a preservar las tradiciones y técnicas ancestrales. (lifeder, 2022)

La indumentaria artesanal no solo es una forma de vestirse, sino también una expresión de identidad cultural y una manera de honrar y mantener vivas las prácticas y habilidades artesanales transmitidas de generación en generación, se caracteriza por su atención meticulosa a los detalles, la dedicación en cada etapa del proceso de producción y la conexión con las tradiciones y herencia cultural de una determinada

comunidad o región. Cada prenda es el resultado de horas de trabajo manual, donde se emplean técnicas de diseño textil a través del tejido, bordado y teñido. (2022)

2.1.11. Diseño textil.

El diseño textil es una disciplina que abarca todo el proceso creativo y técnico de la creación de tejidos. Está estrechamente vinculado con la industria de la moda, pero también tiene aplicaciones en otras áreas como el diseño de interiores, la industria del mueble y la decoración. (Torres, 2023)

Los textiles son elementos esenciales en el mundo de la moda, ya que son utilizados para confeccionar prendas de vestir, accesorios y complementos. Sin embargo, su utilidad y aplicaciones se extienden mucho más allá de la moda. Los textiles están presentes en nuestro día a día en forma de cortinas, alfombras, tapicerías, ropa de cama, toallas y muchos otros productos que nos rodean en nuestro entorno tangible. (2023)

La versatilidad de los textiles es una de sus principales características. Pueden ser fabricados con diferentes fibras, como algodón, lana, seda, lino, poliéster, entre otras, y se pueden tejer, teñir, estampar, bordar o manipular de diversas formas para obtener distintos efectos y diseños. Esto les permite adaptarse a las tendencias y necesidades del mercado, que evolucionan constantemente. En el diseño textil, se combinan la creatividad del artista con el conocimiento técnico sobre los procesos de fabricación de los tejidos. El diseñador debe tener en cuenta factores como la elección de los materiales, las técnicas de tejido o estampado, la paleta de colores, las texturas y los patrones para crear diseños atractivos y funcionales. Además, es importante considerar la factibilidad de implementar un diseño en un tejido específico, ya que cada tipo de ligamento o estructura de tejido puede influir en el resultado final. (2023)

2.1.12. Técnicas artesanales.

Las técnicas artesanales son métodos de producción manual que se emplean para crear productos con un enfoque tradicional y artístico. Estas técnicas, transmitidas de generación en generación, forman parte del legado cultural de distintas comunidades y regiones. (Euroinnova Formación, 2023b)

Existen diversas técnicas artesanales, cada una con características y aplicaciones propias. Algunas de las más conocidas incluyen:

Tejido: Consiste en entrelazar hilos para crear telas y tejidos. Puede realizarse en telares manuales o mediante técnicas más simples como el crochet o el tejido a dos agujas.

Bordado: Implica decorar superficies textiles mediante la aplicación de hilos, lanas o hilados en diferentes puntos y diseños. Existen estilos de bordado como el punto de cruz, el bordado a mano o el bordado a máquina.

Teñido: Es el proceso de agregar color a las fibras o tejidos mediante el uso de tintes naturales o sintéticos. Puede realizarse sumergiendo los materiales en una solución de tinte o aplicando los colores de forma más específica.

Cerámica: Se refiere al arte de moldear y dar forma a la arcilla para crear objetos de cerámica, como vasijas, platos o esculturas. Se emplean técnicas como el torno, el modelado a mano y la decoración con esmaltes y pigmentos.

Cestería: Consiste en la creación de objetos tejidos con materiales flexibles como cañas, fibras vegetales o mimbre. Se utilizan técnicas de entrelazado y trenzado para formar cestas, canastos y otros recipientes.

Talabartería: Es el arte de trabajar el cuero para crear productos como cinturones, bolsos, zapatos o artículos de equitación. Implica el corte, el moldeado, el cosido y el acabado del cuero.

Estas son solo algunas de las muchas técnicas artesanales que existen en diversas culturas alrededor del mundo. Cada una de ellas requiere habilidad, dedicación y

paciencia por parte del artesano, y contribuye a preservar las tradiciones y los conocimientos ancestrales. (2023b)

2.1.13. Tejido.

De acuerdo con Hallet & Johnston (2010), el tejido es un material altamente versátil que se compone de fibras naturales o sintéticas que han sido previamente hiladas. Existen diversas técnicas para la elaboración de tejidos, siendo la tejeduría plana y de punto los métodos más simples y fundamentales. Además de estas técnicas, también se emplean otros métodos como el anudado y el entrelazado de fibras. Cada técnica posee sus propias características y se utiliza de acuerdo con el tipo de tejido deseado. El tejido tiene una amplia gama de aplicaciones, siendo ampliamente utilizado en la confección de prendas de vestir, textiles para el hogar y otros usos diversos. Es importante tener en cuenta que las fibras utilizadas en los tejidos pueden presentar diferentes propiedades, como resistencia, elasticidad y suavidad, lo cual determinará las cualidades y los usos específicos del tejido final. Además, las propiedades de las fibras también influyen en aspectos como la durabilidad, la comodidad y la apariencia estética del tejido. Es por ello por lo que la elección de las fibras y las técnicas de tejido adecuadas es fundamental para obtener resultados óptimos en la producción de tejidos y su posterior aplicación en diversos productos.

Tejido en telar



Figura 13. Tejido en telar industrial

Fuente: Manual de tejidos para diseñadores de moda pg. 36

El tejido en telar se logra mediante el entrelazado de dos o más hilos en un ángulo recto. Esta construcción angular, con los hilos dispuestos a 90 grados en las direcciones de urdimbre y trama, es lo que distingue a la tela fabricada en telar de las construcciones obtenidas por otros métodos. En general, las telas producidas en telar tienden a ser rígidas y presentan poca elasticidad. (Baugh, 2011)

Dentro del tejido en telar, se utilizan principalmente cuatro estructuras: el tejido simple o liso, el tejido cruzado (también conocido como ligamento tafetán), el tejido asargado y el tejido de ligamento satinado.

La producción de tela en telar requiere el uso de hilos resistentes en la urdimbre, y debido a la complejidad del proceso, su producción es más lenta en comparación con el tejido de punto. La densidad de la tela, es decir, el número de hilos utilizados, combinado con el tamaño del hilo, determina el peso de la tela resultante. En telas de alta densidad, con una mayor cantidad de hilos por centímetro cuadrado, se observa una mayor opacidad. Por otro lado, en telas de baja densidad, con menos hilos por centímetro cuadrado, se obtiene una mayor transparencia. (2011)

Estas características relacionadas con la densidad y el tamaño del hilo son fundamentales en la fabricación de telas en telar, ya que influyen en la apariencia, la funcionalidad y las propiedades específicas de la tela final. La elección adecuada de la densidad y el tamaño del hilo permite obtener el peso y la opacidad deseadas para diferentes aplicaciones textiles.

Tejido simple/ liso

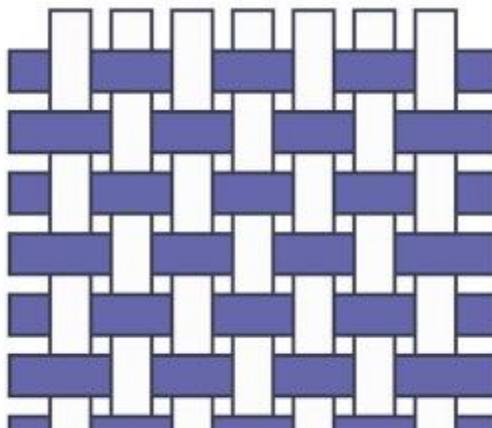


Figura 14. Dibujo plano tejido sarga

Fuente: Limited, A. (n.d.)

El tejido simple, también conocido como tejido liso, es una estructura en la que cada hilo se entrelaza con todos los demás, sin dejar hilos "flotantes". Este tipo de tejido resulta en una superficie de tela con una textura delicada y suave. (2011)

Por otro lado, existen también las telas acanaladas, que presentan una textura en relieve en la dirección de la trama horizontal. Estas texturas en relieve pueden agregar un elemento visual y táctil interesante a la tela, creando un efecto de líneas o pliegues que agregan un aspecto distintivo a la superficie del tejido.

El tejido simple o liso, así como las telas acanaladas, ofrecen diferentes posibilidades en términos de apariencia y uso. La elección de uno u otro surgió del diseño y las características deseadas para el producto final. Tanto el tejido liso como las texturas en relieve pueden ser utilizados en una amplia variedad de aplicaciones, desde prendas de vestir hasta textiles para el hogar, y cada uno aporta un aspecto único a las creaciones textiles.

Tejido asargado

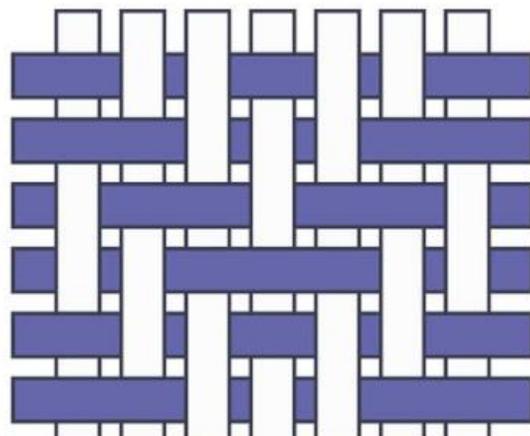


Figura 15. Dibujo plano tejido sarga

Fuente: Limited (n.d.-a)

El tejido asargado, también conocido como ligamento de sarga, se caracteriza por su distintiva textura de líneas diagonales en la superficie de la tela. Esta textura se logra al intercalar dos hilos o más a intervalos regulares durante el proceso de tejido. Existen diferentes construcciones de tejido asargado, tanto equilibradas como no equilibradas, pero todas ellas se engloban bajo la categoría de tejidos asargados o de ligamento de sarga. (2011)

En los tejidos asargados equilibrados, el número de hilos de urdimbre y trama utilizados es igual, lo que resulta en una apariencia uniforme y una textura más definida. Por otro lado, en los tejidos asargados no equilibrados, se emplea un número diferente de hilos de urdimbre y trama, lo que puede dar lugar a una variación en la apariencia de las líneas diagonales y en la textura de la tela.

Los tejidos asargados son ampliamente utilizados en diversas aplicaciones debido a su resistencia y durabilidad. La presencia de líneas diagonales en la superficie añade un elemento visual y táctil interesante, y puede aportar un aspecto más sofisticado a las prendas de vestir y otros productos textiles. Además, la estructura de ligamento de sarga proporciona también una mayor elasticidad y flexibilidad a la tela.

Tejido satén o raso

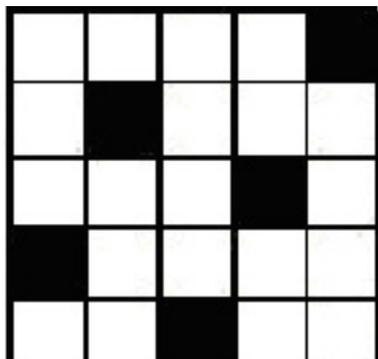


Figura 16. Dibujo plano tejido raso

Fuente: Textil (n.d.)

El tejido de ligamento satinado, también conocido como raso, se caracteriza por su superficie brillante y lustrosa. Este tipo de tejido se crea al intercalar hilos flotantes de manera aleatoria cada cinco o más hilos. (2011).

La disposición de los hilos flotantes en el tejido satinado es lo que proporciona su distintivo brillo y suavidad en la superficie de la tela. Estos hilos flotantes crean una apariencia lisa y reflejan la luz de manera única, lo que resulta en un acabado elegante y lujoso.

Generalmente, los tejidos satinados tienden a ser rígidos debido a la mayor densidad de los hilos utilizados y la disposición de los hilos flotantes. Sin embargo, al emplear hilos finos y muy flexibles, se puede lograr una mayor suavidad y flexibilidad en la tela satinada.

Este tipo de tejido se utiliza ampliamente en prendas de vestir y en la confección de productos de alta gama. El brillo y la suavidad del tejido satinado lo hacen especialmente adecuado para prendas y accesorios que requieren un aspecto lujoso y sofisticado, como vestidos de noche, trajes formales, lencería y ropa de cama de calidad.

Tejido de rizo

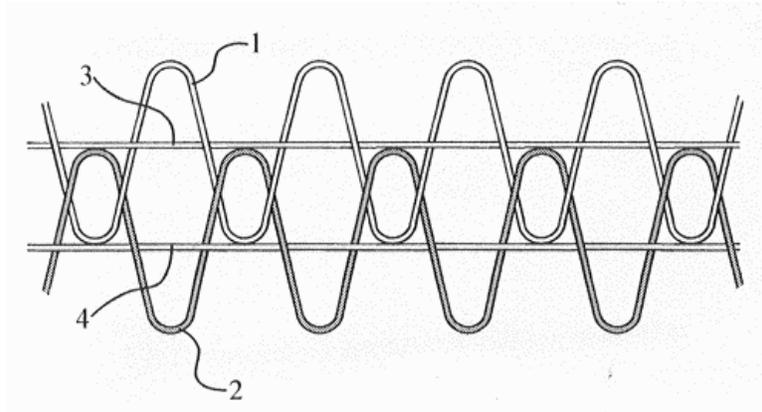


Figura 17. Dibujo plano tejido rizo

Fuente: Suárez (2007)

El tejido de rizo con bucle, conocido también como pelo sin cortar, implica la inclusión de un conjunto adicional de hilos para lograr una textura característica de rizos o bucles en la superficie de la tela. En lugar de cortar las fibras, se mantienen los bucles intactos mediante la adición de estos hilos adicionales. (2011).

Este tipo de tejido se utiliza principalmente en la fabricación de productos textiles que requieren alta absorción y suavidad, como toallas y alfombras. Los bucles presentes en la superficie del tejido tienen una mayor capacidad de absorción de humedad y ofrecen una sensación agradable al tacto.

Además de su funcionalidad, el tejido de rizo con bucle también tiene un aspecto decorativo, ya que los bucles pueden variar en tamaño y densidad, permitiendo la creación de diseños y patrones interesantes en la superficie de la tela.

Tejido de Jacquard



Figura 18. Dibujo plano tejido rizo

Fuente: De Rl De Cv (2022)

El punto jacquard es una técnica de tejido que se utiliza para crear patrones complejos con curvas y formas geométricas en la tela. Este tipo de punto permite la creación de diseños detallados y elaborados, lo que lo convierte en una opción popular para prendas de vestir y textiles decorativos. (2011)

El punto jacquard se caracteriza por su versatilidad y capacidad para representar una amplia gama de motivos y diseños. A diferencia de otros puntos de tejido más simples, en el punto jacquard se pueden tejer varios colores y formas en la misma pasada de hilo, lo que permite una mayor creatividad en la elaboración de patrones.

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales

En el marco del presente proyecto, se ha considerado como referencia a las siguientes marcas con el fin de desarrollar productos indumentarios que reflejen la identidad cultural de San Antonio de Pichincha. Estas marcas han sido tomadas como guía para orientar el proceso de diseño y producción.

Suyana moda



Figura 19. Diseño marca Suyana Moda

Fuente: (SUYANA MODA BY PAO PESÁNTEZ / Moda Cargada De Identidad Cultural, n.d.)

En el contexto de su proyecto de titulación, Paola ha emprendido la creación de su propia marca de diseño ecuatoriano bajo el nombre de Suyana Moda. El propósito central de esta marca es promover e integrar la identidad cultural ecuatoriana en la industria de la moda, respetando y valorando su autenticidad sin incurrir en apropiación indebida. Además, Suyana Moda se enfoca en impulsar la moda sostenible mediante la implementación de patrones exclusivos que minimizan la generación de residuos y la utilización de prácticas de reciclaje para gestionar los remanentes textiles de manera responsable. (SUYANA MODA BY PAO PESÁNTEZ / Moda Cargada De Identidad Cultural, n.d.)

Ramoncha



Figura 20. Diseño marca Ramoncha

Fuente: Expresiones (2020)

María José Larreátegui y Esteban Zambrano son los fundadores de Ramoncha, una línea de moda que fusiona elementos urbanos con tejidos y artesanías autóctonas de Ecuador. María José, con formación en diseño por el IED en Barcelona, se encarga del diseño de la ropa con el objetivo de incorporar telas, texturas, folclore y colores representativos de la cultura ecuatoriana en sus creaciones. Su marca se destaca por trabajar principalmente con tejidos provenientes de Otavalo y emplear bordados y artesanías de diversas regiones del país. (Expresiones, 2020)

Para María José, no es necesario buscar inspiración en el extranjero, ya que Ecuador posee una riqueza cultural excepcional. Este enfoque de diseño ha despertado una creciente demanda tanto a nivel local como internacional. Los consumidores, tanto en el país como en el extranjero, buscan cada vez más desarrollar

su propio estilo y romper con los esquemas preestablecidos mediante prendas únicas que cuenten con una narrativa significativa. (2020)

Jessica Velasco



Figura 21. Jessica Velasco

Fuente: FrontRow (2018)

Jéssica Velasco es una emprendedora reconocida por su genuinidad y profundo aprecio por sus raíces culturales. Su propósito radica en plasmar la riqueza de la cultura latinoamericana en cada una de sus creaciones, adoptando un estilo étnico-chic que está adquiriendo notoriedad en la industria de la moda. (FrontRow, 2018)

2.2.1. Visionario.



Figura 22. Diseño de Lula Kirei

Fuente: (*LifestyleKIKI | TRADICIÓN, COLABORACIÓN, CULTURA*, n.d.)

Lula Kirei

Lula Kirei es una marca de moda creada por la diseñadora Fernanda Salgado, originaria de Quito. En 2012, inició su trabajo en moda femenina bajo la firma Lula, en honor a su tercera hija, y Kirei, término que significa "hermoso" en japonés. Desde el principio, se destacó por incorporar contenido artesanal en sus prendas,

colaborando estrechamente con varios artesanos ecuatorianos, como Manuel Guandinango, un tejedor manual de Cotacachi y su familia.

La diseñadora combina de manera hábil el trabajo artesanal tradicional con texturas modernas y naturales, utilizando materiales como alpaca, seda, algodón, lino y cuero. Su propuesta ha captado la atención y ha sido invitada a participar en importantes eventos de moda, como Nicaragua Fashion Week, Vancouver Fashion Week, Designer Book, y diversas pasarelas nacionales. Además, desde hace seis meses, Lula Kirei ha incursionado en el mercado de la moda francesa, comercializando sus prendas en "La Boutique Équatorienne", una tienda parisina que exhibe varias marcas ecuatorianas. (*LifestyleKIKI | TRADICIÓN, COLABORACIÓN, CULTURA*, n.d.)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PEST.

Es imprescindible examinar el contexto externo para lograr los objetivos del proyecto en curso, ya que los elementos políticos, económicos, sociales y tecnológicos pueden influir de manera directa o indirecta en el avance del proyecto.

3.1.1.1. Entorno político.

El Estado ecuatoriano tiene la responsabilidad, según lo establecido en el Artículo 57 de la Carta Magna, de mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar el patrimonio cultural e histórico del país, considerándolo como una parte integral e

indivisible de su herencia. Para cumplir con esta tarea, el Estado está obligado a proporcionar los recursos necesarios.

El propósito principal del Plan de Creación de Oportunidades de Ecuador para el período 2021-2025 es promover el desarrollo de las áreas rurales, poniendo especial énfasis en los pueblos y comunidades indígenas, con el objetivo de generar nuevas oportunidades y mejorar la calidad de vida. En este sentido, el plan resalta la importancia de revalorizar las culturas y conocimientos ancestrales, así como rescatar el patrimonio cultural comunitario y la memoria social.

Para lograr estos objetivos, se sugiere considerar alternativas que se ajusten a las características territoriales específicas y se insta a implementar políticas que contribuyan a mejorar la calidad de vida en las zonas rurales, al tiempo que fomenten el desarrollo sostenible en todo el país. Además, el plan tiene como meta promover las industrias creativas mediante la promoción de actividades e iniciativas culturales. *(Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador | Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo, s. f.-b)*

El Plan de Creación de Oportunidades de Ecuador para el período 2021-2025 beneficia al proyecto de resignificar los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha al promover el desarrollo de las áreas rurales, revalorizar las culturas y saberes ancestrales, y rescatar el patrimonio cultural comunitario. Esto proporciona apoyo y oportunidades para el proyecto, así como un contexto favorable para la preservación y promoción de la identidad cultural de la parroquia.

3.1.1.2. Entorno económico.

El sector de la confección en Ecuador se enfrenta a una fuerte competencia de países como China, Hong Kong y Bangladesh, quienes han logrado especializarse en

la fabricación textil gracias a acuerdos comerciales globales y políticas comerciales internacionales favorables. Estos países pueden ofrecer productos terminados a precios competitivos debido a sus bajos costos de producción, lo que les permite ingresar a mercados como Estados Unidos y diversificar sus exportaciones hacia países no industrializados (Cesarín, 2014).

A pesar de esto, el sector de la confección en Ecuador tiene una importante participación en el PIB manufacturero y genera un valor agregado bruto significativo. Según el Banco Central, en 2018 la industria manufacturera experimentó un crecimiento del 1,6%, lo que se tradujo en un aumento del 0,8% en el valor agregado bruto. Dentro de las industrias manufactureras, destacaron positivamente la fabricación de metales, la producción de bebidas, la fabricación de productos de madera y papel, entre otras (BCE, 2018).

En cuanto a la industria de prendas de vestir, en 2015 representó el 5,59% del PIB manufacturero, posicionándose como la quinta industria más importante en términos de aportación al PIB. Además, contribuyó con el 1,15% del valor agregado respecto al PIB en ese mismo año (BCE, 2015).

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto severo en la economía ecuatoriana, generando un confinamiento y la suspensión de actividades comerciales y económicas en todos los sectores. Esto resultó en un aumento del endeudamiento externo del país, alcanzando un 45,9% según datos del Banco Central (Banco Central del Ecuador, 2021a). La pandemia afectó de manera significativa a diversos sectores, como el comercio, las actividades sociales y comunitarias, y la industria hotelera y de restaurantes (Banco Mundial, 2022).

Sin embargo, a pesar de los desafíos, se ha observado un aumento notable en las exportaciones de artículos de confección desde Ecuador hacia otros países, alcanzando un 23,13%, según un informe del Banco Central del Ecuador en 2020. Esto indica que las marcas de moda ecuatorianas tienen la capacidad de vender sus productos en el mercado internacional, lo que resalta la necesidad de propuestas de

moda con altos estándares de calidad y enfoque profesional para competir a nivel global.

El contexto descrito plantea desafíos significativos para el sector de productos industriales en Ecuador debido a la competencia de países como China, Hong Kong y Bangladesh. Estos países se han especializado en la fabricación textil gracias a acuerdos comerciales y políticas favorables, lo que les permite ofrecer productos terminados a precios competitivos debido a sus bajos costos de producción. Sin embargo, a pesar de esta competencia, existen oportunidades para un proyecto de desarrollo de productos indumentarios en Ecuador.

Una de las oportunidades clave es el acceso a mercados internacionales. A pesar de la competencia global, se ha observado un aumento en las exportaciones de prendas de vestir desde Ecuador, lo que indica que hay demanda y oportunidad para las marcas de moda ecuatorianas en el mercado internacional. Esto puede atribuirse a la capacidad de las marcas para ofrecer propuestas de moda con altos estándares de calidad y enfoque profesional, lo que les permite competir a nivel global.

3.1.1.3. Entorno social/ cultural.

El sector de la confección en Ecuador ha sido una fuente constante de empleo en los últimos años, según datos proporcionados por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (2019). Entre 2013 y 2018, se demostró un crecimiento en la generación de empleo en el sector, pasando de 179,457 empleos en 2013 a 191,053 puestos de trabajo en 2018.

La industria manufacturera, dentro de la cual se encuentra el sector de la confección, ha desempeñado un papel significativo en la economía del país. Según cifras del Ministerio de Economía y Finanzas para el período de 2000 a 2019, la

industria manufacturera contribuyó cerca del 12% al Producto Interno Bruto (PIB) y empleó alrededor del 10% de la fuerza laboral. Estos datos destacan la importancia económica y la generación de empleo que ofrece este sector.

Sin embargo, la industria de la confección en Ecuador también enfrenta desafíos, como lo señala el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021). Uno de los desafíos sociales más importantes es el aumento del índice de pobreza desde 2017, lo cual impacta directamente en el sector. Además, las restricciones impuestas debido a la propagación del virus COVID-19 han llevado a la paralización de la producción en la industria, según datos del Banco Central del Ecuador (2021).

El desarrollo del presente proyecto se beneficia al generar empleo, aprovechar el potencial económico, promover la identidad cultural y fomentar la participación comunitaria. Estos aspectos contribuyen al fortalecimiento de la identidad local, al desarrollo económico y a la preservación de las tradiciones y conocimientos ancestrales.

3.1.1.4. Entorno tecnológico.

Según Ibujés y Benavides (2017), el proceso de cambio tecnológico implica la difusión de la ciencia y el desarrollo tecnológico en diversas actividades humanas y económicas. La implementación de tecnologías nuevas o mejoradas contribuye a optimizar las actividades de producción. Estos cambios tecnológicos pueden ocurrir tanto interna como externamente en los sectores económicos o productivos de un país.

En los últimos años, el sector de la confección en Ecuador ha realizado inversiones significativas en la adquisición de equipos textiles importados, con una inversión aproximada de entre 8 y 10 millones de dólares. Los empresarios del sector han

llevado a cabo actividades de inversión y reinversión en empresas recientemente formadas con el objetivo de potenciar la productividad y el crecimiento positivo del sector. La adquisición de nuevas maquinarias, junto con la investigación y el desarrollo constantes, ha permitido generar empleo de manera directa e indirecta, mejorar la competitividad a nivel nacional, aumentar las ventas y explorar nuevos mercados. Estas acciones son fundamentales para el crecimiento del sector y la economía del país (Jijón y Silva, 2018).

Por otro lado, la Cámara de Industria y Comercio de Ecuador y Alemania han establecido un acuerdo denominado "Economía Digital y la Industria 4.0". El objetivo de este convenio es brindar apoyo a los empresarios ecuatorianos para que aprovechen los conocimientos digitales y beneficien al sector productivo. Para lograrlo, se promoverá la digitalización de los procesos industriales mediante la interacción de la inteligencia artificial con las máquinas, lo que permitirá optimizar los recursos y desarrollar metodologías comerciales efectivas. La Cámara organizará capacitaciones, simposios y talleres relacionados con la Economía Digital, la Industria 4.0 y la Transformación (MINTEL, s.f.).

La implementación de tecnologías avanzadas en el sector de la confección beneficia el desarrollo de productos indumentarios para resignificar la identidad de una parroquia. Estas tecnologías mejoran la eficiencia y la calidad, aumentan la competitividad en el mercado y abren oportunidades en nuevos mercados. Además, fomentan la innovación y la creatividad, lo que resulta en prendas indumentarias únicas y en sintonía con la identidad local, adaptadas a las exigencias del entorno tecnológico actual.

3.1.2. Tendencias de consumo.

La moda artesanal engloba productos de moda elaborados a mano utilizando técnicas y conocimientos tradicionales. Este tipo de moda está estrechamente

vinculado con la identidad cultural y la sostenibilidad. Se encuentra presente en diversas regiones del mundo, incluyendo Brasil, Colombia y Ecuador. Los diseñadores y artesanos que se dedican a la moda artesanal suelen incorporar elementos culturales propios de la región en sus creaciones, mientras que otros se enfocan en el uso de materiales y técnicas sostenibles para reducir el impacto ambiental de la producción de moda. No obstante, la moda artesanal también enfrenta desafíos, como la falta de respaldo por parte del gobierno y el sector privado, así como la necesidad de una mayor capacitación y educación para los artesanos (Santana, C. D. 2021).

A pesar de los retos mencionados, la moda artesanal ofrece diversos beneficios, tales como la promoción de la cultura local y la sostenibilidad. Al valorar y preservar técnicas y conocimientos tradicionales, la moda artesanal contribuye a la preservación de la identidad cultural de una comunidad o región. Asimismo, al utilizar materiales y técnicas sostenibles, se reduce el impacto ambiental negativo de la producción de moda. Sin embargo, para aprovechar plenamente estos beneficios, es necesario abordar los desafíos que enfrenta la moda artesanal.

Uno de los principales desafíos es la falta de apoyo gubernamental y del sector privado. Los artesanos y diseñadores de moda artesanal a menudo carecen de recursos financieros, acceso a mercados y oportunidades de promoción. Es fundamental establecer políticas y programas que reconozcan el valor económico y cultural de la moda artesanal, así como proveer los recursos necesarios para su desarrollo y crecimiento.

Otro desafío clave es la necesidad de una mayor capacitación y educación para los artesanos. La transmisión de habilidades y conocimientos tradicionales es fundamental para preservar las técnicas artesanales y asegurar su continuidad. Es esencial ofrecer programas de formación que promuevan el aprendizaje de nuevas técnicas, la gestión empresarial y el acceso a los mercados. Esto permitirá a los

artesanos mejorar sus habilidades, adaptarse a las tendencias actuales y establecer relaciones comerciales sostenibles.

3.1.3. Segmentación del mercado potencial.

Según los datos obtenidos de las encuestas de empleo realizadas por el INEC en 2016, la economía de San Antonio se centra en tres áreas principales: turismo, minería e industria. Sin embargo, las actividades económicas más predominantes en San Antonio están relacionadas con el comercio y el turismo. Por lo tanto, es crucial que el GAD Parroquial de San Antonio fomente el desarrollo económico sostenible en estas áreas productivas para mejorar la calidad de vida de los residentes.

Según el proyecto actual, los comerciantes y vendedores de productos artesanales ubicados cerca de los atractivos turísticos de San Antonio de Pichincha representan un mercado potencial importante. Es fundamental destacar la labor de los artesanos que producen y venden estos productos, ya que su trabajo no solo genera ingresos, sino que también contribuye a la promoción de la cultura y las tradiciones locales.

Los artesanos desempeñan un papel fundamental en las economías locales y nacionales, ya que su trabajo representa una parte importante del tejido económico y cultural de una comunidad. Su producción y venta de productos artesanales no solo generan ingresos para ellos mismos, sino que también atraen a visitantes y turistas interesados en la autenticidad y la belleza de estos productos únicos. Además, la promoción de la cultura y las tradiciones locales a través de los productos artesanales contribuye a preservar y fortalecer la identidad cultural de San Antonio.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.

Según un informe de Rendición de Cuentas - Mitad del Mundo (s. f.), la industria turística está experimentando constantes cambios, tanto en la demanda como en la oferta, lo que crea nuevos escenarios. Las circunstancias económicas y la pandemia han ocasionado un cambio radical en la gestión del turismo. Los datos históricos y las proyecciones son cada vez menos útiles como referencia, por lo tanto, es crucial poder gestionar, analizar y comparar en tiempo real la información sobre destinos, visitantes y turistas. Para enfrentar las nuevas realidades del público consumidor, es fundamental contar con estrategias de comunicación efectivas, que se enfoquen en la publicidad, promoción, gestión de imagen, lanzamiento de productos y servicios, y posicionamiento, entre otros aspectos. Internet y sus diferentes aplicaciones han influido en la comercialización, rentabilidad, competitividad, posicionamiento y expansión del turismo.

Como consecuencia de la pandemia de COVID-19 y los consiguientes confinamientos, los turistas y visitantes buscan salir, explorar y disfrutar de destinos naturales al aire libre que se encuentren cerca de sus lugares de residencia.

De acuerdo con el informe del Sistema Ticket Poss. Fecha de corte: 31 de diciembre de 2021 del complejo turístico de la Mitad del Mundo, en 2021 se registró un aumento del 67,4% en la cantidad de visitas en comparación con el año anterior, lo que significa que hubo 109.337 personas adicionales que visitaron el lugar.

Los visitantes pueden tener diversos motivos para adquirir artesanías. Algunos pueden estar interesados en comprarlas como recuerdos o regalos para llevar a casa, mientras que otros pueden asistir a mercados o ferias artesanales como parte de su experiencia turística. Además, algunos visitantes pueden estar interesados en respaldar a los productores y artesanos locales mediante la compra de sus productos. En general, las artesanías pueden ser una forma atractiva para que los visitantes se conecten con la cultura y la economía local, y para que los artesanos generen ingresos.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

Según datos oficiales de la Asociación de la Industria Textil del Ecuador (AITE), el país mostró signos de recuperación en la industria textil nacional al finalizar el año 2021, luego de un difícil año en 2020. En ese año, se registraron ventas totales de la industria por un valor de 1.143 millones de dólares, lo que representa un incremento del 26% en comparación con los 907 millones de dólares facturados en 2020. No obstante, es importante destacar que estas cifras aún se encuentran un 18% por debajo de los ingresos registrados antes de la pandemia, específicamente en la última medición que arrojó ventas por 1.399 millones de dólares (Litman, 2022).

Marco Quishpe, presidente del Mercado Artesanal "La Mariscal", afirma que este lugar es el principal referente de la artesanía ecuatoriana. Tanto visitantes nacionales como extranjeros tienen la oportunidad de encontrar una amplia variedad de artesanías a precios accesibles. Los productos más demandados incluyen textiles, bordados, sombreros, bolsos de cuero y joyas de plata. El mercado recibe alrededor de 1500 visitantes diarios, pero durante la temporada alta, que abarca desde agosto hasta diciembre, este número supera las 2000 visitas por día. Por lo tanto, el Mercado Artesanal "La Mariscal" se ha convertido en un destino imprescindible para los turistas que desean llevar consigo un recuerdo de su experiencia en Ecuador (Mercado Artesanal de Quito, 2021).

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).

Según (Hellriegel, D., Jackson, S. E., Slocum, J. W., & Franklin, E. B, 2002), Benchmarking es un proceso que se utiliza para comparar y medir los bienes, servicios y prácticas de una organización con los líderes de su industria en cualquier

parte del mundo. El objetivo de este proceso es obtener información que ayude a la organización a mejorar su desempeño. El enfoque principal del benchmarking es identificar las mejores prácticas de otras organizaciones y adaptarlas para mejorar el rendimiento de la organización. El proyecto que se está llevando a cabo implica un análisis de los competidores desde la perspectiva del centro comercial, considerando su nicho de mercado, su línea de productos de ropa, su ubicación comercial, los precios que manejan, así como los diseños y la calidad de estos.

Tabla 1

Análisis estratégico de la competencia

Tienda Artesanal	Productos	Ubicación	Diseño	Calidad	Precio	Segmento de mercado
El Quinde Tienda	Prendas de vestir: Camisetas, blusas, chal, bufanda, poncho, capa, abrigo, chaleco Calzado: Zapatos, alpargatas, pantuflas. Accesorios y complementos: Bolsos, carteras, shigras, estuches, mochila, gorra, sombrero, gorro.	Centro Histórico de Quito, Palacio Municipal.	Se emplean tonalidades cálidas y oscuras en conjunto con el diseño de tejidos precolombinos andinos, así como también se incluyen bordados florales y una amplia gama de colores.	Los productos están realizados de manera manual, se utilizan materiales de cuero, lana, algodón, paja toquilla.	Variedad de precios: Gorras desde \$ 2,50 Shigras desde \$20 Ponchos desde \$50	Visitantes y turistas, desde niños hasta adultos mayores.

Aretes, pulsera,
collar, colgante,
anillo.

La Mariscal	Prendas de vestir: Camisetas, camisas, blusas, blusones, busos, chaquetas, chompas, chal, bufanda, poncho, capa, abrigo, medias, jodie, jogger. Calzado: Zapatos, botines, alpargatas, pantufas, sandalias, muñecas. Accesorios y complementos: Bolsos, carteras, billetera, monedero, shigras, estuches,	Centro norte de Quito	Los productos exhiben colores vibrantes de telas y prendas bordadas, todo contrastando en un mismo lugar. Además, la tienda exhibe exquisitos y delicados diseños de	La joyería y bisutería es realizada en plata, muchas de las cuales están elaboradas a partir de semillas, particularmente traídas de la Amazonía ecuatoriana.	Variedad de precios: Pulseras desde \$ 0,50 Ponchos desde \$30 Chompas desde \$25	Visitantes y turistas, desde niños hasta adultos mayores.
----------------	--	-----------------------------	--	---	--	---

	mochila, gorra, sombrero, gorro. Aretes, pulsera, collar, colgante, anillo.					
Kiki	Prendas de vestir: Blusones Camisetas Chaquetas Ponchos Mantas Accesorios y complementos: Carteras Bolsos Joyería	Quito- Ecuador	Los productos se caracterizan por mantener una estructura cromática terrosa.	Se puede visibilizar que los productos presentan buena calidad en su material, en la mayoría de las prendas de vestir están hechas de 100% algodón. Al igual que en los demás productos se puede apreciar buenos acabados.	Variedad de precios: Mantas desde \$27 Chaquetas desde \$84 Joyería desde \$65 Bolsos desde \$35	Jóvenes/ adultos

Yana Taski	Prendas de vestir: Buzos Camisas Cardigans Faldas Pantalones Remeras Sacos / Chaquetas Vestidos Chalecos Chaquetas Accesorios y complementos: Bolsos Gorros Mochilas Riñoneras Bandoleras	Argentina-Buenos aires	La riqueza y majestuosidad de la cultura indígena del Norte, que incluye el actual territorio argentino y el altiplano sudamericano, sirven de inspiración para sus diseños, que se reflejan en sus textiles, bordados y morfología.	Para prendas de vestir su materia prima es el algodón y poliéster. Para los accesorios y complementos utilizan como materia prima principal el ecocuero.	Prendas de vestir desde \$6.5 Chaquetas desde \$90 Bolsos desde \$90	Jóvenes/adultos
Estilo Quetzal	Prendas de vestir: Calzonetas Hoodies Jackets Sudadera T-shirts Accesorios y complementos Pañuelo Bolsa	Guatemala	Dentro de sus propuestas de diseño se plasma la cultura e historia de su ciudad de una manera creativa e innovadora. Usan combinación de tonalidades cálidas y oscuras. Procesos textiles: tejidos, estampado y sublimado.	Para prendas de vestir utilizan materiales de algodón y poliéster. Para accesorios utilizan liencillo para la creación de bolsas.	Accesorios desde \$23 T-shirt desde \$23 Chaquetas desde \$100 Hodies desde \$39	Jóvenes/adultos

Anntarah	Prendas de vestir: Camisetas Blusones Vestidos Abrigos Jackets Sweater Cárdigan Capas Ponchos Chalinas Gorros Accesorios y complementos: Collares tejidos a mano	Arequipa-Perú	Sus productos poseen variedad de gamas cromáticas, colores claros y fríos. Varias prendas reflejan la cultura de su país, a través de estampados. Son prendas innovadoras, con diseños actuales y en tendencia.	En lo que respecta al material, la mayoría de sus productos están elaborados en alpaca y algodón orgánico. La elaboración es hecha a mano y en telares, de esta manera consideran que sus productos son más originales y llamativos.	Variedad de precios: Prendas ligeras desde \$12 Abrigos y chaquetas con mayor trabajo manual \$180 Capas y ponchos \$92 Collares artesanales \$15	Mujeres/ Hombres
----------	---	---------------	---	--	--	---------------------

Análisis FODA

Tabla 2

Análisis FODA del estudio a la competencia

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia variedad de productos • Los artesanos demuestran gran habilidad y destreza en la creación de los productos. • El costo de producción de los productos artesanales es relativamente bajo, lo que permite a 	<ul style="list-style-type: none"> • Debido al creciente uso de internet y las plataformas de comercio electrónico brindan nuevas oportunidades para que los artesanos ecuatorianos lleguen a clientes en todo el mundo. • Los clientes buscan productos sostenibles y respetuosos con el

<p>los artesanos ofrecer precios competitivos en comparación con los productos similares fabricados en otros países.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al ser Ecuador un destino turístico popular, muchos turistas buscan comprar productos artesanales como recuerdo de su visita al país. 	<p>medio ambiente, lo que puede ser una oportunidad para los artesanos que utilizan materiales naturales y técnicas de producción amigables con el medio ambiente.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado artesanal enfrenta competencia cada vez mayor de los productos importados de otros países, especialmente aquellos que se producen en masa y se venden a precios más bajos. • Algunos artesanos se han quedado estancados en las mismas técnicas y diseños, lo que limita la oferta de nuevos productos y la capacidad de diferenciarse de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La pandemia de COVID-19 ha afectado significativamente al sector turístico, lo que ha disminuido la demanda de productos artesanales

Al planificar estrategias para mejorar y expandir el mercado artesanal ecuatoriano, es fundamental tener en cuenta sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades, es esencial que los artesanos y las empresas del sector colaboren esencialmente.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles.

El presente proyecto pretende resignificar los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha a través de la elaboración de prendas artesanales utilizando la técnica del tejido textil. Por lo tanto, se requerirán los siguientes recursos:

Recursos humanos: el proyecto requiere la colaboración de dos personas en el departamento de diseño, quienes estarán a cargo de la etapa investigativa analítica, etapa creativa conceptual y la etapa técnico-productiva. Además, se necesita una persona para el área de administración.

Recursos materiales: dado que el proyecto se encuentra en una fase temprana, será preciso emplear los servicios de empresas especializadas en tejido. Para obtener información sobre dichas empresas, se ha consultado directamente a los vendedores de artesanías, ya que adquirieron sus productos de estos fabricantes.

Recursos tecnológicos: en el ámbito tecnológico, es necesario contar con ordenadores que dispongan del software Ilustrador para producir los bocetos que se utilizarán en la elaboración de los productos tejidos. Además, se utilizarán programas especializados en la configuración para plasmar las propuestas en los telares.

Recursos financieros: el investigador cubrirá los gastos del proyecto con sus propios recursos económicos. Dispone de un capital inicial que se asegurará para financiar los costos de producción durante seis meses, y durante este periodo se espera recuperar la inversión y seguir produciendo.

3.2.2. Análisis Cadena de valor.

La cadena de valor de una empresa es una forma de reconocer las actividades principales y de apoyo que generan valor para los clientes. También nos permite identificar los costos asociados con cada actividad dentro del proceso productivo de

la organización, lo cual es fundamental para determinar su estructura de costos. Cada actividad en la cadena de valor tiene costos y requiere recursos, y al analizar y considerar cada una de ellas, podemos mejorar la eficiencia económica y tecnológica de una empresa, grupo de empresas o sector industrial (Porter, M. 2004).

En última instancia, la cadena de valor nos ayuda a mejorar nuestra eficiencia y rentabilidad, lo cual es clave para mantenernos competitivos en un mercado cada vez más desafiante. Como empresa, debemos buscar constantemente formas de mejorar nuestra cadena de valor y optimizar nuestras operaciones, con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y fortalecer nuestra posición en el mercado.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo.

Realizar una fase de investigación y desarrollo es un paso fundamental en la ejecución de este proyecto. En este caso, la etapa de investigación se centra en identificar los elementos que conforman la identidad de San Antonio de Pichincha, a través del estudio del patrimonio arquitectónico tangible de la parroquia. Se busca delimitar los elementos más relevantes que se utilizarán como representantes en la creación de un producto local con identidad propia.

Una vez se hayan establecido los elementos representativos de la Parroquia, se procederá a abstraer los elementos iconográficos. Aplicando los principios del diseño, se creará una estructura que permitirá obtener diseños estéticos e innovadores con una identidad bien definida.

Para lograr que este proceso sea efectivo, resulta crucial obtener información precisa y veraz durante la fase de investigación. Esto asegurará que el proyecto sea factible y genere resultados positivos. La calidad y exactitud de la información recopilada permitirá una toma de decisiones fundamentada y acertada en la creación del producto identitario.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se ha decidido contratar un servicio de maquila para la producción, el cual asumirá la responsabilidad de suministrar la materia prima necesaria. Es relevante resaltar que el gerente de la empresa de maquila cuenta con conexiones directas con proveedores, tanto a nivel nacional como internacional. Entre los proveedores nacionales se encuentran Delltex y Texa, quienes se encargan de proveer textiles e insumos para los productos de la empresa.

3.2.2.3. Eslabón de producción.

La maquiladora ha realizado un análisis exhaustivo de la producción de su artículo más popular, que consiste en la fabricación de ponchos. Se ha determinado que tienen la capacidad de producir dos mil ponchos por semana, lo que se traduce en un total de cuatro mil ponchos por mes.

A partir de esta información, la maquiladora implementará un modelo de producción estratégico y eficiente. Este modelo se basará en la demanda que exista en el mercado para determinar la cantidad de unidades que se deben producir en un período determinado. Al adaptar la producción a las necesidades y preferencias de los clientes, la maquiladora asegura una utilización óptima de los recursos y evita posibles excesos o escasez de inventario.

El objetivo principal del modelo de producción es garantizar que se satisfaga la demanda de los clientes de manera oportuna y eficiente. Al ajustar la producción de acuerdo con las necesidades del mercado, la maquiladora podrá cumplir con los pedidos en tiempo y forma, evitando retrasos y maximizando la rentabilidad.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización.

Dentro del plan de comercialización se incluye la estrategia de publicidad a través de las páginas oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de San Antonio de Pichincha. Esta plataforma será utilizada para promocionar el producto y dar a conocer su valor simbólico, resaltando su conexión con la identidad cultural de la Parroquia.

Asimismo, se planea presentar el producto en ferias culturales que se llevan a cabo en San Antonio de Pichincha. Estas ferias ofrecen una oportunidad única para exhibir y promover el producto, ya que cuentan con el respaldo de entidades que apoyan proyectos orientados a difundir la identidad cultural local. La participación en estas ferias permitirá llegar a un público amplio y comprometido con la valoración y promoción de las tradiciones y artesanías locales.

Adicionalmente, se implementará una estrategia de publicidad en las redes sociales más populares en la actualidad. A través de plataformas como Facebook, Instagram y Twitter, se presentará el producto de manera atractiva y se resaltarán su valor simbólico, con el objetivo de llegar a un público más amplio y diverso. Las redes sociales ofrecen una amplia visibilidad y permiten generar interacción directa con los potenciales clientes, promoviendo así la difusión y venta del producto artesanal.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

Para dar a conocer al público objetivo se procura emplear instrumentos de recolección de datos cualitativos, dado que se pretende resignificar los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha a través de la elaboración de indumentaria artesanal con la finalidad de difundir su patrimonio cultural arquitectónico. El público

objetivo a quienes interesa la información son emprendimientos u organizaciones de carácter artesanal, acerca de la implementación de nuevas propuestas de diseños artesanales dentro de las industrias de tejeduría.

Según

(Sampieri, Collado, & Lucio, 2014) la población se caracteriza como un grupo de sujetos o individuos que cumplen ciertas características dentro de los parámetros del estudio.

De acuerdo con lo mencionado, una de las poblaciones objeto de estudio es finita y comparte características comunes. Una población finita se refiere a aquella en la cual todos sus elementos son identificables por el investigador, al menos en términos del conocimiento existente acerca de su cantidad total (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014). Basándonos en lo expuesto previamente, se puede concluir que la población en cuestión es finita, ya que el investigador dispone de un registro que contiene los elementos que componen dicha población objeto de estudio.

Según (GADSAP, 2020) la parroquia cuenta con 31 tiendas de artesanías establecidas en el centro de la localidad y 5 tiendas en las afueras de la localidad.

En el contexto de este proyecto, se ha identificado también, que el estudio se dirige hacia una población específica, denominada población Diana, que de acuerdo con lo mencionado por Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016), este tipo de población se delimita en función de ciertas características demográficas, sociales, estilos de vida, entre otros. En este estudio en particular, se aplica este tipo de población a los Gestores Culturales y Guías Turísticas ya que, al enfocarse en una población más precisa existe una mayor probabilidad de generalizar los hallazgos del estudio.

En última instancia, en el proyecto actual se ha determinado que el estudio también se dirige hacia una población máxima infinita. Esto se debe a que al estudiar a los turistas que visitan la Parroquia de San Antonio de Pichincha, no se cuenta con un conocimiento preciso del número exacto de visitantes que ingresan a la localidad.

4.1.1. Modelo de entrevista

Modelo de entrevista a Gestores Culturales y Guía Turística

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA
PROYECTO DE TITULACIÓN**

Estudiante: Dayana Michelle Pacheco Miguez

**ENTREVISTA DIRIGIDA A GESTORES DE CULTURA, PERSONA GUÍA
TURÍSTICA.**

OBJETIVO: Identificar los atractivos turísticos más relevantes de la Parroquia San Antonio de Pichincha.

La información que se obtenga a través de esta entrevista será utilizada únicamente para fines académicos, por ello es necesario que se responda con total sinceridad.

Nombre: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

1. ¿Qué cantidad de visitantes recibe al mes?
2. ¿En qué temporada del año la parroquia recibe más turistas?

3. Según su experiencia ¿Los turistas que visitan con mayor frecuencia son nacionales o extranjeros?
4. ¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible considera usted que son los más representativos de San Antonio de Pichincha? ¿Por qué?
5. ¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible considera usted que son los más representativos de San Antonio de Pichincha? ¿Por qué?
6. ¿Cuáles son los lugares que más visitan los turistas?
7. ¿Considera usted que es importante la implementación de proyectos que incentiven al conocimiento del Patrimonio Cultural de San Antonio de Pichincha? ¿Por qué?

Modelo de entrevista a vendedores de productos artesanales

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA
PROYECTO DE TITULACIÓN

Estudiante: Dayana Michelle Pacheco Miguez

**ENTREVISTA DIRIGIDA A VENEDORES DE PRODUCTOS
INDUMENTARIOS ARTESANALES.**

OBJETIVO: Conocer acerca del producto que mayor demanda tiene en el mercado artesanal de la localidad

La información que se obtenga a través de esta entrevista será utilizada únicamente para fines académicos, por ello es necesario que se responda con total sinceridad.

Hombre/ mujer: _____

Tiempo de experiencia: _____

Fecha: _____

1. Según su experiencia, ¿el comprador prefiere productos: tejidos, bordados o estampados?
2. Según su criterio, ¿Cuáles son los colores que prefieren los clientes?
3. Considera usted que, ¿el cliente presta atención a la representación simbólica en el producto?
4. ¿Las personas que compran con mayor frecuencia son hombres o mujeres?
5. ¿Los turistas que adquieren mayormente los productos son nacionales o extranjeros?
6. Según su criterio, ¿los productos son comprados para uso personal, regalo o recuerdo?
7. ¿Qué sugerencia dan los turistas sobre los productos existentes en el mercado que le ayude a usted a tomar decisiones para adquirir nueva mercadería?

*Modelo de entrevista a visitantes de los atractivos turísticos
de la Parroquia San Antonio de Pichincha*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA
PROYECTO DE TITULACIÓN**

Estudiante: Dayana Michelle Pacheco Miguez

ENTREVISTA DIRIGIDA A VISITANTES DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA

OBJETIVO: Obtener información sobre las necesidades y opiniones de los visitantes en relación con los productos de indumentaria.

La información que se obtenga a través de esta entrevista será utilizada únicamente para fines académicos, por ello es necesario que se responda con total sinceridad.

Hombre/ mujer: _____

Edad: _____

Fecha: _____

1. ¿Qué tal le parece el atractivo turístico en el que se encuentra?
2. ¿Qué producto vestimentario le interesa comprar cuando visita atractivos turísticos?
3. ¿Le gusta las grafías que tiene el producto?
4. ¿Cuál de las siguientes características le llama la atención dentro de un producto vestimentario?
 Bordado
 Tejido
 Estampado
5. ¿Qué colores prefiere al momento de comprar un producto vestimentario?
6. ¿Cree usted que es importante reflejar la identidad cultural dentro de los productos artesanales?
7. ¿Le gustaría adquirir productos artesanales representativos del lugar?
8. ¿Prefiere productos hechos a mano o productos industrializados? ¿Por qué?
9. ¿Opina usted que es relevante otorgar importancia al valor simbólico del patrimonio cultural en cada comunidad? ¿Por qué?

Modelo de ficha de autopsia del producto

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°	
Fecha:	Tienda:
Elaborada por:	
Producto:	
	Composición del material
	Estructura cromática:
	Tonalidad:
	Nivel de saturación:
	Textura:
	Técnica textil:
	Diseño dentro del tejido:
	Representación simbólica
Descripción general:	Cantidad de piezas para el armado:
Marca:	Control de calidad (acabados)
Origen:	
Ocasión de uso:	Tipo de elaboración:
Talla:	Tiempo de entrega:
Precio:	Nivel de aceptación en el mercado:

Medidas**Alto:****Ancho:****4.2. Selección de la muestra**

Hernández y Mendoza (2008), afirman que el muestreo no probabilístico se caracteriza por la presencia de uno o más criterios de selección establecidos por el investigador para determinar la inclusión de los sujetos en el estudio. No todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Este tipo de muestreo no requiere de datos estadísticos o sistemáticos, lo que resulta en un enfoque exclusivamente cualitativo en la investigación. Basándose en lo expuesto, se concluyó que este tipo de muestreo es el más adecuado para el presente estudio.

4.2.1. Población y tipo de población

Según (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014) la población se caracteriza como un grupo de sujetos o individuos que cumplen ciertas características dentro de los parámetros del estudio.

Población finita.

Una población finita se refiere a aquella en la cual todos sus elementos son identificables por el investigador, al menos en términos del conocimiento existente acerca de su cantidad total. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014). De acuerdo con lo mencionado, una de las poblaciones objeto de estudio es finita y comparte características comunes. Según SAN ANTONIO, D. P. (2015), la parroquia cuenta

con 31 tiendas de artesanías establecidas en el centro de la localidad y 5 tiendas en las afueras de la localidad.

Basándonos en lo expuesto previamente, se puede concluir que la población en cuestión es finita, ya que el investigador dispone de un registro que contiene los elementos que componen dicha población objeto de estudio.

Población diana.

En el contexto de este proyecto, se ha identificado también, que el estudio se dirige hacia una población específica, denominada población Diana, que de acuerdo con lo mencionado por Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016), este tipo de población se delimita en función de ciertas características demográficas, sociales, estilos de vida, entre otros. En este estudio en particular, se aplica este tipo de población a los Gestores Culturales y Guías Turísticas, ya que, al enfocarse en una población más precisa, existe una mayor probabilidad de generalizar los hallazgos del estudio.

Población infinita.

En última instancia, en el proyecto actual se ha determinado que el estudio también se dirige hacia una población máxima infinita. Esto se debe a que al examinar a los turistas que visitan la Parroquia de San Antonio de Pichincha, no se cuenta con un conocimiento preciso del número exacto de visitantes que ingresan a la localidad.

4.2.2. Definición y argumentos de los criterios de la muestra.

La determinación de la muestra de la población finita en el presente proyecto se ha basado en la adquisición de información sobre la cantidad de tiendas de productos artesanales ubicadas dentro de la parroquia. Esta información ha permitido la

selección de una muestra representativa de dichas tiendas, la cual será analizada en el contexto del proyecto.

Para definir la muestra de la población Diana en este proyecto, se ha obtenido información sobre la cantidad de gestores culturales y guías turísticas, quienes desempeñarán un papel fundamental en el desarrollo y ejecución del proyecto. Estos actores clave mantendrán la información necesaria para el estudio y serán parte importante de la muestra seleccionada.

En relación con la definición de la muestra de la población infinita en este proyecto, se ha enfocado en los visitantes que ingresan a los diferentes atractivos turísticos de la parroquia. Dado que no se cuenta con una cantidad exacta de visitantes, se ha optado por el empleo de esta muestra.

4.2.3. Cálculo de la muestra.

De acuerdo con Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020), los tamaños de muestras comunes en estudios cualitativos en lo que concierne el tipo de estudio por medio de entrevistas, el tamaño mínimo de muestras sugerido es de 20 a 30 casos. En referente a esta premisa, de acuerdo con la selección de las tiendas ubicadas en puntos estratégicos de los atractivos turísticos y los visitantes que ingresan a estas, se delimito que el número de vendedores y visitantes a realizar las entrevistas es de 20.

Según Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020), los tamaños de muestras comunes en estudios cualitativos en lo que concierne el tipo de estudio por medio de estudio de casos, el tamaño mínimo de muestras sugerido es de 3 a 5 casos. En referente a esta premisa, como la localidad cuenta con un grupo de 4 gestores se va a realizar las entrevistas a este grupo en su totalidad.

4.2.4. Definición y argumento del tipo de muestreo.

No probabilístico por conveniencia:

En el muestreo por conveniencia, es el investigador quien toma la decisión de incluir en la muestra a aquellos individuos de la población que considera relevantes para el estudio, necesarios en su conocimiento previo. Al utilizar este método, es importante tener en cuenta los criterios de inclusión y exclusión y aplicarlos de manera rigurosa (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

Según el estudio en cuestión, se opta por utilizar un muestreo no probabilístico por conveniencia. Esto se debe a que se busca identificar la información sobre los productos con mayor demanda en el mercado artesanal, y para ello se seleccionarán las tiendas artesanales ubicadas en lugares estratégicos donde los turistas suelen ingresar con mayor frecuencia para adquirir dichos productos. Con el fin de obtener la información necesaria, se llevarán a cabo entrevistas tanto a los vendedores de las tiendas artesanales ubicadas en lugares estratégicos como a los turistas que visiten dichas tiendas. Estas entrevistas permitirán obtener datos sobre los productos indumentarios más vendidos en la parroquia, así como conocer las necesidades de los turistas en relación con dichos productos.

No probabilísticos por expertos

De acuerdo con Sampieri, Collado, & Lucio, (2014) el muestreo por expertos se trata de una técnica de investigación en la que se eligen profesionales especializados en un tema específico para participar en el estudio. Estos expertos son seleccionados en base a su conocimiento y experiencia en el área de interés, y se les solicita que brinden su opinión o evaluación sobre dicho tema.

Según lo expuesto, se decide emplear un muestreo no probabilístico por expertos. La razón detrás de esta elección es la recolección de información fundamental y precisa sobre los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha. Para lograrlo, se llevarán a cabo entrevistas con Gestores Culturales y Guías Turísticas que posean un mayor conocimiento acerca de la historia de la localidad.

4.3. Técnicas de estudio.

Según (Bunge, 1989, p. 22), la metodología de la investigación es un campo del conocimiento que se ocupa del progreso de la ciencia, especialmente en lo que respecta a la forma en que se crea y desarrolla el conocimiento.

4.3.1. Cualitativas

Mediante el uso de la metodología cualitativa, será posible llevar a cabo un estudio detallado, análisis y evaluación de situaciones etnográficas, interacciones simbólicas y fenómenos sociales, así como llevar a cabo investigaciones participativas en la comunidad local. El objetivo principal es facilitar la interpretación y comprensión de estos aspectos. Según Blasco y Pérez (2007), la investigación cualitativa se centra en la realidad del entorno natural y en cómo se producen, obtienen y explican los fenómenos en relación con las personas involucradas.

Investigación participativa: Esta actividad consiste en integrar la investigación y las acciones dentro de un campo específico elegido por el investigador, en conjunto con la participación de los sujetos investigados. De acuerdo con el presente estudio el objetivo principal de este tipo de investigación es buscar mejoras en la comunidad o población para elevar sus condiciones de vida.

Investigación descriptiva: Ya que el objetivo de la investigación es realizar una propuesta de productos indumentarios que difundan los elementos identitarios de la Parroquia San Antonio de Pichincha, se procede con una investigación descriptiva donde presente a detalle las características que respalde la realización de la propuesta y la comprobación de la hipótesis planteada.

Herramientas para obtención de datos.

Investigación documental: bajo el uso de esta modalidad se pretende ampliar y profundizar la investigación, a través del uso de bibliotecas físicas y virtuales, que permitirán realizar la pertinente búsqueda de información que vaya de acuerdo con lo requerido. Así también, se obtendrá información a través del uso de entrevistas a expertos que se encuentran más involucradas dentro del aspecto cultural y tradicional, para así obtener información directa y ordenada de la realidad actual dentro de la zona de estudio.

Investigación de campo: a través de esta modalidad, se realizarán estudios históricos y tradicionales, presenciando de manera directa dentro del lugar donde se desarrolla el fenómeno, en este caso visitando los atractivos turísticos de la localidad, aspirando a obtener la información necesaria y orientada al cumplimiento de los objetivos propuestos dentro del proyecto.

4.4.Elaboración e interpretación de los datos.

ENTREVISTA VISITANTES DE ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA

Tabla 3

Categoría de análisis de datos entrevista visitantes

Pregunta No 1: ¿Qué tal le parece el atractivo turístico en el que se encuentra?

CATEGORÍA CÓDIGO	INF. 1 Edad: 29 Género: hombre	INF. 2 Edad: 37 Género: mujer	INF. 3 Edad: 29 Género: mujer	INF.4 Edad: 50 Género: mujer	INF.5 Edad: 40 Género: hombre	SÍNTESIS
CATEGORÍA: Atractivo turístico CÓDIGO Conservación del monumento Expresión cultural Novedad	3 Interesante	3 Es un ambiente muy agradable, se conoce a personas de otras nacionalidades, de otras culturas, me parece bien e interesante.	3 Bueno me parece como súper chévere tiene un montón de cosas para hacer visitar y tomarse fotos y no sé, me parece como también como para el público en general niños adultos familias sí me parece muy bien.	3 Muy bonito porque a través de este tenemos la oportunidad de conocer ciertas cosas que no sabíamos las personas que no somos de aquí realmente nos ha parecido un lindo lugar como atractivo maravilloso.	3 Muy llamativo, realmente lo turístico me gusta mucho porque es algo novedoso que estoy conociendo aquí en San Antonio la Mitad del Mundo lo único está mucho frío y recomiendo ponerse ponchos que ha sido lo típico por aquí en San Antonio y vengán a seguir visitando la Mitad del Mundo	A los turistas les fascina el atractivo turístico, ya que lo encuentran muy bien cuidado e interesante para disfrutar en compañía de sus familias. Además, destaca por la representación de la historia ecuatoriana y se considera uno de los monumentos más importantes del país. Gracias a esto, la parroquia recibe una gran cantidad de visitantes que son muy
	INF. 6 Edad: 37	INF.7 Edad: 28	INF. 8 Edad: 29	INF. 9 Edad: 29	INF.10 Edad: 27	

	Género: mujer	Género: mujer	Género: mujer	Género: hombre	Género: mujer	bien acogidos.
	3 Bonito lo único que tal vez pueda comentar te de que algo que no me gustó es que se cobra la entrada. Con respecto a las artesanías realmente están súper bonitas, súper variadas, ingeniosa s y eso es bueno porque es talento ecuatoria no.	2 Es muy bonito la verdad, rescata bastante la historia y un poco de lo que es la parte turística de aquí del Ecuador	3 La verdad me parece muy bonito además es diferent e es algo interesante porque no lo encuent ras en todo lado la mitad del mundo entonce s está muy bonito nada más está muy bien cuidado el lugar.	3-2 Es muy bonito la verdad es la primera vez que lo visito, lo he visto en fotos de vídeos, pero verlo de manera presencia l es una cosa muy bonita, te quedas demasiad o impactad o al momento de ver el monume nto y todos los atractivo s turísticos que existen en este lugar.	2 Bueno es muy bonito pienso que es uno de los lugares más representati vos de nuestro país.	
	INF.11 Edad: 33	INF.12 Edad: 69	INF.13 Edad: 23	INF.14 Edad: 18	INF.15 Edad: 25	

Género: mujer	Género: hombre	Género: mujer	Género: hombre	Género: mujer
3 Muy bonito primera vez que lo visito y está muy bonito.	1 Bueno me siento muy alagado porque en verdad ha habido un buen cambio, yo vine hace unos 15 años y no estaba así pero ahora en esta temporada que vengo lo encuentro muy hermoso todo está en su lugar.	3 Perfecto me parece muy bonito.	1 Pues muy bonito toda la gente que está aquí son muy amables y el lugar está limpio.	3 Me parece muy bonito, muy interesante cómo están tratando de representar aquí la mitad de mundo a través de un monumento
INF.16 Edad: 24 Género: mujer	INF. 17 Edad: 36 Género: mujer	INF.18 Edad: 52 Género: hombre	INF.19 Edad:47 Género: mujer	INF.20 Edad: 26 Género: hombre

	3 Muy excelente	2-3 Es muy bonito y se puede apreciar mucho la cultura ecuatoria na.	2-3 Le coment o que es la tercera vez que vengo y cada vez que llego a este lugar turístico me siento bastante bien, me siento atraído por las cosas que uno puede observa r, que uno puede conocer y que bueno me ha ayudado muchísi mo a veces llevand o referenc ias	3 Muy bonito, hermoso, tenía el gusto de venir a visitar hace mucho tiempo y hoy se cumplió.	3 Es llamativo e interesante	
--	-----------------------	--	---	--	---------------------------------------	--

			hacia el lugar donde yo vivo para que otras personas también vengan a conocer.			
--	--	--	--	--	--	--

Pregunta No 2: ¿Qué producto vestimentario le interesa comprar cuando visita atractivos turísticos?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
CATEGORÍA: categorización de prendas CÓDIGO: 1.Prendas primera piel 2.Prendas segunda piel	a-3 Sombrero de paja de picuda	a-2 Ponchos, cobijas por su material, se puede ver que es cómodo y las cobijas	a-1-2 Me gustaron mucho la combinación de cuero con cosas bordadas con flores, las	a-2-3 Ponchos compramos generalmente y bufandas	a-2-3 De todo: ropa, bisutería .	El producto que es de mayor agrado para los turistas es el poncho artesanal, porque lo consideran como la prenda más

3.Complementos CATEGORÍA: Indumentaria local CÓDIGO 1.Vestimenta representativa del lugar		también se ven que son de calidad.	camisetas y las chaquetas.			representativa del lugar y del país, debido a la elaboración manual y el uso de técnicas tradicionales ancestrales. Dentro de los productos artesanales, también les llama la atención los abrigos, chaquetas y camisetas.
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	a-2-3 Bueno, en esto particularmente me gustaron los ponchos y los peluches que había que a mi hijo le llamaron la atención bastante.	a-2 Lo que es los ponchos los sacos que son con bordados .	a-2 Las ruanas de alpaca me parecen lindos.	a-2 Hay muchos, pero en realidad lo que más me llama la atención son los ponchos	a-1-2 Me llama mucho la atención lo que es el tema de ponchos y camisetas, por el modelo que cada uno de ellos lleva, las imágenes, dibujos que representan nuestra cultura.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	b-1 Los trajes típicos,	a-3 Lo que me encanta	a-1-2 Y a mí me gusta mucho los	b-1 Lo más tradicional que	a-2 Por lo general me	

	los ponchos	es el sombrero.	ponchos o las camisetas.	puede haber en la ciudad donde uno visita, los ponchos, los sombreros, son los que más me llaman la atención.	gusta adquirir los ponchos ya que tienen figuras interesantes y sus colores, es el producto que más adquiero en las tiendas.	
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	a-2 Me llama la atención los ponchos	b-1 Los productos propios de la zona: ponchos, camisetas.	a-1-2 Por el lugar de donde yo vengo honestamente me gustaría mucho las camisetas, pero me llama mucho la atención los ponchos porque del lugar que donde yo vivo	a-2-3 Lo que más me encantan son las carteras, mochilas y también los sacos tejidos y ponchos.	b-1 Algo que sea llamativo y me recuerde que es del país y que sea tradicional	

			siempre viajamos hacia las partes altas entonces en las partes altas ocupamos bastante los ponchos.			
--	--	--	---	--	--	--

Pregunta No 3: ¿Le gusta los gráficos que tiene el producto?

CATEGORÍA CÓDIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
a. Representación simbólica y estética 1.Figuras 2.Colores 3.Animales 4.Cultural 5.Llano 6.Cargado b. Interés del cliente 1. Novedad	b-1 Si, me llama la atención	a-4 Si, son interesantes que sean típicos de acá que sea de su cultura autóctona	b-1 Sí, sí son muy bonitas.	a-4 Sí, son muy bonitas llama la atención y es muy agradable poder distinguir a través de los logotipos, con qué material está hecho y eso, entonces sí es importante que	b-1 Si, es puro artesanal y lo artesanal son dibujos tanto en lienzo que llama mucho la atención y es algo agradable para llevar a la casa.	A los turistas les resulta especialmente llamativo que los productos artesanales cuenten con representaciones gráficas de la historia y cultural del Ecuador y de los atractivos turísticos, también muestran interés en la combinación de figuras y colores

				tenga algún distintivo también.		dentro de las prendas.
INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10		
b-1 Sí, bastante súper bonitas.	b-1 Algunas, las que he visto sí	a-4 Si, además que son super autóctonos.	a-4 sí, me gusta mucho que reflejen la naturaleza del Ecuador.	a-4 Si, porque en muchos de ellos vemos plasmado lo que es nuestra cultura entonces eso nos representa fuera de nuestro país.		
INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15		
b-1 Si, con super lindas.	a-4 Si, lo que veo hermoso es la frase mitad del mundo Ecuador.	b-1 Si, todo es muy bonito.	b-1 Si, la mayoría me llama la atención.	a-1-3 Si, me gustan sus figuras geométricas, sus animales.		
INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20		
b-1 Si, me llaman la	a-4 Si, me gustan, son muy llamativo	a-4 Los gráficos son los que me	a-4 Si, que sea representado el monument	a-5 Me gustan diseños llanos y simples.		

	atención	s más que todo son hechos a mano y se demuestra la originalidad de cada una de las personas que lo realizan	llaman más la atención, porque es una identidad propia de aquí de este sector mitad del mundo y por lo que pude ver también hay de otras de otros lados en relación con la serranía de nuestro Ecuador.	o, también las ruinas de Rumicuch o, en si todo lo que sea turístico.		
--	----------	---	---	---	--	--

Pregunta No 4: ¿Cuál de las siguientes características le llama la atención dentro de un producto vestimentario?

CATEGORIA A CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
-----------------------------------	---------------	---------------	---------------	--------------	---------------	-----------------

a. Técnica textil 1. Tejido 2. Bordado 3. Estampado	a-1 Tejido	a-1 Tejido	a-2 El bordado	a-1-2 Bueno a mí me gusta más el tipo de material con el que está hecho, entonces me fijo más también en los colores, me gustan mucho que sea algo bonito y que me lleve un recuerdo de aquí que yo le vea y diga esto me compré allá.	a-1 Tejido, por qué llama la atención por qué es algo artesanal y con eso activan la actividad económica de la cultura que se genera acá en la Mitad del Mundo.	A los visitantes les resultan llamativos en términos de técnicas textiles los productos artesanales tejidos y bordados, ya que consideran que a través de estas técnicas artesanales se refleja la mano de obra y talento ecuatoriano.
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	a-1-2 Me iría por los bordados	a-1-2 Bordado o tejido	a-1-2 Que sea lo más representativo del lugar,	a-1 El tejido llama mucho	a-1-2 Yo pienso que el hecho de que un producto sea	

	s y tejidos.		si la gente está acostumbrada hacer bordados o tejidos es como más natural y propio	la atención.	bordado lleva más dedicación más sutileza más, como decirlo, cada detalle es plasmado con mayor exactitud y eso hace ver el producto de mejor manera.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	a-2 Bordado	a-1 Tejido	a-2 Bordado	a-1 Tejido	a-1 Me gustan más los tejidos en los productos vestimentarios.	
	INF.16	INF.17	INF.18	INF.19	INF.20	
	a-1-2 Bordado y tejido	a-2 Bordado	a-2 Me gusta mucho el bordado porque se aprecia la mano de obra de los artesanos de los indígenas cómo lo hacen de una manera tan elegante tan bonita	a-2 Bordado	a-1 Tejido	

			que yo sí honestament e es un poco más alto el costo, pero iría direccionado por el bordado.			
--	--	--	--	--	--	--

Pregunta No 5: ¿Qué colores prefiere al momento de comprar un producto vestimentario?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
a. Tonalidad de colores 1.Cálidos 2.Fríos	a-2 Neutros: plomo, azul, verde, rojo	a-2 Para mi uso colores neutros, pero para utilizarlos acá colores representativos de este lugar.	a-1 A ver me gusta el verde, depende no, me lo imagino ahorita verde, negro, morado lila.	a-1 Colores vivos	a-2 Negro, azul, blanco, rojo, variado.	De acuerdo con las respuestas de los clientes, sienten mayor agrado por los colores cálidos ya que mencionan que estos representan al folclore ecuatoriano. Sin embargo,
	INF. 6 a-1-2 Bueno me gusta el color lila el rojo y el negro.	INF.7 a-2 Colores neutros	INF. 8 a-1-2 Azul, rosado, blanco.	INF. 9 a-2 Por la manera en la que me he visto me gustaría el tema de colores	INF.10 a-1 Bueno pienso que los que más llaman la atención sería el amarillo o el rojo el	

				oscuros o opacos, más que nada no tan llamativos.	blanco también puede ser.	también hubo respuestas de turistas que prefieren tonos fríos, ya que comentan que representan formalidad dentro de su vestir.
INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15		
a-2 Azul y blanco	a-1 Estamos buscando un producto que sea de color amarillo azul y rojo.	a-1 Azul o morado	a-2 Colores oscuros	a-2 Colores oscuros: negro o beige		
INF.16	INF.17	INF.18	INF.19	INF.20		
a-2 Oscuros	a-2 Colores neutros	a-1 Los colores del bordado honestamente no estarían por escoger el color sino más bien los colores que con los que tejen aquí con los que bordan están muy bien son muy atractivos las combinaciones que ellos hacen	a-1 Colores llamativos	a-2 Colores fríos de preferencias tonos rojos y azul		

			me parecen muy buenas.			
--	--	--	------------------------	--	--	--

Pregunta No 6: ¿Cree usted que es importante reflejar la identidad cultural dentro de los productos artesanales?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Importancia de la identidad cultural 1.Difusión cultural 2.Representación identidad local 3.Evitar pérdida de la identidad cultural	Definitivamente es importante	2 Si, porque estamos en un ambiente adecuado para eso, además porque le otorga cierto valor a las visitas que las personas hacemos en este lugar.	2 Sí, sí me parece como una forma de rescatar tradición cultura en imagen en general, sí me parece importante.	2 Claro que sí en lo que son las artesanías sobre todo si se debe distinguir, es importante.	1 Claro, siempre es bueno motivar, impulsar a las empresas ecuatorianas para que sigan con sus productos ecuatorianos y sigan activando sus empresas y creciendo con la nacional.	Los turistas consideran importante que los productos artesanales reflejen la identidad cultural ecuatoriana. Esto permitirá a dar a conocer esta identidad a un mayor número de

	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	1 Por supuesto eso es lo que nos distingue y lo que nos hace conocer al mundo.	1 Si, demasiad o como para resaltar lo que es el ecuador.	1 Por supuesto, me llamo la atención muchos productos digamos de acá Ecuador, pero hablando puntualm ente el poncho es lo que te llama la atención que es algo tan autóctono y tan del país que te ayuda como a sentirlo de acá del país tener algo del Ecuador.	3 Sí porque nunca se debería perder eso no, no solo en la mitad del mundo sino en todos los lugares turísticos que tenemos como país.	1 Claro, yo pienso que sí es algo muy importan te ya que muchos de los turistas que salen de nuestro país llevan estos producto s y hacen conocer a más personas de alrededor del mundo, pues entonces pienso que nuestra cultura plasmad a en estos producto s habla mucho	personas y, a su vez, contribuir a evitar su posible desaparición.

					de nuestro país y de nuestra cultura.
INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
Si, es muy importante	2 Normalmente para llevarse el logotipo que es muy hermoso del Ecuador.	Si, es super importante.	1 Si, porque pueden llamar la atención, como representación del lugar.	1 Si, es importante, ya que a través de eso nos cuentan historias.	
INF.16	INF.17	INF.18	INF.19	INF.20	
3 Si, ya que eso esta perdiendo hoy en día.	1 Si, es necesario para tener siempre presente nuestra cultura, para las personas que comprendos también saber cual es la cultura a la que nosotros estamos haciendo	1 Yo considero que sí por qué por medio de estos productos la gente de la sierra da a manifestar lo que ellos son, lo que ellos fueron y lo que ellos serán. A lo mejor	Si	1 Si muy importante, para un turista que no conoce bien una cultura, creo que al ver simbolizado en una prenda y otra persona lo puede volver a ver, identifica el lugar	

		propaganda.	más adelante con los bordados que ellos hacen nos dan a conocer sus vivencias sus lugares de donde viven y de donde ellos proviene n.		de donde viene y que historia representa.	
--	--	-------------	---	--	---	--

Pregunta No 7: ¿Le gustaría adquirir productos artesanales representativos del lugar?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Adquisición del producto 1. Atestiguar que se visitó el lugar 2. Recordar el lugar 3. Adorno	Si, siempre	Si, de hecho, si tengo.	2 Sí, me parece que es como también llevarse un recuerdo del sitio que visitamos .	2 Claro que sí, sobre todo un logotipo que represente tal vez con la imagen de la mitad del mundo y que le pongan	3 Claro por ejemplo el monumento de la Mitad del Mundo es un artefacto que puede llevar para mi oficina.	Tras analizar los datos, se concluye que a los turistas les interesa comprar productos indumentarios artesanales como una forma de testimoniar

				<p>por ejemplo “yo visité” o sea algo así algo que yo me acuerde o que tenga algún nuevo tipo por ejemplo cuando yo compré para algún familiar que tenga por ejemplo “pronto estaré en” algo así.</p>		<p>su visita al lugar y también como recuerdo del atractivo turístico.</p>
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	<p>2 Sí, por supuesto es algo que nos representa y qué bonito que en la vestimenta se pueda llevar.</p>	<p>2 Si, la verdad si los he adquirid o y tengo algunos.</p>	<p>1 Estaría bonito sí que se viera reflejado el monumento.</p>	<p>2 Sí, claro que sí o sea como te digo obviamente no solo los productos de la mitad del mundo sino de todos sus</p>	<p>2 Sí, yo pienso que sí, que debería hacerse y plasmars e de mejor manera para que esto llegue a</p>	

				alrededor es ya que esto es un atractivo turístico que se encuentra opacando el resto de los atractivos turísticos que tiene San Antonio de Pichincha, si sería bueno que se distribuyera todo el tipo de artesanías de los alrededores, así como la mitad del mundo.	las personas que lo adquieren.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	2 Me gustaría que estén ahí los dibujos de la representación del monumento.	2 Claro, pues se ve bien hermoso.	2 Si, si me gustaría.	1 Claro, para demostrar que estuve en este lugar.	2 Si, me gustaría adquirir productos artesanales del lugar para	

					llevar un recuerdo.
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20
	2 Si, para llevarme como recuerdo.	Si me gustaría adquirirlos	2 Si, porque es una forma de nosotros conocer si estamos acá en la mitad del mundo pues que tengan todas estas situaciones de la mitad del mundo de todos los lugares turísticos, porque estaríamos conjugando de un lado y de otro lado y tendríamos muchas más alternativas para poder adquirir estos productos.	Si	2 Si, me parece interesante, siempre y cuando sea lo más sencillo y represente al lugar.

Pregunta No 8: ¿Prefiere productos hechos a mano o productos industrializados?

¿Por qué?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Elaboración de producto 1.Hecho a mano 2.Industrializado	a-1 A mano, porque se puede apreciar mayor la elaboración en función a la calidad de la persona que lo está haciendo, las industriales son muy comerciales y todos lo pueden hacer.	a-1 El hecho a mano tiene el agregado que es algo que no se va a repetir, pero el industrializado tiene como otro tipo de trabajo que también es interesante.	a-1 Prefiero los productos más hechos a mano.	a-1-2 Yo creo que los dos, siempre que sean de buena calidad está bien.	a-1 Producto a mano, porque es lo artesanal lo típico de aquí.	Los visitantes muestran un mayor interés en los productos artesanales elaborados a mano ya que mencionan que esta manera de elaboración es más detallada y posee un gran valor cultural
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	a-1 A mano son creo que más valorados.	a-1 A mano	a-1 Es más bonito hecho a mano siento que tiene	a-1 Productos hechos a mano porque como estamos	a-1 La verdad hecha a mano, porque ahora la	

			<p>más significativo ya que ayudas a la gente que trabaja de eso.</p>	<p>hablando de artesanías obviamente al meter industria estaríamos perdiendo el tema de artesanal.</p>	<p>mayor parte de cosas o productos que nosotros tenemos en la actualidad son solo hecho por máquinas, pero no encontramos una garantía de que el producto nos vaya a durar, entonces aquellos como vemos en nuestros ancestros, las personas que estaban, crearon esta cultura, duraba más porque estaba hecho de</p>	
--	--	--	---	--	--	--

					buena manera.
INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
a-1 A mano, porque realmente ahora en este tiempo ya son muy pocos ya no hay mucho, la mayoría son de las industrias en cambio a mano son más detallados.	a-1 Yo prácticamente le veo mejores hechos a mano que es lo mejor, son estructuras buenas, lo mejor.	a-1 A mano porque es el trabajo que hace la gente aquí, demuestra a todo el talento que hay.	a-1 A mano estando en el lugar porque es lo tradicional del lugar en el que me encuentro.	a-1 A mano, ya que tienen más dedicación y más esfuerzo al momento de ser realizados.	
INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
a-1 A mano.	a-1 A mano, porque tienen un mayor simbolismo y las personas que lo realizaron pusieron ahincó.	a-1 Si tuviera la posibilidad económica si me comprara un hecho a mano, ya que estos productos son de	a-1-2 A mano e industrializado.	a-1 A mano, según el diseño que presente.	

			precios bastante elevados.			
--	--	--	----------------------------	--	--	--

Pregunta No 9: ¿Opina usted que es relevante otorgar importancia al valor simbólico del patrimonio cultural en cada comunidad? ¿Por qué?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Valor simbólico cultural 1.Evitar su extinción 2.Conocimiento cultural 3.Diferenciador cultural	2 Si, es importante que se representen en los productos, lo que es el patrimonio, la cultura de cada región, para que de esta manera se dé a conocer al mundo.	2 Si, definitivamente porque es una manera de definir cada cultura y eso da una identidad diferente a cada uno de los que estamos cohabitando en este lugar, porque cada cultura tiene su definición específica.	2 Sí me parece que es importante porque esto es un símbolo como de nuestra identidad o sea nuestra identidad nacional cultural, no sólo digamos para el mundo sino también para nosotros mismos como ciudadanos, yo soy	2 Claro sí es importante porque eso refleja también un poco lo que es de Ecuador entonces es importante porque como hay tantos visitantes que son extranjeros,	3 Claro, porque de esta manera reflejan que son ecuatorianos de corazón.	Es importante para los turistas dar a conocer las tradiciones y el patrimonio cultural de cada lugar. Esto permite difundir la cultura ecuatoriana y resaltar su singularidad y

			ecuatoriana entonces me parece que también como enorgullece rnos de eso es parte como de reforzar nuestra identidad cultural para que no se pierda.	ellos se llevan una muestra de lo que es aquí el Ecuador también en una camiseta o en un poncho, entonces sí refleja la identidad de nuestro país.		diferencia respecto a otras naciones .
INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10		
2 Claro, considero que todo lo que he visto de lo que han presentado con respecto a las culturas son super bueno y mejor si lo hacen en tema	2 Sí porque cada una de las culturas, cada uno de los lugares que visitamos tiene parte de su historia y de sus propias raíces ancestrales entonces sí es muy interesante también	1 Claro por supuesto es lo que queda marcado en la historia y en cada lugar tiene su diferencia y qué bonito que lo puedan resultar culturalmente en todos lados	3 Sí, y es que cada lugar turístico del país siempre debería respetar este tipo de cosas y nunca perderlas ya que al perderse estarían	2-3 Sí, yo pienso que sí, porque bueno hablando especialmente de nuestro país tenemos tantas comunidades tantos lugares en los que tienen		

	de las artesanías porque eso es como lo que te llevas como recuerdo.	conocer de eso.	en estas formas para que no se pierdan, para que siga prevaleciendo en la humanidad en el futuro.	os perdiendo esencia como país y como cultura.	tanta cultura que muchos de nosotros no conocemos entonces al nosotros pedir que se centralice y busquen para que las culturas salgan a flote y que esto sea conocido por los visitantes siendo nacionales y extranjeros nos ayudaría mucho a nosotros para el desarrollo del país.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	2 Sí, es muy important	2 Bueno yo significativamente estoy	2 Sí, claro que sí para que se dé a	2 Si, porque demuest	2-3 Si, es muy important	

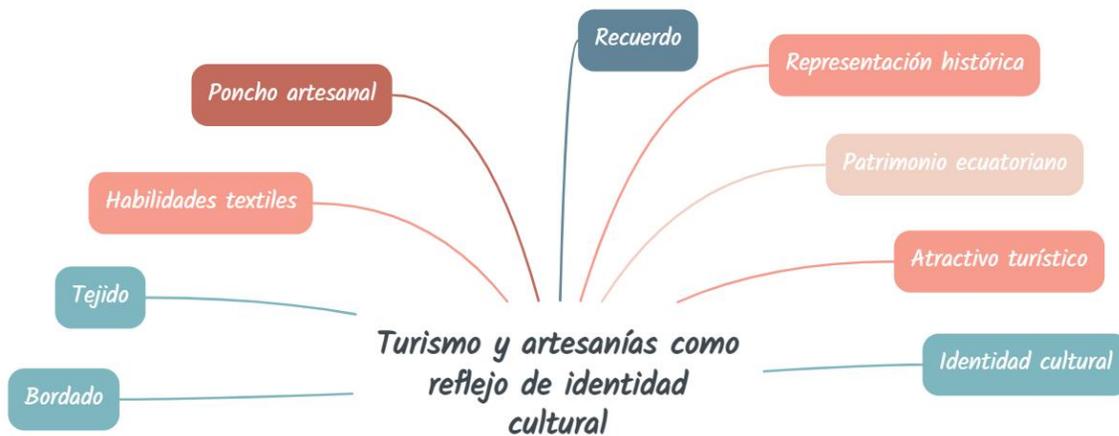
	e que cada comunidad los refleje, porque uno va a visitarlos y es importante ver la cultura reflejada en sus productos .	de acuerdo en eso porque si hablamos de Otavalo o si hablamos de otras partes de la costa entonces es muy bonito, relevante ver esas cosas de cada ciudad de cada pueblo para que se conozca.	conocer la cultura de cada comunidad.	ra su cultura de dónde vienen de donde son para que los demás puedan conocer.	e representa el valor simbólico que van contando sobre las diversas comunidades que tiene el Ecuador.	
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	1 Si, porque a través de ello evitamos que se pierda o se extingan las tradiciones de cada una de las comunidades.	2 Si, porque es lo que identifica a cada una de las comunidades, y expande el conocimiento a las generaciones .	2 Yo considero de acuerdo con el lugar en que se esté, las personas de cada lugar yo creo que sí deberían estar conscientes de lo que tienen, exponer y sacar a la luz lo que ellos tienen y la mejor manera es por medio de estos	3 Si	1-2 Si, es muy importante, considero que la cultura es el rastro de toda una civilización, y al perderlo se pierde su identidad.	

			productos porque son convivencias grabadas de las personas nativas de esos lugares.			
--	--	--	---	--	--	--

Conclusión

El atractivo turístico, conservado de manera adecuada y cautivador para disfrutar en compañía de la familia, es motivo de asombro para los visitantes. Se distingue por su representación histórica de Ecuador y su condición como un monumento significativo. El poncho artesanal es el artículo más popular y emblemático. A los turistas les complace que las prendas de vestir reflejen la riqueza histórica y cultural de Ecuador, mediante una paleta de colores tanto cálidos como fríos. Los visitantes valoran las habilidades textiles, como el tejido y el bordado, que evidencian el talento ecuatoriano. Desean adquirir productos artesanales como testimonio de su visita y

como recuerdo. Resulta fundamental fomentar la identidad cultural y el patrimonio ecuatoriano para resaltar su singularidad.



ENTREVISTA A VENEDORES DE ARTESANIAS DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA

Figura 23. Representación gráfica de la información

Fuente: elaborada por Dayana Pacheco

Pregunta No 1: Según su experiencia, ¿el comprador prefiere productos: tejidos, bordados o estampados?

Tabla 4

Categoría de análisis de datos entrevista vendedores

CATEGORIA CODIGO	INF. 1 Tiempo de experiencia: 5 años Género: hombre	INF. 2 Tiempo de experiencia: 55 años Género: mujer	INF. 3 Tiempo de experiencia: 11 años Género: mujer	INF.4 Tiempo de experiencia: 48 años Género: mujer	INF.5. Tiempo de experiencia : 20 años Género: mujer	SINTESES
Técnica textil 1.Tejido 2.Bordado 3.Estampado	1-2 Bordados y tejidos	1-2 Tejido y bordados	1-2 Tejido y bordados	1-2-3 Todas las opciones	1 Tejidos	Basándose en la experiencia de los vendedores de productos artesanales, se puede concluir que la técnica textil más demandada en el mercado artesanal es el tejido y bordado manual y en telares de madera. Los estampados tienen una menor aceptación
	INF. 6 Tiempo de experiencia: 30 años Género: mujer	INF.7 Tiempo de experiencia: 13 años Género: hombre	INF. 8 Tiempo de experiencia: 5 años Género: mujer	INF. 9 Tiempo de experiencia: 25 años Género: hombre	INF.10 Tiempo de experiencia : 2 años Género: hombre	
	1-2 Tejidos y bordados	2 Bordados	1-2 Tejido y bordado	1 Tejido a mano	2 bordado	
	INF.11 Tiempo de experiencia: 10 años Género: hombre	INF.12 Tiempo de experiencia: 20 años Género: mujer	INF.13 Tiempo de experiencia: 3 años Género: mujer	INF.14 Tiempo de experiencia: 35 años Género: mujer	INF.15 Tiempo de experiencia : 2 años Género: hombre	
	1-2 Bordados y tejidos más, estampado	2 Bordado a mano	1-2 Tejido y bordado	1-2-3 Todas las opciones	1-2 Prefieren más que todo lo que sea	

	os no les gustan mucho				confeccionado a mano, que sea tradicionalmente hecho a mano.	en el mercado, ya que los clientes prefieren técnicas elaboradas de manera más artesanal sin uso de máquinas industriales.
	INF.16 Tiempo de experiencia: 1 mes Género: mujer	INF. 17 Tiempo de experiencia: 20 años Género: hombre	INF.18 Tiempo de experiencia: 20 años Género: mujer	INF.19 Tiempo de experiencia: 5 años Género: mujer	INF.20 Tiempo de experiencia: 20 años Género: mujer	
	2 Bordados	1-2-3 Tejido, bordado y estampado	1-2-3 Bordado, tejido y estampado	1-2-3 Bordado, tejido y estampado	1-2 Mientras más artesanal sea, mejor, en este caso tejido o bordado.	

Pregunta No 2: Según su criterio, ¿Cuáles son los colores que prefieren los clientes?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
a. Tonalidad de colores 1.Cálidos 2.Fríos	2 Colores oscuros: negro, café, blanco.	2 Azul, negro, rojo, crema.	1 Colores vivos: rojo, amarillo y verde	1 Colores fuertes, colores tradicionales.	1 Colores vivos y llamativos	De acuerdo con la experiencia de los vendedores

	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	es se concluye que los colores cálidos y fríos presentan gran acogida dentro del mercado artesanal, sin embargo, recalcaron que los turistas extranjeros tienen mas agrado por los colores cálidos en un nivel de saturación alto, mientras que, para los turistas nacionales, los colores oscuros son los que más prefieren.
	1 Extranjeros: colores encendidos	1-2 Extranjeros: coloridos y llamativos Nacionales: colores oscuros, gris y negro.	1-2 Colores oscuros y claros	2 Colores oscuros	1 Colores llamativos, purpura, rojo, amarillo, colores vivos.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	2 Colores oscuros	1 Coloridos	1 Los colores llamativos, que sean bien exaltados, por ejemplo, el amarillo, el verde, el fucsia, los turistas o los extranjeros, son los que escogen más, los nacionales, escogen un poco más los llanos,	1 Los típicos que son del país, Amarillo, azul y rojo y colores vibrantes que es algo típico.	1-2 Colores surtidos por los diferentes gustos de cada turista.	

			oscuros, gris, blanco.			
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	1 Tienden a elegir los colores llamativos, como el amarillo, el azul o también en los vestidos el color rosado, solo los colores fuertes.	1 Los llamativos, bastante, los colores claros que llaman la atención, morados, violetas, amarillos, los más fuertes.	1 Los colores atractivos, coloridos, colores fuertes.	1 Colores vivos, por lo general les llama más la atención a los extranjeros.	1 Generalmente solicitan colores vivos porque representa el folclore ecuatoriano	

Pregunta No 3: Considera usted que, ¿el cliente presta atención a la representación simbólica en el producto?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESES
a. Representación simbólica y estética 1.Figuras 2.Colores	b-2 Si, siempre quieren saber el porqué de la prenda.	a-5 Si, aprecian más porque somos indígenas y trabajamos	a-1-3 Si, les llama la atención la representación de las llamas y de las figuras	b-1 Algunos si toman atención de la representación	a-1 Si, se fijan en los gráficos	A los turistas les interesa que los productos reflejen la cultura y tradición ecuatoriana

3. Animales 4. Cultural 5. Origen b. Interés del cliente 1. Novedad 2. Significado		en artesanías	geométricas			a, que el producto cuenta una historia, también que se reflejen los elementos representativos de la serranía. Sienten interés por la combinación de figuras y colores llamativos.
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	b-2 Si, prestan atención a la representación	a-4 Si, la representación de la cultura y se les da una pequeña historia.	a-3 Si, se fija en las representaciones de los animales	a-4 Si, porque prefieren llevarse productos más tradicionales del Ecuador	a-4 Si, tiene que ver mucho con la cultura y lo que tiene que ver con la pachamama	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	a-4 Si, más en los productos simbólicos y tradicionales de aquí del sector o del Ecuador.	b-1 Si	a-1-4 Claro, por ejemplo, aquí, lo que ellos miran bastante, lo que es el Ayahuma, los logos, el sello del sucre, el sol, en tribal y todo eso.	a-1 Si, bastante, las cosas precolombinas, eso les gusta.	a-5 Si, lo toman mucho en cuenta, cuando se les dice que está hecho a mano, lo aprecian de mejor manera	
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	

	a-5 b-1 Si, la verdad, preguntan bastante, como es su origen o que representa, si les gusta.	a-5 Si, aquí en la mitad del mundo principalmente que este el monumento, a veces encuentra cosas de Galápagos y preguntan el por qué esta aquí, si no estamos ahí, entonces es bastante importante.	b-2 Si, preguntan sobre su significado	b-2 Si, les llama la atención y preguntan su significado.	a-4 Si, preguntan de donde es el producto, como se hace y que representa ese producto.	
--	---	--	---	--	---	--

Pregunta No 4: ¿Las personas que compran con mayor frecuencia son hombres o mujeres?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Genero del comprador potencial Femenino Masculino Ambos	3 Ambos	3 Ambos	3 Ambos	3 Mujeres	3 Ambos	Basándonos en la información proporcionada por los vendedores, se puede concluir que
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	1 Mujeres	3 Ambos	1 Mujeres	1 Mujeres	3 Ambos	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	1 Mujeres	1 Mujeres	1 Mujeres	3 Ambos	1 Mujeres	

	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	tanto mujeres como hombres son quienes adquieren los productos artesanales.
	1 Mujeres	3 Ambos	3 Ambos	3 Ambos	1 Mujeres	

Pregunta No 5: ¿Los turistas que adquieren mayormente los productos son nacionales o extranjeros?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESES
Origen del cliente Nacional Extranjero Ambos	2 Extranjeros	3 Ambos	2 Extranjeros	2 Extranjeros	3 Ambos	Después de analizar la información recopilada, se puede concluir que los visitantes que más adquieren productos artesanales son visitantes extranjeros, seguidos por los visitantes nacionales.
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	2 Extranjeros	2 Extranjeros	2 Extranjeros	3 Ambos	2 Extranjeros	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	2 Extranjeros	2 Extranjeros	3 Ahora están igual, por ejemplo, cuando están en vacaciones, en abril, es la gente de la costa, lo que es en mayo, gente colombiana	3 Ambos	2 Extranjero	

			a y así cuando van saliendo, en estos meses están llegando la mayoría, los extranjeros.			
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	2 Extranjeros	2 Extranjeros	3 Ambos	3 Extranjeros	1 Extranjeros	

Pregunta No 6: Según su criterio, ¿los productos son comprados para uso personal, regalo o recuerdo?

CATEGORIA CODIGO	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTESIS
Finalidad de compra del producto 1. Uso personal 2. Regalo 3. Recuerdo 4. Todas las opciones	4 Todas las opciones	4 Todas las opciones	4 Todas las opciones	1-3 Recuerdo y uso personal	3 Recuerdo	Se puede concluir que los visitantes adquieren productos artesanales con diversos propósitos, para su uso personal, regalos y
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	1-3 Recuerdo y uso personal	2-3 Regalo y recuerdo	1 Uso personal	1-2 Para regalo y uso personal	4 Todas las opciones	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
	1-3 Uso personal	2 Regalo	2 Lo compran más para	4 Todas las opciones	4 Todas las opciones	

	y recuerdo		regalar, del 100% solo el 20% es para el uso propio, más para regalar, viene a visitar, entonces dicen “voy a llevar un detalle a mi sobrina, a mi papá, mi hermano” entonces, van llevando los detalles.			como recuerdos.
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	2 Recuerdo	2-3 Regalo y recuerdo	2-3 Regalos y recuerdo.	3 Recuerdo	4 Todas las opciones	

Pregunta No 7: ¿Qué sugerencia dan los turistas sobre los productos existentes en el mercado que le ayude a usted a tomar decisiones para adquirir nueva mercadería?

CATEGORIA	INF. 1	INF. 2	INF. 3	INF.4	INF.5.	SINTE SIS
------------------	---------------	---------------	---------------	--------------	---------------	------------------

CODIGO						
Sugerencias de parte de los clientes Elaboración manual Variedad diseño Variedad tallas Variedad precios Material de calidad	1 Que sean hechos artesanalmente y elaborados en Ecuador	1 Que sean productos hechos a mano, tejido en telares de madera.	2 Diseños personalizados, con nombres del país	1 Productos hechos a mano	Ninguna	El turista solicita que haya innovación y variedad de diseños, que el producto sea elaborado o netamente de manera artesanal y que se elaboren prendas con un tallaje grande.
	INF. 6	INF.7	INF. 8	INF. 9	INF.10	
	3 Tallas más grandes.	1-2 Productos hechos a mano y manejar una historia dentro de los productos.	2-3 Solicitan productos más variados en colores y tallas	1-2 Actualizan los diseños sin perder lo artesanal.	1 Diseños nuevos, que sea artesanal, propio y neto del país.	
	INF.11	INF.12	INF.13	INF.14	INF.15	
3 Que haya tallas más grandes en la ropa, porque a veces, viene personas bien grandes y no tenemos	Ninguna	2 Productos con gravados de sus nombres, diseños más personalizados.	2 Productos personalizados y actuales.	1 Solicitan productos más hechos a mano y propio del país, que sea más nacional, le gusta más lo exclusivo,		

	tallas de ese tamaño.				y que sea representativo del lugar.	
	INF.16	INF. 17	INF.18	INF.19	INF.20	
	4 Variedad de precios.	2 Tener variado, siempre les gusta tener opciones, diferentes modelos, tamaños y así.	2 Por el momento los ponchos, que están de moda y los artículos de la mitad del mundo, el poncho es el más solicitado.	3 Variedad de tallas, diferentes estampados y técnicas artesanales.	5 Productos de calidad	

Conclusión

Basándonos en la experiencia de los vendedores de productos indumentarios artesanales, se puede concluir que la técnica textil más demandada en el mercado artesanal es el tejido y bordado manual en telares de madera, mientras que los estampados tienen una menor aceptación. Los colores cálidos y fríos son populares, con los turistas extranjeros mostrando preferencia por colores cálidos y saturados, mientras que los turistas nacionales prefieren tonos oscuros. Los productos artesanales deben reflejar la cultura y tradición ecuatoriana, contar una historia y representar elementos característicos de la serranía. Tanto hombres como mujeres adquieren productos artesanales, y los visitantes extranjeros son los principales compradores, seguidos por los visitantes nacionales. Los turistas valoran la innovación, variedad de diseños y la elaboración artesanal de los productos.

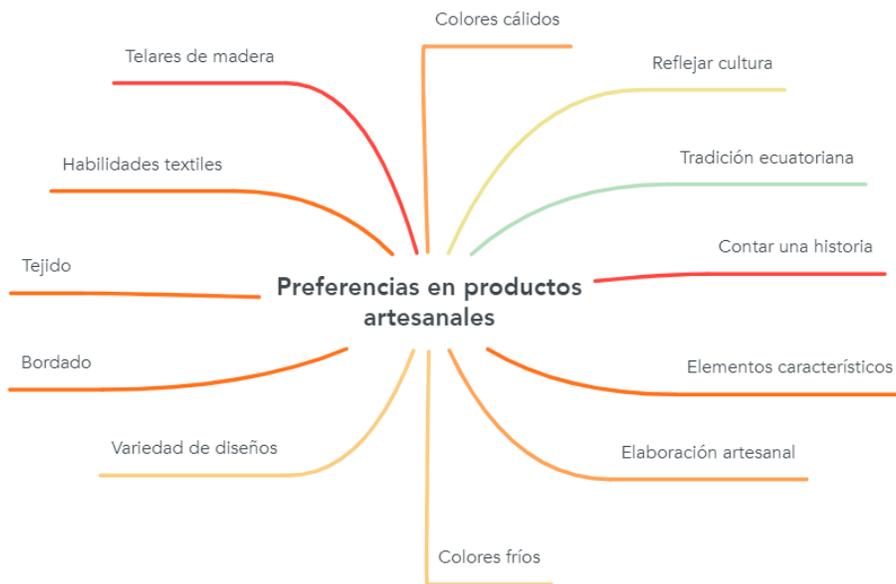


Figura 24. Representación gráfica

Fuente: elaborada por Dayana Pacheco

ENTREVISTA A GESTORES CULTURALES Y GUIAS TURISTICAS DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA

Pregunta No 1: ¿Cuál de los siguientes lugares son los más visitados por los turistas?

Tabla 5

Categoría de análisis de datos entrevista a Expertos

CATEGORIA CODIGO	INF 1 Lic. Mishel Bone Guía turística de la ciudad Mitad del Mundo desde hace 4 años	INF 2 Productor y Gestor Cultural Paúl Mauricio Lema.	INF 3 Guía Turístico Jaime Palán	INF 4 Dr. Maco Vinicio Ortiz: Arqueólogo y antropólogo de San Antonio de Pichincha.	SINTESIS
Atractivos turísticos más visitados	Monumento mitad del mundo Cerro Catequilla Ruinas de Rumicucho	Monumento mitad del mundo	Monumento mitad del mundo Ruinas de Rumicucho	Monumento mitad del mundo Ruinas de Rumicucho Cerro Catequilla	Según los expertos en el tema, se llega a la conclusión de que los sitios más frecuentados en la parroquia son: el Monumento de la Mitad del Mundo, las Ruinas de Rumicucho y el Cerro Catequilla.

Pregunta No 2: ¿Qué cantidad de visitantes recibe al mes?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Número de visitantes que recibe la	1500 a 2000 Especialmente en fines de semana y feriados de	2000	8000	9500	Se determina que el número de turistas que ingresan a la

parroquia al mes	recibe mas cantidad de gente.				parroquia oscila entre 2000 y 9500 visitantes por mes.
------------------	-------------------------------	--	--	--	--

Pregunta No 3: ¿En qué temporada del año la Parroquia recibe más turistas?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Temporada que más ingreso turístico tiene la parroquia	Junio a agosto, debido a que se realizan diferentes programas, y también porque los extranjeros se encuentran en temporada de vacaciones.	Verano	Agosto a septiembre	Feriados y fechas festivas	Según los datos recopilados, se llega a la conclusión de que la temporada de mayor afluencia turística en la parroquia se extiende desde junio hasta octubre. No obstante, también se registra un considerable ingreso de turistas durante las festividades y feriados.

Pregunta No 4: Según su experiencia ¿Los turistas que visitan con mayor frecuencia son nacionales o extranjeros?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Origen de turistas y visitantes	Ambos, nacionales por lo general es en mayor cantidad.	Extranjeros	Extranjeros	Extranjeros	Según la información recopilada, se llega a la conclusión de que la mayoría de los visitantes son de origen extranjero. No obstante, también se reciben visitantes nacionales en un número considerable.

Pregunta No. 5: ¿Qué elementos del Patrimonio Cultural Tangible Arquitectónico (monumentos, edificaciones, etc) considera usted que son los más representativos de San Antonio de Pichincha?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Patrimonio cultural tangible	Monumento Mitad del Mundo Ruinas de Rumicucho Cerro Catequilla	Cerro Catequilla Ruinas de Rumicucho	Pucara de Rumicucho Cerro Catequilla	Primer monumento Mitad del Mundo Ruinas de Rumicucho Cerra la Marca Cerro Catequilla	Según la evaluación de los expertos, se llega a la conclusión de que los principales atractivos turísticos

				Monumento actual Mitad del Mundo Museo Intiñan Museo del Sol Edificio UNASUR Primeros Viñedos de los Franciscanos	que representan el patrimonio cultural tangible de San Antonio de Pichincha son el Monumento Mitad del Mundo, las Ruinas de Rumicucho y el Cerro Catequilla.
--	--	--	--	---	--

Pregunta No. 6: ¿Qué elementos del Patrimonio Cultural Intangible (costumbres, fiestas tradicionales, etc) considera usted que son los más representativos de San Antonio de Pichincha?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Patrimonio cultural intangible	Fiestas de San Antonio Yumbada	Fiesta de Yumbos	Fiesta de Yumbos	Yumbada	Tras considerar la perspectiva de los expertos, se puede concluir que la celebración de la Fiesta de los Yumbos forma parte

					del patrimonio cultural intangible de San Antonio de Pichincha.
--	--	--	--	--	---

Pregunta No. 7: ¿Considera usted que es importante la implementación de proyectos que incentiven al conocimiento del Patrimonio Cultural de San Antonio de Pichincha? ¿Por qué?

CATEGORIA CODIGO	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	SINTESIS
Importancia de proyectos que difundan el patrimonio cultural	Claro, en todas partes sería importante eso porque muchas veces nosotros viviendo en el mismo sector en el mismo lugar se desconocen y hay muchas actividades, muchas cosas por hacer aquí en el sector, pero muy pocas personas lo conocen, en la actualidad se está conociendo un poco más por lo que está el monumento de la mitad	Es de gran importación y aún más si la juventud se encuentra dentro de ellos, ya que son quienes permitirán que este conocimiento vaya de generación a generación.	Si, para valorar la historia de nuestros antepasados y transmitirlo hacia el ámbito internacional.	Lamentablemente nadie ha dado interés al patrimonio cultural ecuatoriano. Pero me parece interesante que a través de este proyecto se pretenda difundir el patrimonio cultural de San Antonio de Pichincha, con la finalidad de que los turistas les llame la atención conocer sobre los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia.	Basándonos en las evaluaciones de los expertos, se puede llegar a la conclusión de que, al implementar proyectos destinados a difundir el patrimonio cultural de la parroquia, se logrará ampliar el alcance y despertar el interés de un mayor número de personas en conocer los diversos atractivos turísticos de la zona, ya que a través

	<p>del mundo las personas del extranjero están viniendo y también están conociendo un poco más y le están llamando más la atención pero si debería haber más publicidad en los colegios o en las universidades que se fomente más esto para que las personas también conozcan y también ayuden a difundir esta información.</p>				<p>de estos se daría más promoción a los diferentes atractivos turísticos de la parroquia.</p>
--	---	--	--	--	--

Conclusión

Según los expertos, los sitios más visitados en la parroquia son el Monumento de la Mitad del Mundo, las Ruinas de Rumicucho y el Cerro Catequilla. El número de turistas mensuales varía entre 2000 y 9500, siendo la temporada de mayor afluencia de junio a octubre, así como durante festividades y feriados. La mayoría de los visitantes son extranjeros, aunque también se reciben turistas nacionales en cantidades significativas. Estos atractivos representan el patrimonio cultural tangible de San Antonio de Pichincha, junto con la celebración de la Fiesta de los Yumbos, que forma parte del patrimonio cultural intangible. Los expertos sugieren la implementación de proyectos para promover el patrimonio cultural y despertar el interés de más personas en los atractivos turísticos de la parroquia.

FICHAS DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO

Tabla 6

Ficha de autopsia del producto N°1

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°1	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 1
Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Poncho alpaca andino figuras	
	<p>Composición del material 40% Alpaca 40% Lana de Oveja 20% Acrílico</p>
	<p>Tonalidad: Paleta cromática: negro, azul marino, celeste, gris, café, beige.</p>
	<p>Textura: lisa- plana</p>
	<p>Técnica textil: Tejido</p>
	<p>Diseño dentro del tejido: figuras geométricas aztecas Representación simbólica Indio lobo: El lobo es un animal muy reverenciado por los nativos americanos. Es considerado como un ser espiritual y protector, que simboliza la resistencia y la lealtad hacia su grupo.</p>
<p>Descripción general: modelo con capucha y flecos en la parte inferior de la prenda.</p>	<p>Cantidad de piezas para el armado: 3 piezas: 1 pieza delantera</p>

	y posterior, 1 pieza derecha capucha, 1 pieza izquierda capucha
Marca: Runa arts Origen: Otavalo	Control de calidad (acabados) Falta pulido en la parte interna de las uniones de la prenda.
Ocasión de uso: Climas fríos	Tipo de elaboración: 15 minutos en tejer y 1 hora en armado de piezas
Talla: Unisex/ un solo tamaño grande	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Precio: \$25	Nivel de aceptación en el mercado: Muy bueno
Medidas: Alto: 40.16 pulgadas Ancho: 46.46 pulgadas	

Tabla 7

Ficha de autopsia del producto N°2

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°2	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 2
Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Chal de abrigo	
	Composición del material 40% Alpaca 40 % Lana de Oveja 20 % Acrílico.
	Tonalidades: Paleta cromática: amarillo, naranja, celeste, azul Contraste: negro
	Textura: lisa- plana

	Técnica textil: Tejido
	Diseño dentro del tejido: figuras geométricas aztecas. Representación simbólica: greca escalonada
Descripción general: modelo con flecos en la parte inferior de la prenda.	Cantidad de piezas para el armado: 1 pieza delantera y posterior
Marca: Runa arts Origen: Otavalo	Control de calidad (acabados) Falta pulido en la parte interna de las uniones de la prenda.
Ocasión de uso: climas fríos	Tipo de elaboración: 15 minutos en tejer y 1 hora en armado de piezas
Talla: Un solo tamaño	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Precio: \$19	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Medidas: Alto: 70.86 pulgadas Ancho: 26.77 pulgadas	Nivel de aceptación en el mercado: Bueno

Tabla 8

Ficha de autopsia del producto N°3

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°3	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 3

Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Ruana lineal suave de alpaca	
 	Composición del material 40% Alpaca 40 % Lana de Oveja 20 % Acrílico.
	Tonalidades Paleta cromática: Gris, beige, blanco, café
	Textura: suave y delicada
	Técnica textil: tejido
	Diseño dentro del tejido: líneas verticales
Descripción general: modelo lineal con tejido decorativo en bordes y cuello	Cantidad de piezas para el armado: 2 piezas: 1pieza delantero y posterior, 1 pieza cuello
Marca: Runa arts Origen: Otavalo	Control de calidad (acabados) Falta pulido en la parte interna de las uniones de la prenda.
Ocasión de uso: climas fríos	Tipo de elaboración: tejeduría industrial, producir telas tejidas a partir de hilos
Talla: Un solo tamaño	Tiempo de elaboración: 15 minutos en tejer y 1 hora en armado de piezas
Precio: \$18	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Medidas: Alto: 70.86 pulgadas	Nivel de aceptación en el mercado: Bueno

Ancho: 26.77 pulgadas

Tabla 9

Ficha de autopsia del producto N°4

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°4	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 2
Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Saco alpaca	
	Composición del material Alpaca y acrílico
	Tonalidades Paleta cromática: negro, verde, café, beige
	Textura: lisa- plana
	Técnica textil: tejido
	Diseño dentro del tejido: figuras geométricas aztecas
Descripción general: Saco lana de alpaca unisex	Cantidad de piezas para el armado: 5 piezas: 2 piezas brazos, 1 pieza delantero, 1 pieza posterior, 1 pieza cuello.
Marca: Runa arts Origen: Otavalo	Control de calidad (acabados) Falta pulido en la parte interna de las uniones de la prenda.

Ocasión de uso: diario	Tipo de elaboración: tejeduría industrial, producir telas tejidas a partir de hilos.
Talla: S/M/L	Tiempo de elaboración: 15 minutos en tejer y 1 hora en armado de piezas
Precio: \$20	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Medidas Alto: 58cm Ancho: 48cm	Nivel de aceptación en el mercado: Bueno

Tabla 10

Ficha de autopsia del producto N°5

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°5	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 3
Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Mochila artesanal	
	Composición del material Sintético
	Tonalidades Paleta cromática: gris, vino, café, azul marino, beige
	Textura: lisa- plana
	Técnica textil: tejido

	<p>Diseño dentro del tejido: figuras geométricas nativas, rombos, chacana Representación simbólica: animal: llama</p>
<p>Descripción general: mochila autóctona</p>	<p>Cantidad de piezas para el armado: 21 piezas</p>
<p>Marca: Natibag Origen: Otavalo</p>	<p>Control de calidad (acabados) Se requiere más precisión en las uniones de costuras internas.</p>
<p>Ocasión de uso: diario</p>	<p>Tipo de elaboración: tejeduría industrial, producir telas tejidas a partir de hilos.</p>
<p>Talla: no aplica</p>	<p>Tiempo de elaboración: 15 minutos en tejer y 1 hora en armado de piezas</p>
<p>Precio: \$14</p>	<p>Tiempo de entrega: 1 semana de espera</p>
<p>Medidas: Alto: 44 cm Ancho: 34 cm Profundidad: 12cm</p>	<p>Nivel de aceptación en el mercado: Bueno</p>

Tabla 11

Ficha de autopsia del producto N°6

FICHA DE AUTOPSIA DEL PRODUCTO N°6	
Fecha: 03/06/2023	Tienda: 1
Elaborada por: Dayana Pacheco	
Producto: Zapato étnico	
	Composición del material Sintético
	Tonalidades Paleta cromática: café, vino, naranja, azul, amarillo, beige
	Textura: lisa- plana
	Técnica textil: tejido
	Diseño dentro del tejido: figuras geométricas aztecas
Descripción general: Zapato étnico de hombre	Cantidad de piezas para el armado: 13 piezas
Marca: Yeshua-7	Control de calidad (acabados) Mejorar forro interno del zapato
Origen: Otavalo	Tipo de elaboración: tejeduría industrial, producir telas tejidas a partir de hilos.
Ocasión de uso: diario	Tiempo de elaboración: 2 horas
Talla: 39	Tiempo de entrega: 1 semana de espera
Precio: \$35	Nivel de aceptación en el mercado: Bueno

Conclusión

Los productos de vestimenta artesanal analizados provienen exclusivamente de Otavalo y son mayormente utilizados en la vida cotidiana y en climas fríos. La talla varía según la prenda, y los precios oscilan entre 8 y 35 dólares. Los materiales comunes incluyen alpaca, lana de oveja, acrílico, así como materiales sintéticos y algodón. Se emplean tonalidades oscuras y frías, aunque también se usan colores claros. La mayoría de los productos presenta una superficie lisa y plana, fabricados principalmente con la técnica artesanal textil de tejido. Las representaciones gráficas de figuras geométricas aztecas son predominantes. La calidad de las prendas podría mejorar en términos de acabado. La mayoría de los productos son fabricados de manera industrializada y el plazo de entrega es de aproximadamente una semana. Estos productos indumentarios son altamente populares y demandados en el mercado artesanal.

4.5. Representación gráfica

Triangulación de datos



Figura 25. Representación gráfica

Fuente: elaborada por Dayana Pacheco

Conclusiones

Mediante la aplicación de entrevistas a gestores culturales y guías turísticos, se llevó a cabo un estudio exhaustivo con el objetivo de identificar los elementos más representativos de la localidad. En este sentido, los expertos entrevistados destacaron el Monumento de la Mitad del Mundo, la Pucara de Rumicucho y el Cerro Catequilla como los atractivos de mayor relevancia.

Para determinar cuál es el producto más demandado en el mercado artesanal de la parroquia, se llevaron a cabo entrevistas con los vendedores de artesanías locales. Los resultados revelaron que el poncho artesanal es el producto más vendido en la actualidad. Este producto indumentario se considera una representación significativa de la cultura del país, y su elaboración artesanal refleja el talento y el esfuerzo de los artesanos ecuatorianos. El poncho es adquirido principalmente como un símbolo representativo del país, siendo llevado por los turistas como un recuerdo y una forma de dar a conocer la cultura del país en sus lugares de origen.

A partir de las sugerencias planteadas por los vendedores de productos artesanales y las opiniones de sus clientes, se ha identificado una carencia en la representación de los atractivos turísticos de la parroquia en los productos indumentarios artesanales. Los clientes expresaron la necesidad de que estos productos reflejen los atractivos turísticos para poder evidenciar su visita a la localidad. Esta información se ha respaldado mediante la aplicación de fichas de autopsia de producto, que revelaron que la mayoría de los productos indumentarios artesanales estudiados carecen de símbolos propios del país.

En conclusión, mediante el uso de diversas herramientas de recolección de datos, se ha logrado obtener la información relevante necesaria para resignificar los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha, basándose en la opinión y conocimientos de expertos en el tema. Esta información será fundamental para la

viabilidad del proyecto en curso. Además, se ha definido el producto que reflejará los elementos identitarios seleccionados.

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1. Cronograma de producción

Tabla 12

Cronograma de producción

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ABRIL 2023 – SEPTIEMBRE 2023

Actividades		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
Fase investigativa	Análisis e investigación de los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha.	■															
	Delimitación de los elementos más representativos de la parroquia.			■													
	Identificar el producto que mayor demanda presenta dentro del mercado artesanal de la parroquia.				■												
Fase creativa	Moodboards						■										
	Bocetaje de propuestas de diseño							■									
	Definición de estructura cromática								■								
	Selección de propuestas de diseño								■								
Fase técnica y productiva	Proceso de fichaje								■								
	Selección de materiales e insumos									■							
	Digitalización de propuestas de diseño.										■						

Servicio de tejeduría			
Control de calidad.			
Comunicación de producto y Logística de distribución			

Fuente: Ficha cronograma de producción, por Dayana Pacheco

- En la fase investigativa del proyecto, se realizará un análisis de los elementos identitarios de San Antonio de Pichincha. Para ello, se llevarán a cabo entrevistas a expertos en el tema con el objetivo de identificar los elementos más representativos de la parroquia. A continuación, se procederá a identificar el producto artesanal de indumentaria que tiene mayor demanda en el mercado. Esta tarea se realizará mediante entrevistas a vendedores de dichos productos y a visitantes de los atractivos turísticos que deseen adquirir productos artesanales. Además, se recopilará información adicional sobre los productos más demandados en las tiendas y se registrarán sus características a través de fichas de autopsia de producto.
- En la fase creativa del proyecto, se utilizará la información recopilada en la fase investigativa para crear moodboards inspiracionales que capturen los elementos identitarios más representativos de la parroquia. Estos moodboards servirán como base para reinterpretar dichos elementos y generar síntesis gráficas que guiarán el proceso de bocetaje. Una vez que se hayan desarrollado las propuestas de bocetaje, se definirá la paleta de colores de las nuevas propuestas de diseño. Esta selección se basará en la información proporcionada por los vendedores y clientes, con el objetivo de determinar los colores más adecuados para las propuestas. Por último, se llevará a cabo una selección de las propuestas de diseño pertinentes que sean factibles dentro del alcance del proyecto.

- Durante la fase técnico-productiva del proyecto, se llevarán a cabo una serie de actividades. En primer lugar, se realizarán fichas técnicas de las propuestas de diseño seleccionadas. La elección de materiales e insumos se realizará dentro de la industria contratada. Una vez completada esta etapa, las propuestas de diseño seleccionadas se enviarán para su digitalización utilizando un software especializado dentro de la industria. Una vez que las propuestas estén digitalizadas, se realizarán pruebas de tejido para asegurarse de que se haya plasmado correctamente la propuesta. Después de las pruebas, se procederá a la realización del tejido. Finalmente, se llevará a cabo un control de calidad de los productos terminados antes de empaquetarlos. Para promocionar el producto, se dará a conocer la marca creada en el proyecto, junto con su significado y concepto.

5.2. Control de calidad.

El control de calidad es un procedimiento esencial que nos permite evaluar de manera sistemática y objetiva la calidad de un producto o servicio. Consiste en medir y analizar la calidad real de acuerdo con estándares predefinidos, con el objetivo de identificar posibles desviaciones o discrepancias. Una vez que se detecta una diferencia entre la calidad real y las normas establecidas, se toman acciones correctivas para corregir las deficiencias y mejorar la calidad del producto o servicio. Este proceso asegura que se cumplan los requisitos y expectativas de los clientes, promoviendo la satisfacción del cliente y la excelencia en la organización. (Juran, et al., 2021).

Para asegurar un adecuado control de calidad, es fundamental verificar que:

- Revisar que la maquila emplee la maquinaria adecuada para la elaboración de los productos.

- El diseño propuesto se interprete correctamente en la aplicación de diseño utilizada en el proceso de fabricación del producto.
- Es necesario hacer visitas a la maquila durante la etapa de elaboración del tejido para garantizar que los diseños propuestos se plasmen y reflejen de manera adecuada.
- Se debe realizar un control de calidad en el momento de la entrega del producto antes de proceder al empaquetado.

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.

Debido a la fase inicial del proyecto, se ha optado por contratar los servicios de Aly Textiles, una industria experta en el arte del tejido textil. Esta empresa está equipada con la maquinaria y la infraestructura adecuadas para llevar a cabo la producción del producto propuesto en el proyecto en curso.

Para la producción de los productos tejidos, es esencial contar con ordenadores equipados con el software Ilustrador, ya que este programa permite crear los bocetos que se utilizarán como referencia en el proceso de elaboración. Además, se requiere el uso de programas especializados en la configuración de los telares, los cuales permiten traducir y plasmar de manera precisa las propuestas de diseño en el tejido final. La combinación de estas herramientas tecnológicas garantiza la eficiencia y precisión en la creación de los productos tejidos, optimizando así el proceso de producción y obteniendo resultados de alta calidad.

5.4. Requerimientos de mano de obra.

El proyecto implica la participación de dos personas en el departamento de diseño, quienes desempeñarán un papel crucial en varias etapas del proceso. Estas dos

personas serán responsables de llevar a cabo la fase investigativa analítica, donde se recopilará y analizará información relevante para el proyecto. También estarán a cargo de la fase creativa conceptual, donde utilizarán la información obtenida para generar ideas y conceptos inspiradores.

Además del departamento de diseño, se requerirá una persona en el área de administración para gestionar y supervisar los aspectos logísticos y administrativos del proyecto. Esta persona será responsable de coordinar los recursos, manejar la documentación, mantener el seguimiento del progreso y asegurarse de que el proyecto se desarrolle de manera eficiente y dentro de los plazos establecidos.

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente.

La seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente son aspectos importantes dentro de las industrias de tejeduría. Se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones relacionadas con estos temas:

Seguridad Industrial

Identificación y control de contaminantes: Se deben identificar y controlar los contaminantes presentes en el ambiente de trabajo, como productos químicos y agentes biológicos, para proteger la salud de los trabajadores.

- Prevención de accidentes: Se deben implementar medidas de prevención de accidentes, como el uso de equipos de protección personal, la capacitación en seguridad laboral y la implementación de protocolos de seguridad
- Análisis de riesgos: Se deben realizar análisis de riesgos para identificar los peligros potenciales en el entorno de trabajo y tomar las medidas necesarias para minimizarlos

Medio Ambiente

- **Gestión de residuos:** Se debe implementar una gestión adecuada de los residuos generados en el proceso de tejeduría, siguiendo las normativas ambientales y promoviendo la reducción, reutilización y reciclaje de estos.
- **Contaminación acústica:** Se deben tomar medidas para controlar la contaminación acústica generada por las maquinarias y equipos utilizados en la industria textil
- **Sostenibilidad:** Se deben promover prácticas sostenibles en la industria textil, como el uso de materiales y procesos menos contaminantes, la reducción del consumo de energía y agua, y la implementación de estrategias de economía circular

Es importante que las industrias de tejeduría adopten medidas de seguridad industrial y cuidado del medio ambiente para garantizar la salud y bienestar de los trabajadores, así como para minimizar el impacto ambiental de sus actividades. La implementación de buenas prácticas en estos aspectos contribuirá a una industria más segura y sostenible.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio.

Creación de una colección de ponchos elaborados de manera artesanal, que actúan como portadores de elementos identitarios intrínsecos a San Antonio de Pichincha. Estas emblemáticas prendas son meticulosamente confeccionadas por manos hábiles de artesanos ecuatorianos, quienes de manera minuciosa entrelazan hilos para plasmar la esencia de su comunidad. Los diseños y colores meticulosamente tejidos en estos ponchos no solo capturan la riqueza del patrimonio cultural arquitectónico

de la parroquia, sino que también son inspirados por una herencia que cuenta historias a lo largo de generaciones.

Cada uno de estos ponchos es, en sí mismo, una ventana a través de la cual se puede admirar y entender la identidad de la parroquia. Al involucrarse con estas prendas, uno experimenta una conexión palpable con la calidez y el abrazo cultural que encapsulan, permitiendo compartir la historia y el patrimonio local con el resto del mundo. Además, se ha prestado especial atención a la experiencia del usuario, y por ello, cada poncho lleva consigo una narrativa única que detalla el proceso de su creación, otorgándole un valor adicional y profundizando el vínculo entre la prenda y su portador.

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas).

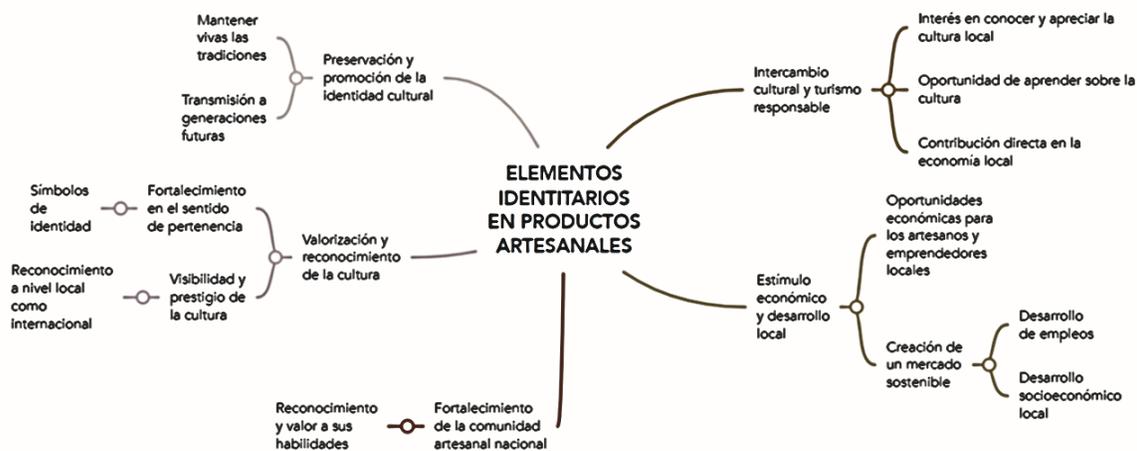


Figura 26. Lluvia de ideas

Fuente: elaborada por Dayana Pacheco

6.2. Perfil del cliente.

Tabla 13

Ficha de Cliente

	<p style="text-align: center;">Turista extranjero</p> <p style="text-align: center;">"El mundo es un libro, y aquellos que no viajan solo leen una página." - San Agustín</p> <p style="text-align: center;">Observador/ Versatil Aventurero/ Explorador</p>				
<p style="text-align: center;">Datos personales</p> <p>Edad: Variada, pero se centra en un rango de edad más amplio, como 25-55 años.</p> <p>Educación: Tercer nivel</p> <p>Estado civil: Casados/ Sin compromiso</p> <p>Residencia: Internacional y nacional</p> <p>Nivel socioeconomico: A a C+</p> <p>Tareas típicas en internet: Uso de redes sociales y ambito laboral.</p> <p style="text-align: center;">Duración de viaje</p> <p>Puede variar de pocos días hasta varias semanas.</p> <p style="text-align: center;">Forma de viaje</p> <p>Con la compañía de su pareja, en familia, en grupo de amigos o viajero solitario.</p>	<p style="text-align: center;">¿Quién es (usuario)?</p> <p>Hombres y mujeres, con edades comprendidas entre los 26 y 35 años, tanto de origen nacional como internacional, que han obtenido un nivel de educación superior y se desempeñan principalmente como profesionales científicos. Han completado su formación académica y se han establecido en el ámbito laboral. Se encuentran en una etapa de vida en la que disfrutan de mayor autonomía y recursos para planificar y llevar a cabo viajes.</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="699 1140 971 1440" style="vertical-align: top;"> <p style="text-align: center;">Comportamiento turístico</p> <p>Busca experiencias auténticas, interactúa con la comunidad local, utiliza servicios turísticos, muestra respeto por la cultura y el medio ambiente, y busca actividades y atracciones turísticas populares utilizando tecnología para planificar su viaje.</p> </td> <td data-bbox="976 1140 1256 1377" style="vertical-align: top;"> <p style="text-align: center;">Motivación del viaje</p> <p>Búsqueda de descanso, la exploración de destinos desconocidos, el aprendizaje sobre culturas diversas, la participación en actividades al aire libre y el disfrute de la gastronomía local, entre otras.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="699 1455 971 1713" style="vertical-align: top;"> <p style="text-align: center;">Nivel de experiencia viajando</p> <p>Ocila entre aquellos que son nuevos en el turismo hasta aquellos que son viajeros experimentados y han explorado múltiples destinos en ocasiones anteriores.</p> </td> <td data-bbox="976 1455 1256 1713" style="vertical-align: top;"> <p style="text-align: center;">Uso de tecnología</p> <p>Uso de dispositivos móviles, aplicaciones de viaje, redes sociales y recursos en línea para planificar y compartir su experiencia durante el viaje.</p> </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center;">Comportamiento turístico</p> <p>Busca experiencias auténticas, interactúa con la comunidad local, utiliza servicios turísticos, muestra respeto por la cultura y el medio ambiente, y busca actividades y atracciones turísticas populares utilizando tecnología para planificar su viaje.</p>	<p style="text-align: center;">Motivación del viaje</p> <p>Búsqueda de descanso, la exploración de destinos desconocidos, el aprendizaje sobre culturas diversas, la participación en actividades al aire libre y el disfrute de la gastronomía local, entre otras.</p>	<p style="text-align: center;">Nivel de experiencia viajando</p> <p>Ocila entre aquellos que son nuevos en el turismo hasta aquellos que son viajeros experimentados y han explorado múltiples destinos en ocasiones anteriores.</p>	<p style="text-align: center;">Uso de tecnología</p> <p>Uso de dispositivos móviles, aplicaciones de viaje, redes sociales y recursos en línea para planificar y compartir su experiencia durante el viaje.</p>
<p style="text-align: center;">Comportamiento turístico</p> <p>Busca experiencias auténticas, interactúa con la comunidad local, utiliza servicios turísticos, muestra respeto por la cultura y el medio ambiente, y busca actividades y atracciones turísticas populares utilizando tecnología para planificar su viaje.</p>	<p style="text-align: center;">Motivación del viaje</p> <p>Búsqueda de descanso, la exploración de destinos desconocidos, el aprendizaje sobre culturas diversas, la participación en actividades al aire libre y el disfrute de la gastronomía local, entre otras.</p>				
<p style="text-align: center;">Nivel de experiencia viajando</p> <p>Ocila entre aquellos que son nuevos en el turismo hasta aquellos que son viajeros experimentados y han explorado múltiples destinos en ocasiones anteriores.</p>	<p style="text-align: center;">Uso de tecnología</p> <p>Uso de dispositivos móviles, aplicaciones de viaje, redes sociales y recursos en línea para planificar y compartir su experiencia durante el viaje.</p>				

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

El público objetivo del presente proyecto se dirige a hombres y mujeres, con edades comprendidas entre los 26 y 35 años. Estos individuos provienen tanto del ámbito nacional como internacional, y se caracterizan por haber alcanzado un nivel de educación superior. Mayoritariamente, se desempeñan como profesionales en el campo científico, habiendo completado su formación académica y estableciéndose en el ámbito laboral. En esta etapa de vida, disfrutan de una mayor autonomía y cuentan con recursos para planificar y llevar a cabo viajes, lo que les permite explorar nuevas experiencias y ampliar su perspectiva cultural.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente

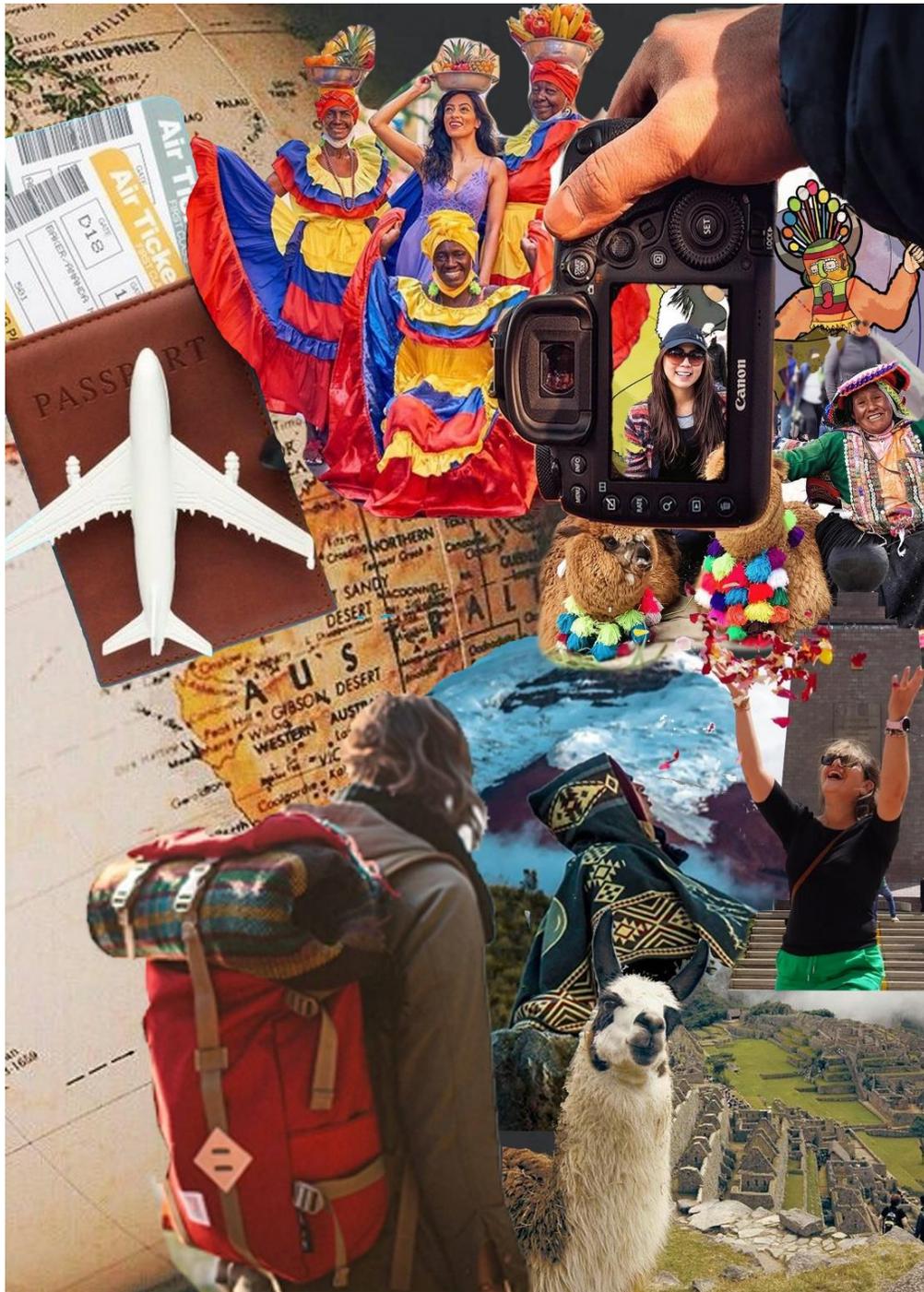


Figura 27. Moodboard perfil de cliente

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.3. Identidad de marca.



Figura 28. Manual de marca

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

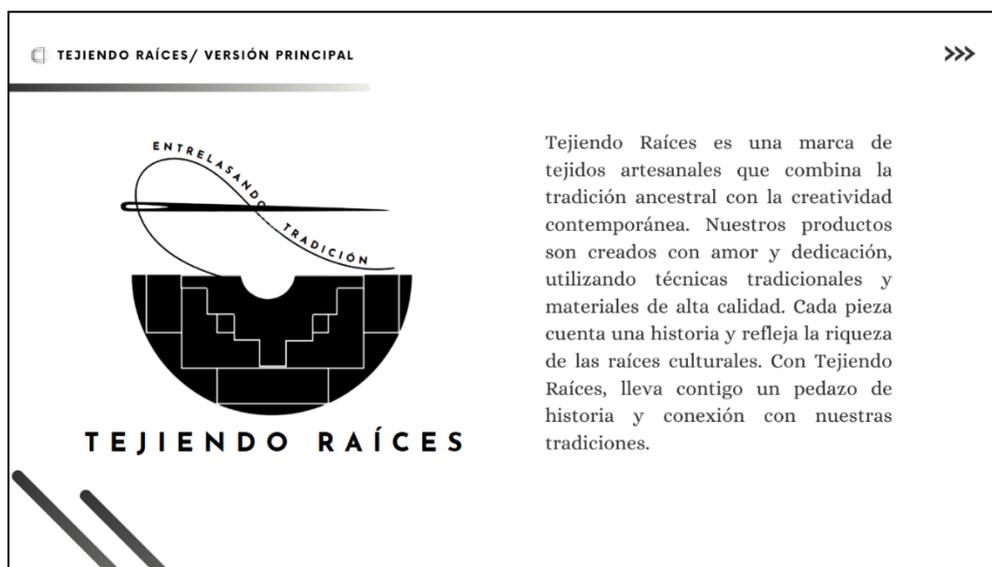


Figura 29. Visión principal

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

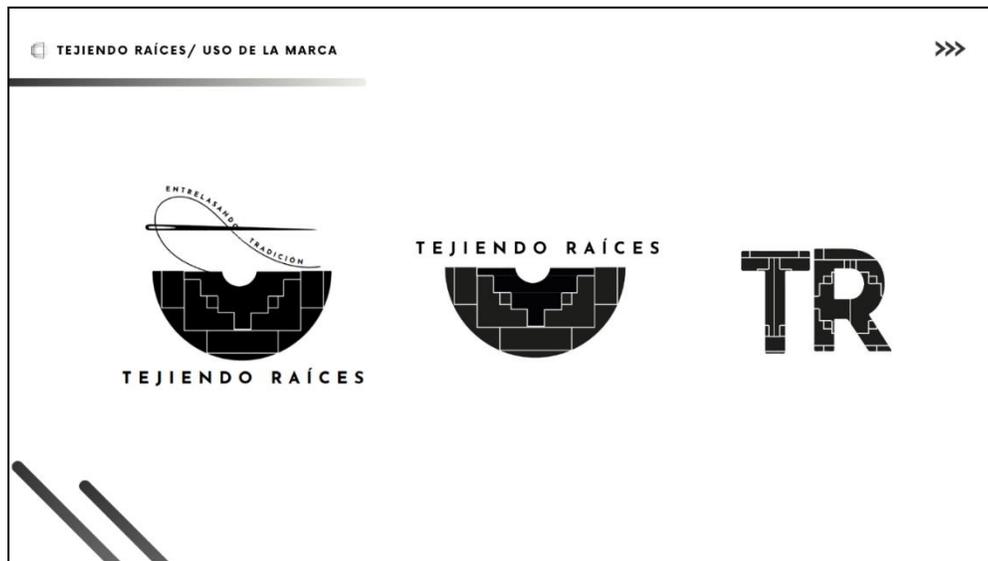


Figura 30. Uso de la marca

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

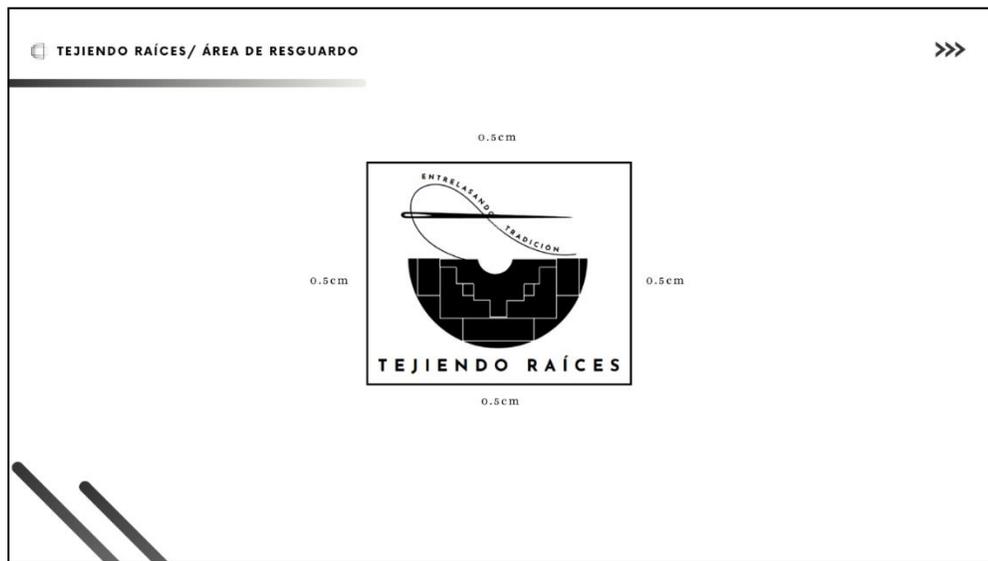


Figura 31. Área de resguardo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

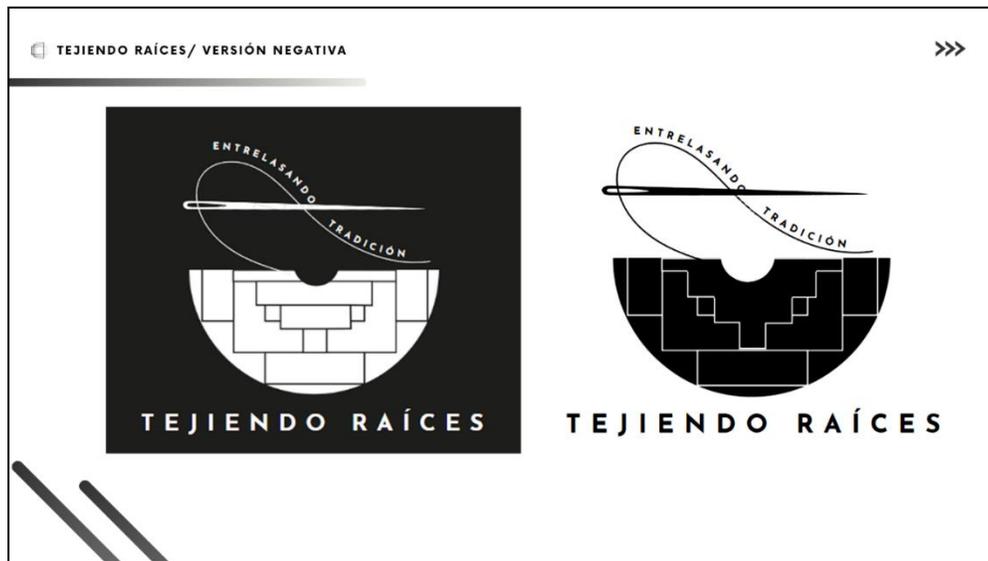


Figura 32. Versión negativa

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

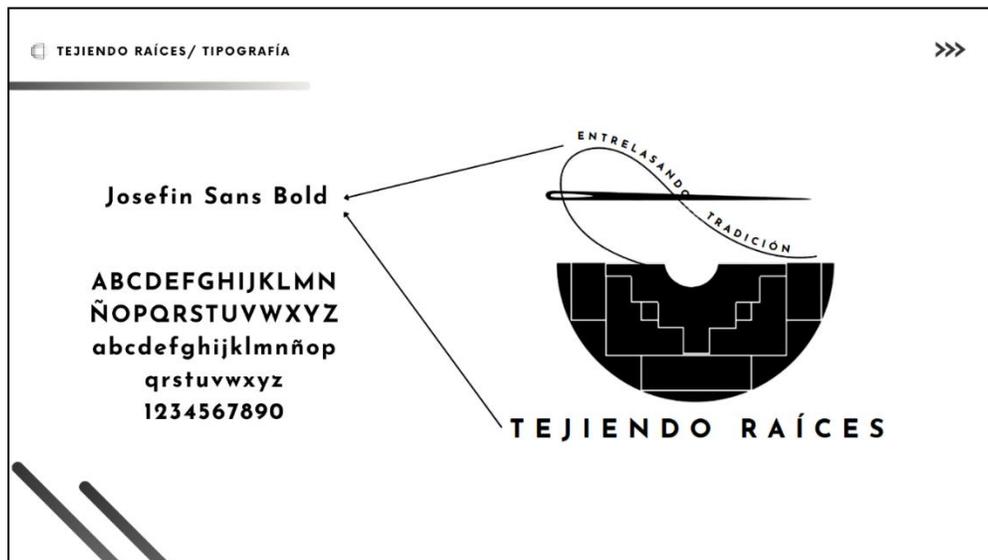


Figura 33. Tipografía

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.4. Uso de marca.

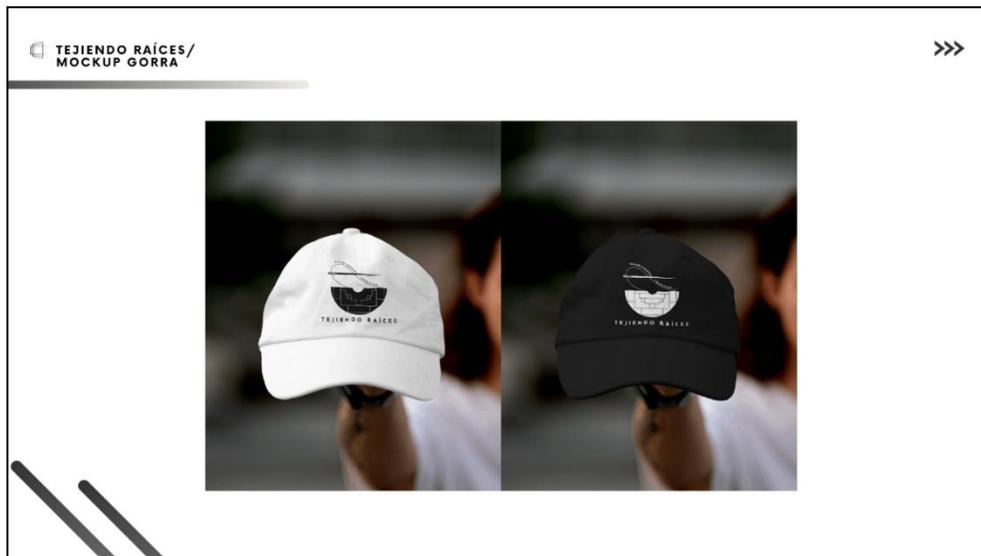


Figura 34. Mockup gorra

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 35. Mockups varios productos

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

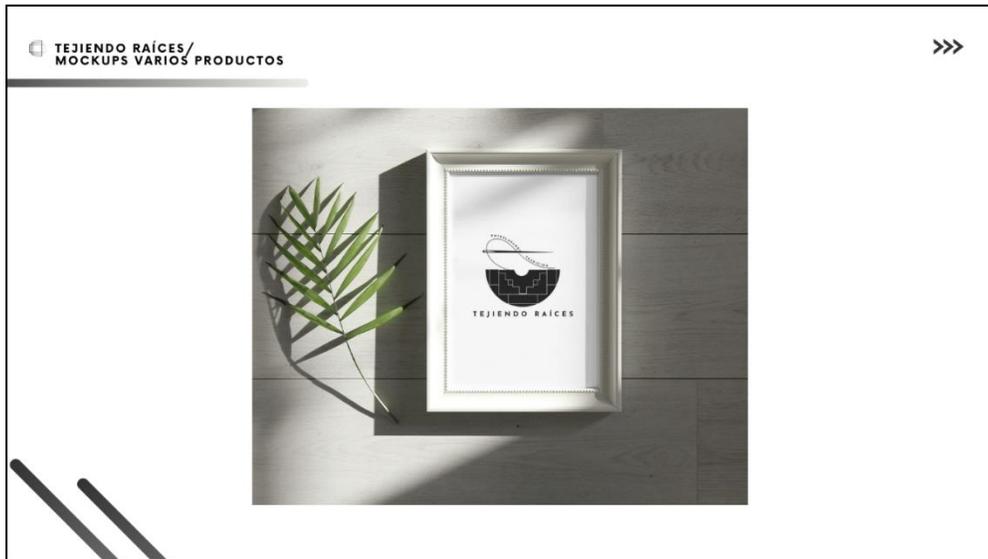


Figura 36. Mockup marco
Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 37. Mockup papelería
Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

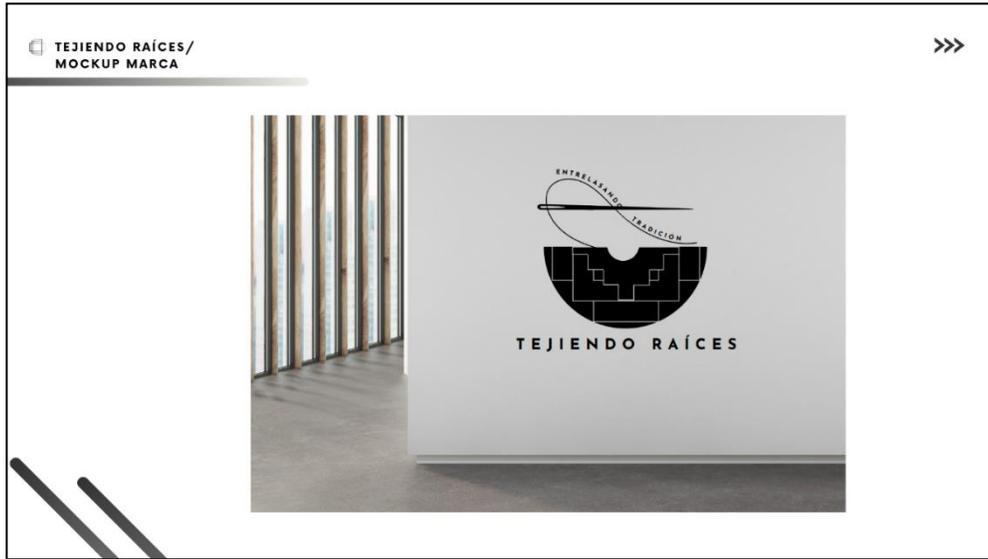


Figura 38. Mockup marca

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 39. Mockup hoodie

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.4.1. Elementos inspiracionales

De acuerdo con Seivewright (2014), los elementos del diseño muestran una interdependencia que constituye una parte esencial de la investigación. Este proceso se desarrolla mediante un conjunto de componentes que resultan esenciales para establecer factores como el tipo de tejido, la elección de colores y la orientación creativa de la colección. Esta transformación se manifiesta cuando la idea inicial se materializa en la forma y los detalles de la indumentaria. Además, aunque los elementos individuales puedan carecer de concreción por sí mismos, su combinación desempeña un papel fundamental en la configuración de un diseño. Estos elementos se pueden clasificar en categorías que abarcan aspectos conceptuales, visuales y relacionales.

En base a la información previa, se han empleado los elementos fundamentales en las nuevas propuestas de diseño textil. Esto se realiza con el objetivo de crear módulos a partir de los elementos conceptuales, que comprenden el punto, la línea, el plano y el volumen, incluso cuando no sean perceptibles de manera visible. También se incluyen elementos visuales, que son aquellos que se aprecian a través de la vista y que se determinan mediante la forma y el material, siendo estos: forma, tamaño, color y textura. Asimismo, se abordan los elementos de relación, como el distanciamiento, la superposición, la unión, la sustracción, la gradación, el contraste y la concentración.

Como resultado de la implementación de estos elementos, se han identificado y extraído los aspectos más característicos de cada atractivo turístico que contribuye al patrimonio cultural de San Antonio de Pichincha.



Figura 40. Moodboards inspiracionales

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

Fichas de generación de módulos y supermódulos

GENERACIÓN DE MÓDULOS Y SÚPER MÓDULOS					
ATRACTIVO TURÍSTICO	ABSTRACCIÓN MODULAR	CREACIÓN DEL MÓDULO	CREACIÓN DEL SUPERMÓDULO	APLICACIÓN CROMÁTICA	ESTRUCTURA MODULAR
ATRACTIVO TURÍSTICO: Monumento Mitad del Mundo					

Figura 41. Ficha de generación de módulos y supermódulos 1

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

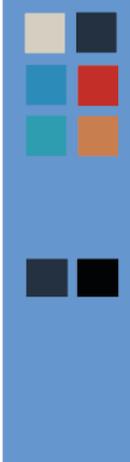
GENERACIÓN DE MÓDULOS Y SÚPER MÓDULOS					
ATRACTIVO TURÍSTICO	ABSTRACCIÓN MODULAR	CREACIÓN DEL MÓDULO	CREACIÓN DEL SUPERMÓDULO	APLICACIÓN CROMÁTICA	ESTRUCTURA MODULAR
					
ATRACTIVO TURÍSTICO: Ruinas de Rumicucho					

Figura 42. Ficha de generación de módulos y supermódulos 2

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

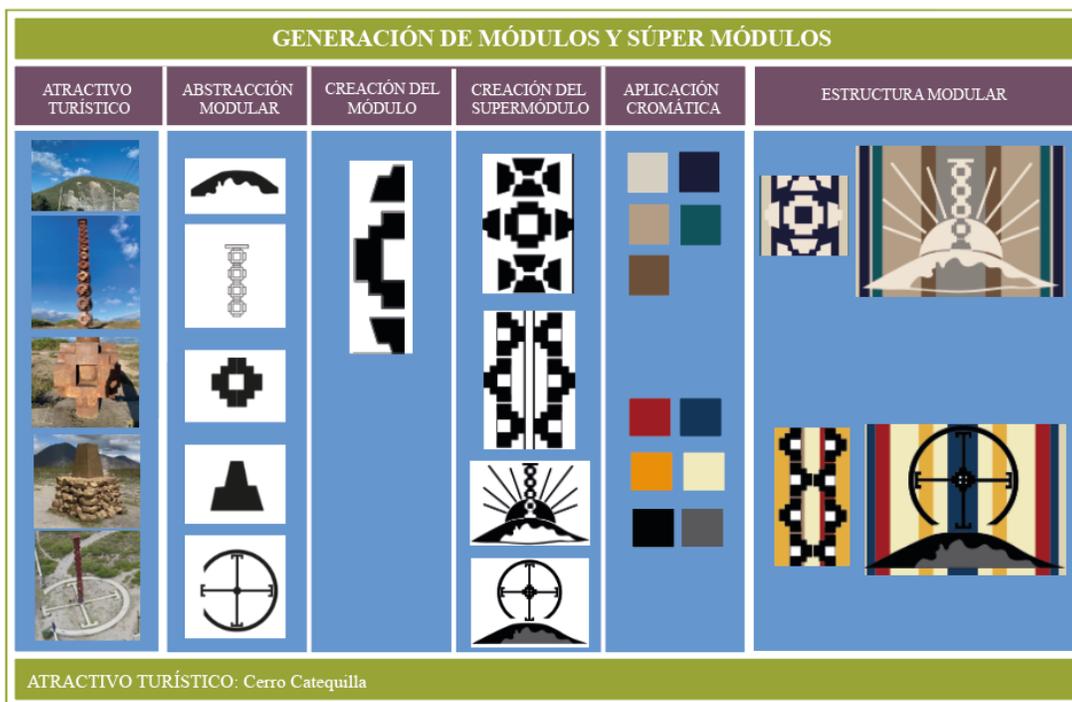


Figura 43. Ficha de generación de módulos y supermódulos 3

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.5. Análisis de color de la propuesta

6.5.1. Paleta de color de la propuesta.

Para establecer la primera paleta de colores para la propuesta, se ha llevado a cabo una recopilación de datos a través de entrevistas realizadas tanto a comerciantes de productos artesanales como a visitantes. Estas entrevistas han permitido identificar los colores que gozan de mayor aceptación en el mercado artesanal y captan la atención de los visitantes de los atractivos turísticos.

Para la segunda propuesta de paleta de colores, se ha elegido una gama cromática basada en la tendencia Somos de Lafayette 2024. Esta tendencia se caracteriza por

una selección de colores variados en tonalidades intensas y saturadas, lo que proporciona una conexión apropiada dentro del contexto de la propuesta actual.

En base a esta información, se ha determinado la siguiente paleta de colores:



Figura 44. Paleta de color para la propuesta

Fuente: (LogoRapid, n.d.)

6.6. Concepto de la propuesta.

La propuesta presenta una colección de ponchos concebidos de manera artesanal en los que se reflejan elementos identitarios de San Antonio de Pichincha. Estas icónicas prendas son creadas por manos artesanales ecuatorianas quienes con esmero tejen y entrecruzan los hilos para capturar la esencia de su comunidad. Los diseños y colores plasmados en estas prendas reflejan el patrimonio cultural arquitectónico de

la parroquia, inspirados en un legado que cuentan historias a lo largo de sus generaciones.

Cada poncho se convierte en una ventana a través de la cual se puede apreciar la identidad de la parroquia. Al envolverse con esta prenda, se experimenta la calidez y el abrazo cultural, que permite compartir la historia y patrimonio local con el resto del mundo. Como valor agregado se ha pensado en la importancia de la experiencia del usuario por lo que, cada poncho cuenta la historia de cómo fue concebido para que quien lo porte conozca el minucioso proceso de su creación.

6.7.Elementos del diseño

6.7.1. Proporción y línea.

Las mallas de diseño exhiben una composición meticulosa de líneas orgánicas y geométricas, todas ellas siguiendo un patrón de repetición rigurosamente estructurado. Este patrón, basado en un módulo proporcionalmente dividido, otorga una simetría intrínseca a todos los diseños presentes en las mallas. Cabe mencionar que algunos de estos diseños se inspiran en el principio de repetición lineal que se encuentra en los tejidos tradicionales de Otavalo, una práctica arraigada en la historia y cultura de la región. Esta conexión con la tradición artesanal aporta una dimensión adicional a las mallas de diseño, fusionando la innovación contemporánea con la riqueza histórica inherente a la artesanía tradicional.

6.7.2. Función

El ligamento del tejido desempeña un papel fundamental al determinar la estructura, resistencia y apariencia estética del tejido. Al definir cómo los hilos se

entrelazan entre sí, el ligamento garantiza la estabilidad y durabilidad del tejido, a la vez que influye en su elasticidad, transparencia y densidad. Además de su función estructural, el ligamento también contribuye a la estética del tejido al determinar su textura, patrón y diseño, brindando un atractivo visual distintivo.

6.7.3. Detalles

El valor estético y la funcionalidad del tejido finalizado se ven enriquecidos por los detalles presentes en su estructura. Dependiendo de su propósito y contexto de uso, se pueden incluir diversos elementos decorativos y acabados especiales para mejorar su apariencia y presentación. Estos detalles añaden atractivo visual al tejido, resaltando su belleza y su valor artístico. Al mismo tiempo, brindarán una agradable experiencia táctil y otorgarán distinción al tejido, lo cual lo hace aún más atractivo para su utilización y exhibición en diferentes ocasiones.

6.7.4. Estilo

El producto presenta dos estilos distintivos: el tradicional y el étnico. Ambos estilos se inspiran en diseños y técnicas ancestrales de diferentes culturas y comunidades, fusionando tradición y diversidad cultural. Los tejidos tradicionales reflejan la identidad y la historia a través de patrones, símbolos y colores grupos característicos, mientras que los tejidos étnicos combinan técnicas y diseños de diversas etnias, creando un estilo único y multicultural. Ambos estilos permiten transmitir la riqueza cultural y la belleza artesanal en el producto final.

6.7.5. Estampados, bordados y acabados, terminados

Un buen acabado en tejidos artesanales se caracteriza por la simetría, uniformidad y prolijidad de los bordes, así como por acabados precisos y resistencia duradera. Esto implica un tejido bien elaborado, con puntos o tramas uniformes, bordes rematados correctamente y detalles finales ejecutados con precisión. Además, el tejido debe estar limpio, sin manchas ni imperfecciones visibles. Estas características contribuyen a la calidad y la estética general del tejido, asegurando su durabilidad y una apariencia impecable.

6.8. Materiales e insumos.

Hilo de alpaca acrílica: Este tipo de hilo ofrece propiedades similares a la alpaca natural, como suavidad y calidez.

Máquinas de tejido: Permite producir los ponchos de alpaca acrílica de manera más eficiente. Estas máquinas pueden ser telares o máquinas de punto, dependiendo del tipo de tejido requerido.

Herramientas de corte y costura: Para dar forma y unir las piezas del poncho, se utilizan herramientas de corte, como tijeras industriales, y máquinas de coser o overlock para realizar las costuras.

Patrones y moldes: Los patrones y moldes son utilizados para garantizar la precisión y uniformidad en la producción de los ponchos. Estos patrones son diseñados previamente y se utilizan como guía para el corte de las piezas de tela.

Etiquetas y empaques: Como parte del proceso de fabricación en industrias, se incluyen etiquetas y empaques para identificar y presentar los ponchos de alpaca acrílica. Estas etiquetas pueden contener información de marca, cuidado y composición del material.

Otros insumos: Dependiendo del diseño y estilo del poncho, pueden requerirse otros insumos como botones, cierres, etiquetas de marca, adornos o elementos decorativos adicionales.

6.9.Sketch o bocetos

- **Materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta**

La fabricación de este producto se basa en el uso exclusivo de un material compuesto completamente por fibras acrílicas, lo que le confiere características de resistencia al calor y a la abrasión al ser lavado en una máquina. Sin embargo, es importante tener en consideración que, debido a su composición y si el tejido ha experimentado un proceso de cardado superficial, puede mostrar desgaste y una mayor propensión a la formación de pelusas con el uso constante. Por lo tanto, se recomienda tomar precauciones adicionales durante el lavado y cuidado de este tipo de tejido con el fin de preservar su calidad y apariencia en óptimas condiciones a lo largo del tiempo.

- **Bocetos**

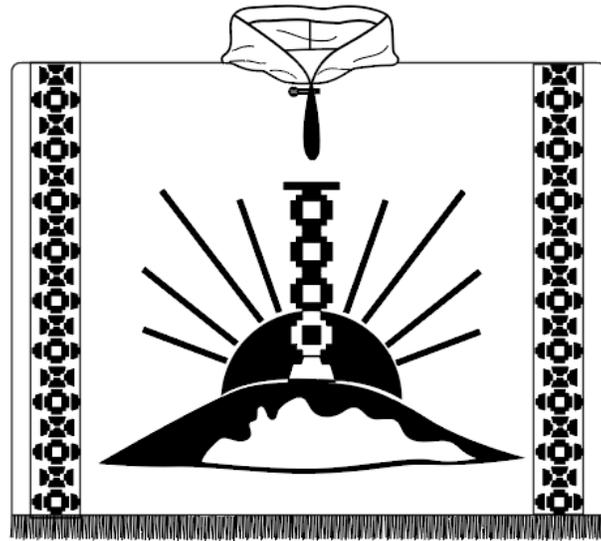


Figura 45. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

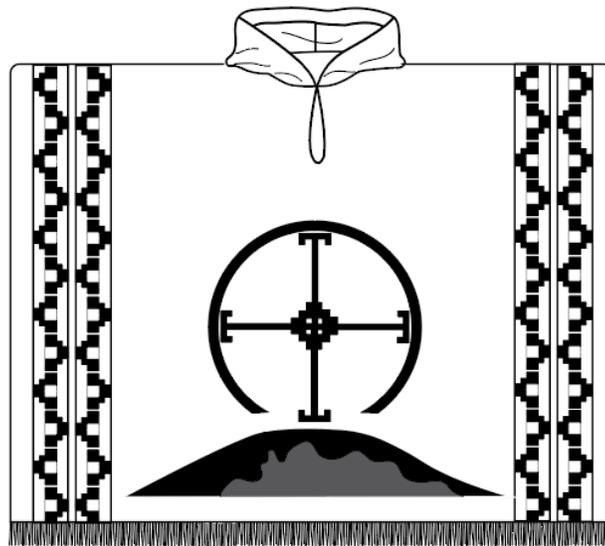


Figura 46. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

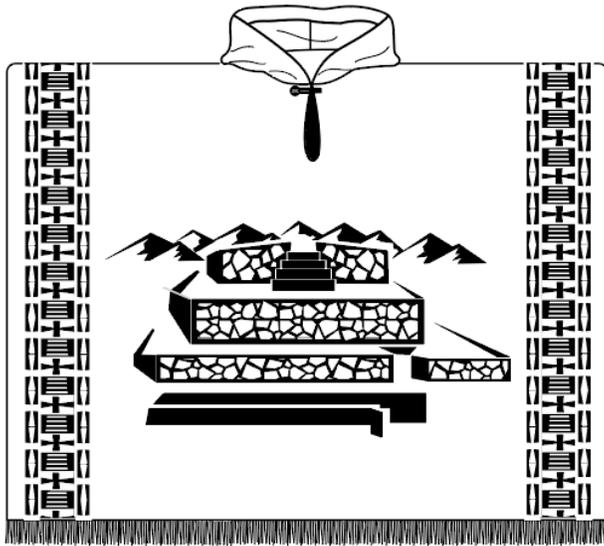


Figura 47. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Pucará de Rumicucho

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

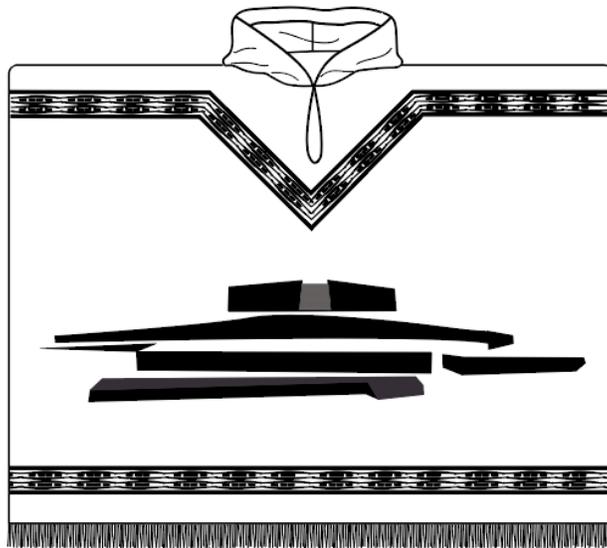


Figura 48. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Pucará de Rumicucho

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

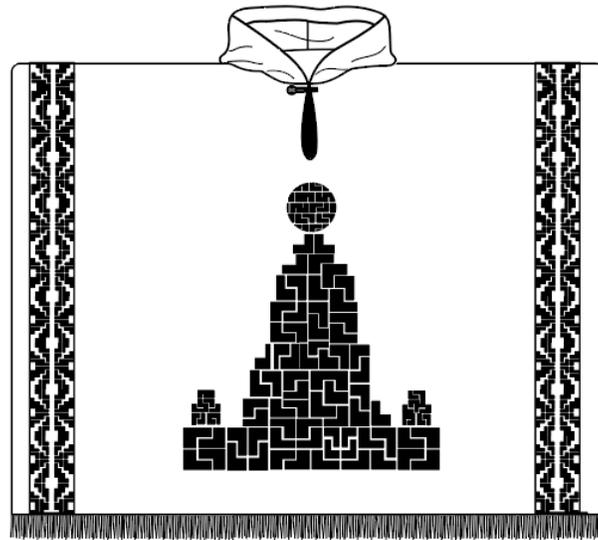


Figura 49. Propuesta de diseño 1- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

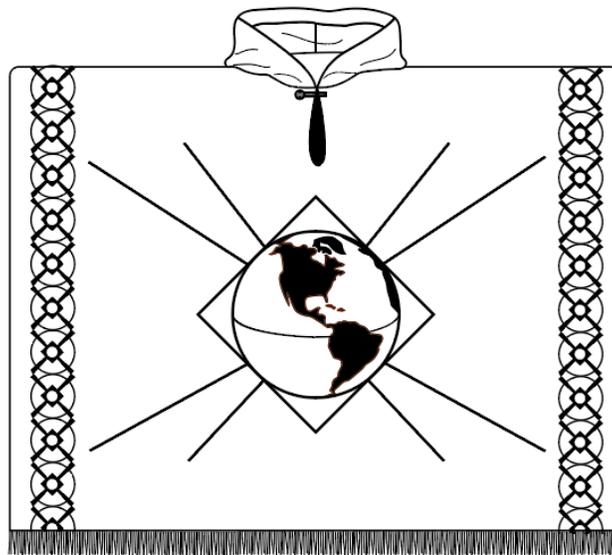


Figura 50. Propuesta de diseño 2- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

- **Ilustraciones**



Figura 51. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 52. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 53. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Pucara de Rumicucho

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

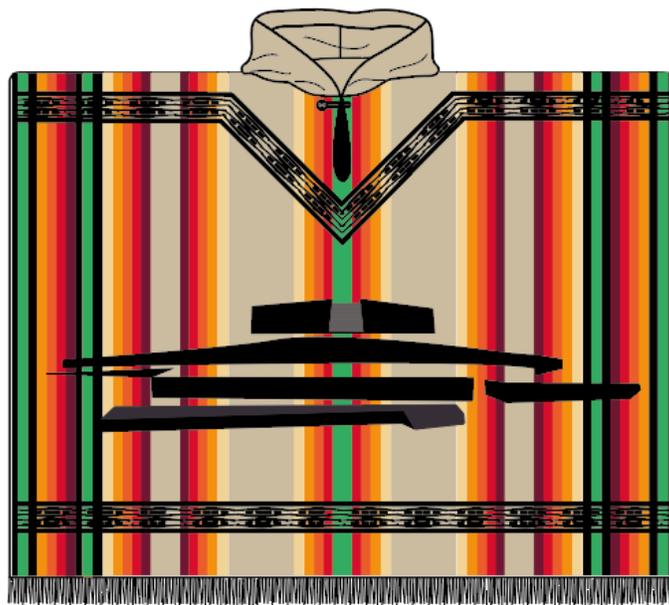


Figura 54. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Pucara de Rumicucho

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



Figura 55. Propuesta de diseño color 1- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco



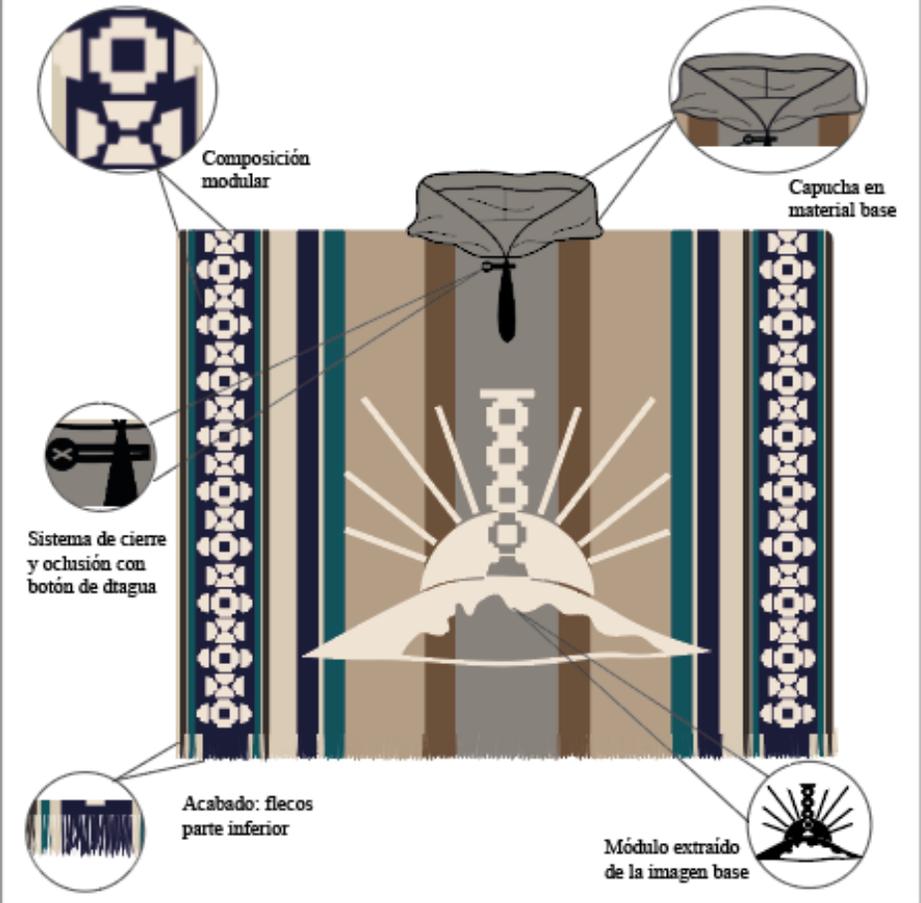
Figura 56. Propuesta de diseño color 2- atractivo turístico Monumento Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.10. Fichas técnicas

6.11. Ficha de detalle

FICHA DE DETALLE		REFERENCIA	PAPR001	
	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Cerro Catequilla	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco



Composición modular
Capucha en material base

Sistema de cierre y oclusión con botón de dragua
Acabado: flecos parte inferior
Módulo extraído de la imagen base

OBSERVACIONES:	RESPONSABLE DE ENTREGA: Dayana Pacheco FECHA DE ENTREGA: 13/07/2023	RESPONSABLE DE RECEPCIÓN: Ing. Iratle Uñáiz FECHA DE RECEPCIÓN: 13/07/2023
----------------	--	---

Figura 57. Ficha de detalle 1: Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

FICHA DE DETALLE

REFERENCIA **PACC001**

	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Pucará de Rumicucho	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco



OBSERVACIONES:	RESPONSABLE DE ENTREGA:	RESPONSABLE DE RECEPCIÓN:
	Dayana Pacheco	Ing. Iván Urdaz
	FECHA DE ENTREGA:	FECHA DE RECEPCIÓN:
	13/07/2023	13/07/2023

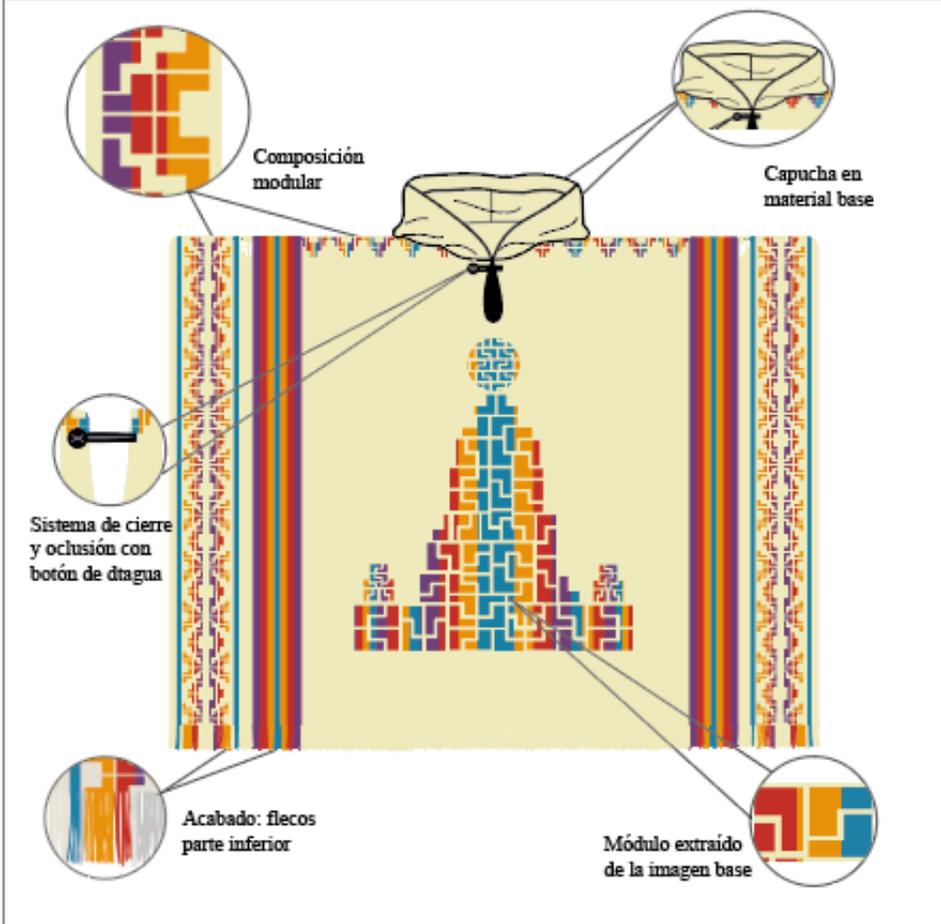
Figura 58. Ficha de detalle 2: Ruinas de Rumicucho

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

FICHA DE DETALLE

REFERENCIA **PAMM001**

	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Monumento Mitad del Mundo	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco



The diagram illustrates the design details of the poncho. It features a central figure made of colorful geometric patterns. Callouts include: 'Composición modular' pointing to the patterned sections; 'Capucha en material base' pointing to the hood; 'Sistema de cierre y oclusión con botón de dtagua' pointing to the button closure; 'Acabado: flecos parte inferior' pointing to the fringed hem; and 'Módulo extraído de la imagen base' pointing to a specific geometric module from the central figure.

OBSERVACIONES: 	RESPONSABLE DE ENTREGA: Dayana Pacheco FECHA DE ENTREGA: 13/07/2023	RESPONSABLE DE RECEPCIÓN: Ing. Iratxe Uñáin FECHA DE RECEPCIÓN: 13/07/2023
---------------------------	--	---

Figura 59. Ficha de detalle 3: Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

- Ficha técnica de diseño integral

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL		REFERENCIA	PACC001	
	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Cerro Catequilla	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco
D DIBUJO PLANO 		C CUIDADOS LAVADO <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano con agua a temperatura ambiente <input checked="" type="checkbox"/> 30°C / Lavar con agua fría PLANCHADO <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No planchar, alisar y defurar las fibras SECADO <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No secar a máquina <input checked="" type="checkbox"/> Secar colgado o sobre una base absorbente LAVADO EN SECO <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No lavar en seco BLANQUEADO <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No usar cloro 		
P PROPUESTA DE COLOR 		C CARTA DE MATERIALES E DISEÑOS MATERIALES <ul style="list-style-type: none"> Lana de alpaca 100% acrílico Botón de diapas 		
I IMAGEN REFERENCIAL 	S ÍNTERES GRÁFICA 	C COSTURAS 	E EMPAQUE 	
OBSERVACIONES:	RESPONSABLE DE ENTREGA: Dayana Pacheco FECHA DE ENTREGA: 18/07/2023	RESPONSABLE DE RECEPCIÓN: Ing. Iván de Uñilla FECHA DE RECEPCIÓN: 18/07/2023		

Figura 60. Ficha técnica de diseño integral 1: Cerro Catequilla

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

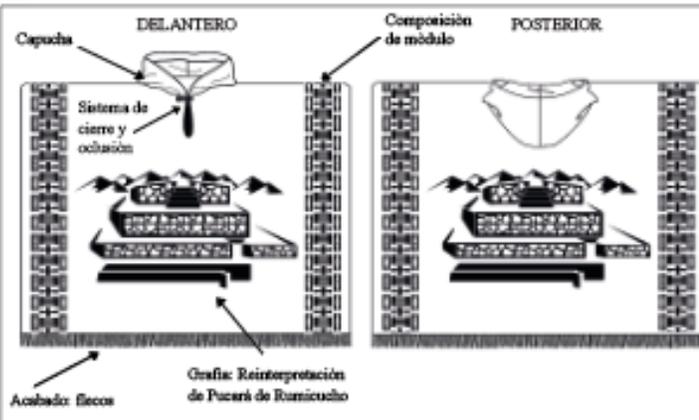
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL

REFERENCIA

PAPR001

	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Pucará de Rumicucho	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco

D DISEÑO PLANO



C CUIDADOS

LAVADO

- Lavar a mano con agua templada/abundante
- Lavar con agua fría

PLANCHADO

- No planchar, darle y deforzar las fibras

SECADO

- No secar a máquina
- Secar colgado a sombra una línea abreviada

LAVADO EN SECO

- No lavar en seco

BLANQUEADO

- No usar cloro

P PROPUESTA DE COLOR



C CARTA DE MATERIALES E INSUMOS

MATERIALES

- Lana de alpaca 100% acrílico
- Botón de draga

I IMAGEN REFERENCIAL



S DISEÑO GRÁFICO



C CORTURAS



E EMPAQUE



OBSERVACIONES:

RESPONSABLE DE ENTREGA:
Dayana Pacheco

FECHA DE ENTREGA:
13/07/2023

RESPONSABLE DE RECEPCIÓN:
Ing. Iván de Uñá

FECHA DE RECEPCIÓN:
13/07/2023

Figura 61. Ficha técnica de diseño integral 2: Ruinas de Rumicucho

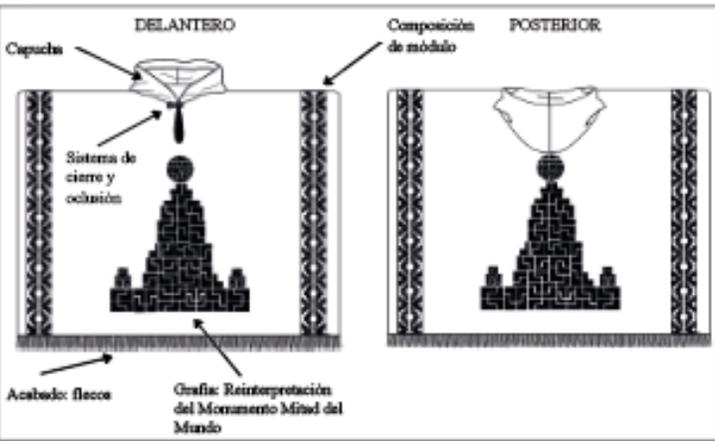
Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL

REFERENCIA **PAMM001**

	PRENDA:	Poncho de alpaca	USUARIO:	UNISEX
	DESCRIPCIÓN:	Poncho de alpaca Monumento Mitad del Mundo	UNIVERSO VESTUARIO:	Ropa de abrigo
	COLECCIÓN:	Revitalizando	TEMPORADA:	Atemporal
	FECHA:	07/12/2023	ELABORADO POR:	Dayana Pacheco

D DISEÑO PLANO



C CUIDADOS

LAVADO

- Lavar a mano con agua a temperatura ambiente
- 30°C Lavar con agua fría

PLANCHADO

- No planchar, doblar y defecar las fibras

SECADO

- No secar a máquina
- Secar colgado a aire libre

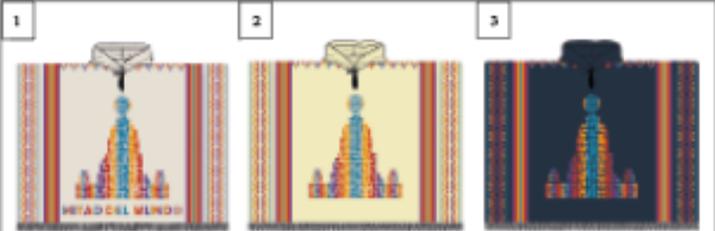
LAVADO EN SECO

- No lavar en seco

BLANQUEADO

- No usar cloro

P PROPIEDAD DE COLOR

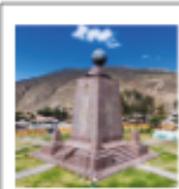


C CARTA DE MATERIALES E INSTRUMENTOS

MATERIALES

- Lana de alpaca 100% acrílico
- Botón de algodón

I IMAGEN EXPERIENCIAL



S DISEÑO GRÁFICO



C OTRAS

Evita

Overlock: 4 hilos

E EMPAQUE



OBSERVACIONES:

RESPONSABLE DE ENTREGA:
Dayana Pacheco

FECHA DE ENTREGA:
13/07/2023

RESPONSABLE DE RECEPCIÓN:
Ing. Iván de Ulloa

FECHA DE RECEPCIÓN:
13/07/2023

Figura 62. Ficha técnica de diseño integral 3: Mitad del Mundo

Fuente: Elaborado por Dayana Pacheco

6.12. Photobook











6.13. Costos de producción

6.13.1. Costos fijos

Tabla 14

Costos de producción

Costos fijos- servicios básicos

Item	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario
Luz	Kw /h	1	\$25
Internet	Mensual	1	\$30
Agua	Mensual	1	\$10
Arriendo	Mensual	1	\$150
Subtotal			\$215

Costos fijos del personal

Cantidad	Descripción	Frecuencia	Costo total
2	Diseñador	Mensual	\$900
1	Administrador	Mensual	\$450
SUBTOTAL			\$1350

Resumen de costos fijos

Categoría	Costo total
Servicios básicos	\$215
Personal	\$1350
Total de costos fijos mensuales	\$1565

6.13.2. Costos variables

Materiales e insumos	Descripción	Detalle	Costo	Consumo	Total
Maquila	Digitalización de diseño	Unidad	80	6	\$480
Maquila	Producción de ponchos	Unidad	15	150	\$2250
Etiquetas	Sublimado	Unidad	0.10	150	\$15
Empaque	Cartón sublimado	Unidad	0.50	150	\$75
Total					\$2820

6.13.3. Costo total

Total de costos fijos	1565
Total de costos variables	2820
Subtotal	4385

6.13.4. Costo unitario

Descripción	Total
CF+CV	\$4385
Producción inicial	150
Subtotal CT/Producción	\$29.23

6.13.5. Utilidad

Costo unitario *30% de utilidad	\$8.76
---------------------------------	---------------

6.13.6. Costo total unitario

Subtotal CT/Producción+ utilidad	\$37.99
---	----------------

6.13.7. Costo de venta

Total costos fijos	\$1565
Total costos variables	\$2820
Subtotal	\$4385
Impuesto a la renta	\$438.5
IVA (12%)	\$526.2
Precio total producción	\$5349.7

CONCLUSIONES

Mediante la aplicación de entrevistas a gestores culturales y guías turísticos, se llevó a cabo un estudio detallado con el objetivo de identificar los elementos más representativos de la localidad. En este sentido, aquellos expertos entrevistados destacaron el Monumento de la Mitad del Mundo, la Pucara de Rumicucho y el Cerro Catequilla como los atractivos de mayor relevancia. Estos lugares fueron seleccionados debido a su significativa contribución al patrimonio cultural arquitectónico de San Antonio de Pichincha, una evaluación respaldada tanto por los habitantes de la parroquia como por los visitantes. Además, la investigación bibliográfica y el estudio de la historia local (*Lugares Turísticos – GaD, 2019*) han corroborado la importancia de estos sitios como parte integral del patrimonio cultural de la parroquia. Con esta información en mente, se puede afirmar que el reconocimiento y la preservación de estos elementos representativos contribuirán a la promoción y valoración del patrimonio cultural de San Antonio de Pichincha.

Con el objetivo de determinar el producto más solicitado en el mercado artesanal de la parroquia, se efectuaron entrevistas a los vendedores de artesanías locales y a los turistas que visitan dichos establecimientos. Asimismo, se llevó a cabo un estudio detallado mediante la aplicación de fichas de autopsia del producto dentro de las tiendas, con el fin de obtener información precisa sobre el artículo que experimenta la mayor demanda en la mencionada localidad. El análisis reveló que el poncho artesanal es el producto de mayor demanda en la actualidad. Este producto indumentario es altamente valorado por los visitantes como una representación emblemática de la cultura nacional, y su manufactura artesanal refleja el talento y la dedicación de los artesanos ecuatorianos. Los turistas adquieren el poncho principalmente como un símbolo distintivo del país, llevándolo consigo como un recuerdo y como una forma de difundir la riqueza cultural del Ecuador en sus lugares de origen.

Tras el estudio realizado al producto más demandado, se ha concluido que carece de una identidad auténtica en relación con el lugar, dado que las grafías utilizadas en la prenda no reflejan adecuadamente la cultura propia de la parroquia. Con el fin de abordar esta problemática, se han generado nuevas propuestas de diseño que incorporan los atractivos turísticos propios de la localidad. Estas propuestas han sido presentadas a las industrias especializadas en tejeduría, con el propósito de llevar a cabo la materialización del producto propuesto en el marco de este proyecto.

A través de la investigación llevada a cabo en el marco de este proyecto, se ha alcanzado una selección óptima de elementos representativos de la parroquia, en colaboración con las industrias de tejeduría, que ha culminado en la creación de productos indumentarios que reflejan una porción sustancial del patrimonio cultural de la Parroquia de San Antonio de Pichincha.

RECOMENDACIONES

Tras la ejecución de este proyecto, se ha evidenciado la falta de promoción de los atractivos turísticos en la parroquia de San Antonio de Pichincha. En consecuencia, se recomienda que las autoridades locales y los responsables de la gestión cultural y turística impulsen activamente el reconocimiento y la preservación de dichos atractivos. Esto puede lograrse a través de la implementación de programas enfocados en la conservación, mantenimiento y promoción de estos sitios, así como mediante la difusión de su relevancia histórica y cultural tanto entre los habitantes locales como entre los visitantes. Al destacar y proteger estos atractivos, se contribuirá al fomento y la apreciación del patrimonio cultural de San Antonio de Pichincha, fortaleciendo de esta manera el turismo cultural y generando un mayor interés en la región.

Se sugiere incluir una descripción en cada producto artesanal, especialmente considerando que muchos de estos son adquiridos por visitantes extranjeros. Esta práctica permitirá expandir la cultura ecuatoriana a través de la indumentaria artesanal y brindar una comprensión más profunda del significado detrás de su diseño. Al proporcionar información sobre el simbolismo de cada producto, se promoverá una mayor apreciación y difusión de la cultura ecuatoriana, permitiendo que los visitantes comprendan el contexto y la historia que inspira cada creación artesanal.

Se recomienda que las industrias de tejeduría incorporen nuevas propuestas de diseño que reflejen los elementos identitarios de la cultura del país, la cual se caracteriza por su gran riqueza cultural y tradicional. Esta medida permitirá difundir la cultura nacional a través de los productos artesanales, ya que estos representarán de manera auténtica la identidad cultural del país.

Para futuros proyectos de investigación, se recomienda llevar a cabo un seguimiento detallado y continuo del impacto en las ventas y la aceptación de los diseños propuestos en este proyecto. La medición rigurosa del impacto en las ventas y la aceptación de los diseños proporcionará información crítica para realizar ajustes estratégicos en el ámbito comercial, adaptar de manera efectiva la oferta de productos a las preferencias del mercado y maximizar la rentabilidad de los futuros proyectos.

BIBLIOGRAFÍA

- Anntarah Perú - Finas Prendas de Baby Alpaca y Algodón Orgánico. (n.d.). Anntarah Perú. <https://anntarah.com/>
- Almeida, E. (2001). Guia turistica de la mitad del mundo. En E. Almeida, Guia turistica de la mitad del mundo. Quito: BCE.
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Baquero, M., Lloveras Macià, J., Baena, M., Bosch, M., & Cantista, I. (2012). Definiciones y características del diseño de vestimenta. *Iconofacto*, 7(9), 32-52.
- Banco Central del Ecuador. (2019). LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 1,4% EN 2018. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Banco Central del Ecuador. (2019). LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 1,4% EN 2018. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Banco Mundial . (2022). Capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia. En *Informe sobre el desarrollo mundial 2022: La economía del cuidado* (págs. 1-14). Recuperado

de <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

- Baugh, G. (2011). Manual de tejidos para diseñadores de moda.
- Cajilima Malan, K. I., & Matute Genovez, K. V. (2020). Diseño de indumentaria a partir del registro de los procesos creativos y uso de elementos identitarios en el etno-diseño de indumentaria ecuatoriano (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Campi i Valls, I. (2020). ¿Qué es el diseño?.. Editorial GG.
<https://elibro.net/es/ereader/uta/210901?page=17>
- Cesarín, C. M. & S. (2014). Escenarios de integración Sudeste Asiático-América del Sur Hacia la construcción de vínculos estratégicos (S. C. Carlos Moneta (ed.); EDUNTREF E).
https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/escenarios_de_integracion_sa_-_al.pdf
- Cobo, C. (2017). Catequilla y Discos Líticos, evidencia de la astronomía antigua. Revista de Topografía Azimut, 22.
- Costales, A. (1996). Mitos Quito-cara. En A. Costales, Mitos Quito-cara (pág. 200). Quito: Abya Yala
- De Witt, Tom; Gianotten, Vera. Investigación participativa en un contexto de economía campesina (Holanda). La Investigación participativa en América latina. CENAPRO. México, 1988.
- Estilo Quetzal – Style, Elegance, Identity and Personality. (s. f.). Estilo Quetzal.
<https://shop.estiloquetzal.com/>
- Expresiones, R. (2020, July 23). Diseñadores promueven moda con identidad. www.expreso.ec. <https://www.expreso.ec/actualidad/disenadores-promueven-moda-identidad-49592.html>

- Farinango Tipanluisa, E.G. (2022). Aplicación de la técnica del bordado de la comunidad Zuleta en prendas de indumentaria, para fortalecer y difundir la identidad del pueblo Karanqui.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/36069>
- Fresco, D. A. (16 de 06 de 2000). Alconet. Obtenido de http://www.alconet.com.ar/varios/mitologia/arqueologia/los_pucarar.html
- FrontRow. (2018, April 22). El diseño multi-étnico que incorpora al Ecuador - FrontRow. FrontRow. <https://www.frontrow.com.ec/el-diseno-multi-etnico-que-incorpora-al-ecuador/>
- GAD – San Antonio de Pichincha. (2019, March 18). <https://gadsap.gob.ec/>
- Guillén Flores, J. J. (2018). Valor histórico de los sitios arqueológicos Rumicucho y Catequilla como parte de la identidad cultural de los estudiantes de la Unidad Educativa Mitad del Mundo (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Guillén Titoaña, N. L. (2013). Producción Audiovisual para Promocionar los Sitios Turísticos: Ruinas de Pucará de Rumicucho, el Cerro de Catequilla y la Reserva Ecológico Pululahua de la Parroquia de San Antonio de Pichincha. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/2364/1/T-UCE-0009-153.pdf>
- Hallet, C., & Johnston, A. (2010). Telas para moda: Guía de fibras naturales. BLUME.
- Hellriegel, D., Jackson, S. E., Slocum, J. W., & Franklin, E. B. (2002). Administración: un enfoque basado en competencias.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-hill.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2008). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>

- Historia - Mitad del Mundo. (n.d.). Ciudad Mitad Del Mundo.
<https://mitaddelmundo.gob.ec/historia/#:~:text=29%20MAYO%201736,-La%20misi%C3%B3n%20encomendada&text=La%20misi%C3%B3n%20era%20medir%20un,y%20cirujano%2C%20ingenieros%20y%20dibujantes.>
- Juran, J. M., Frank Jr, M., & Bingham, R. J. (2021). Manual de control de la calidad. Volumen 1. Reverté.
- LifestyleKIKI | Si puede ser imaginado, puede ser creado. (n.d.).
<https://lifestylekiki.com/>
- Limited, A. (n.d.). Tejido liso Imágenes vectoriales de stock - Alamy. Alamy.
<https://www.alamy.es/imagenes/tejido-liso.html?imgt=8&sortBy=relevant>
- Litman, T. G. (2022, 12 mayo). Ecuador prevé una recuperación total de su industria textil este año. FashionNetwork.com.
<https://pe.fashionnetwork.com/news/Ecuador-preve-una-recuperacion-total-de-su-industria-textil-este-ano,1405056.html>
- LogoRapid. (n.d.). Tabla de códigos Pantone y RGB - LogoRapid. LOGORAPID.
<https://www.logorapid.com/pantone>
- Lovato, J. & Zabala, V. (2014). Análisis De La Participación Y Evolución Del Sector Textil En El Ecuador Y Principales Determinantes En Las Ventas Del Sector En La Economía Ecuatoriana, Caso: Fabricación Prendas De Vestir, Periodo 2000-2011. Disertación previa a la obtención del título de Economista. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR FACULTAD DE ECONOMÍA
- Lugares turísticos – GaD. (2019, March 18). <https://gadsap.gob.ec/lugares-turisticos/#1552918760911-5caa550e-5e35>
- Mantilla, I. (2022, 25 de julio). Tres sitios turísticos de San Antonio están en el olvido.ElComercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/sitios-turisticos-san-antonio-olvido.html>

- Mercado Artesanal de Quito. (2021, 30 julio). Quitoen360.
<https://quitoen360.com/mercado-artesanal-de-quito/#:~:text=Los%20turistas%20nacionales%20y%20extranjeros,artesan%C3%ADas%20que%20m%C3%A1s%20demanda%20tienen.>
- Noticias, E. (2020, 17 enero). Mitad del Mundo: Monumento, museo e historia. Ecuador Noticias. <https://ecuadornoticias.com/mitad-del-mundo-monumento-museo-e/>
- Padrón Bustamante, M. G. (2021). Aportes del diseño textil e indumentaria para la difusión de la identidad cultural en la ciudad de Cuenca (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador | Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo. (s. f.).
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>
- Porter, M. (2004). Cadena de valor. México: Editorial CECSA.
- Rendición Cuentas – Mitad del Mundo. (s. f.).
<https://mitaddelmundo.gob.ec/rendicion-cuentas/>
- Rodríguez, M. (2005). Introducción general a los estudios iconográficos y su metodología. E-excellence. https://www.ucm.es/data/cont/docs/1888-2019-12-01-INTRODUCCION_GENERAL_A_LOS_ESTUDIOS_ICON.pdf
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ta ed.). Mc Graw-Hill Interamericana.
- SAN ANTONIO, D. P. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
- San Antonio de Pichincha, un singular destino turístico en el centro del planeta – Ministerio de Turismo. (s. f.). <https://www.turismo.gob.ec/san-antonio-de-pichincha-un-singular-destino-turistico-en-el-centro-del-planeta/>

- Santana, C. C. D. (2021). Moda artesanal: explorando una cultura regional brasileña por técnicas e saberes tradicionales. <https://www.semanticscholar.org/paper/Moda-artesanal%3A-explorando-una-cultura-regional-por-Santana-Coppola/80603612602fe4f64761dfb5013e9f5c90191ac2>
- Seivewright, S. (2014). Diseño e investigación (2a. ed.). Barcelona, Spain: Editorial GG. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uta/45505?page=119>.
- Schuller, F. P. (10 de 02 de 2006). FLACSO. Obtenido de <file:///C:/Users/Lenin%20Guillen/Downloads/LFLACSO-Plaza.pdf>
- Scofield, M. (2022, 5 mayo). «Craftcore» o la corriente estética sostenible a la que prestar atención este verano. Harper's BAZAAR. <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/a35642755/craftcore-que-es-customizacion-prendas-diy/>
- SUYANA MODA BY PAO PESÁNTEZ / moda cargada de identidad cultural. (n.d.). Diseño En Ecuador: Haremos Historia. <https://www.haremoshistoria.net/noticias/suyana-moda-by-pao-pesantez-moda-cargada-de-identidad-cultural>
- Textil, A. (n.d.). Tipos de Tejido : Ideas y News : Bon Drap. <https://www.bondrap.com/ideas-y-news/tipos-de-tejido.aspx#:~:text=El%20raso%20es%20un%20tipo,un%20brillo%20superficial%20muy%20caracter%C3%ADstico.>
- Torres, A. (2023, 9 febrero). ¿Qué es el diseño textil y cómo se diferencia del diseño de estampados? ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseño-textil>

ANEXOS

Entrevistas a vendedores y comerciantes de productos artesanales



Entrevistas a turistas que visitan las tiendas de artesanías

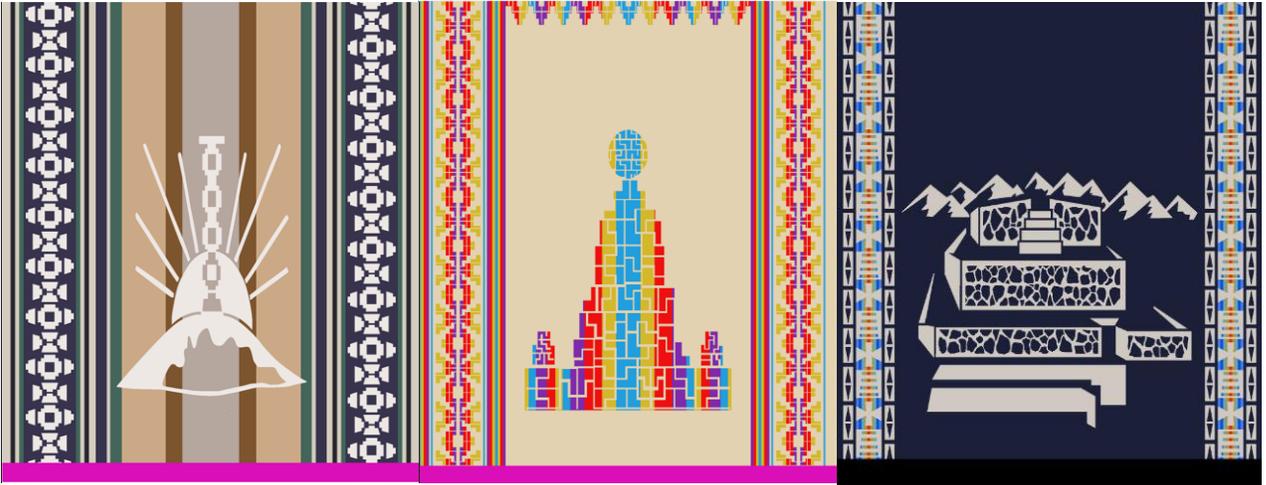


Entrevistas a Gestores Culturales y Guía Turística



Proceso de elaboración del producto

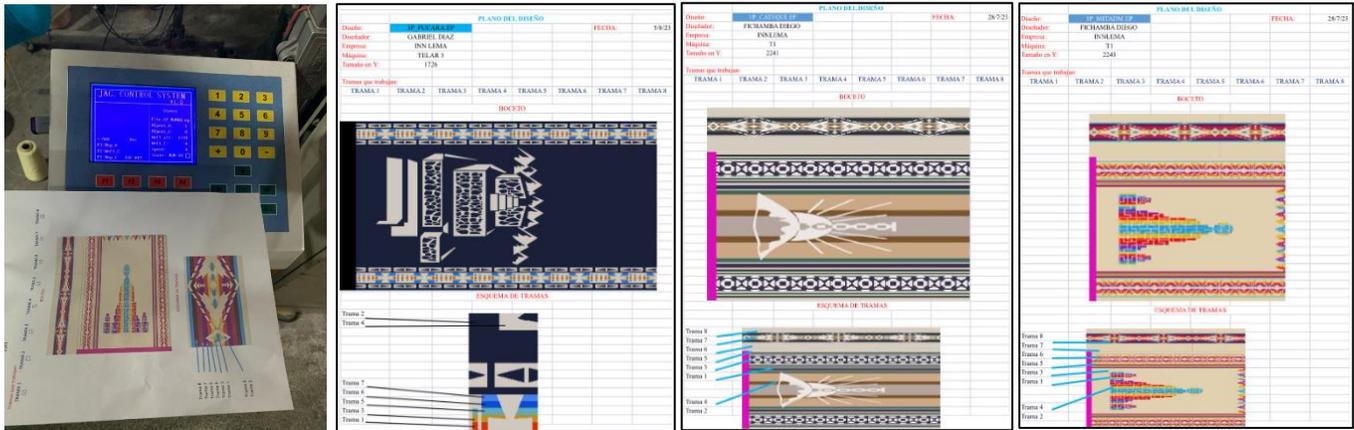
- Interpretación del diseño dentro del software de la industria



- Selección de colores de acuerdo al diseño propuesto



- Configuración en la maquinaria de acuerdo con la ficha establecida por la industria



- Elaboración de primeras muestras de tejidos

