



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

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de
Licenciada en diseño textil e indumentaria

**“Tema: Análisis de la identidad de producto y su influencia en el
éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: Estudio de caso
Paqocha”.**

Autora: Estefanía Katherine Arias Villavicencio

Tutor: Mg. Lic. Sandra Jaqueline Solís Sánchez

Febrero, 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular sobre el tema: **“Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: Estudio de caso Paqocha”** de la alumna Arias Villavicencio Estefanía Katherine estudiante de la carrera de Diseño textil e indumentaria, considero que dicho Proyecto de Integración Curricular bajo la Modalidad de Investigación ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero del 2024

LA TUTORA



.....
Mg. Lic. Sandra Jaqueline Solís Sánchez

C.C. 1803386562

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Estefanía Katherine Arias Villavicencio con cédula de ciudadanía No 1803895703 declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad de Investigación bajo el tema “Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: Estudio de caso Paqocha”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de integración curricular.

Ambato, febrero del 2024

LA AUTORA



.....
Estefanía Katherine Arias Villavicencio

C.C. 1803895703

III

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Arias Villavicencio, Estefania Katherine con C.C.: 1803895703 en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación : **“ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD DE PRODUCTO Y SU INFLUENCIA EN EL ÉXITO DE VENTAS EN EL NICHO DE MERCADO EUROPEO: ESTUDIO DE CASO PAQOCHA”**, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Integración Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, febrero del 2024

LA AUTORA



.....
Estefanía Katherine Arias Villavicencio

C.C. 1803895703

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad de Investigación sobre el tema “**Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: Estudio de caso Paqocha**”, de Estefania Katherine Arias Villavicencio, 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, febrero del 2024

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C

DEDICATORIA

Hoy me permito dedicar no solo este trabajo, dedico mis más arduos esfuerzos durante toda mi vida académica a quienes han sido parte fundamental en mi camino. A mis padres William y Lilia que con su esfuerzo y dedicación han sido mi más grande bendición, mi guía inquebrantable, mi mayor fuente de inspiración y modelo a seguir. Gracias por siempre estar junto a mí y por creer en cada uno de mis sueños, sin duda elegí a los mejores padres del mundo, mis mejores amigos, lo volvería a hacer mil veces más.

A mis abuelitos que ahora brillan en el cielo, su amor y sabiduría siguen brillando en mí e iluminando mi camino. Aunque físicamente no estén aquí, su legado y enseñanzas perduran en cada logro y los recuerdo en cada paso que doy hoy y siempre. Siento su presencia guiándome y protegiéndome desde lo más alto.

A mi familia y en especial a mi querida hermanita Valeria, compañera de risas y confidente, gracias por ser incondicional. A mi tía Amadita que ha estado para mí en las buenas y en las malas siempre recordándome que el amor y la unión de la familia son lo más importante.

Finalmente, a todas aquellas personas trascendentales que han dejado huella en mi vida, su influencia ha sido invaluable. Cada enseñanza, cada consejo y cada gesto de apoyo ha contribuido para ser la persona que desde pequeña anhelaba llegar a convertirme

Este logro no solo es mío, sino de todos ustedes que han sido parte de mi historia. Gracias por su amor incondicional, por ser mi fortaleza en momentos difíciles y por celebrar conmigo en los momentos de alegría.

Este triunfo lleva impreso el amor y apoyo de cada uno de ustedes

Con gratitud eterna,

Estefanía Katherine Arias Villavicencio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, a mis padres a quienes dedico este logro, que han confiado en mí y me han apoyado sin importar las dificultades.

Agradezco profundamente a todos quienes conforman Paqocha, gracias por su colaboración y apoyo para que este trabajo investigativo pueda llevarse a cabo, por abrirme las puertas de su emprendimiento y otorgarme el tesoro más valioso que es el conocimiento.

Gratitud a mi querida tutora de tesis Ing. Mg. Sandra Solís, por su dedicación, apoyo y paciencia durante este arduo proceso que no ha sido fácil, su sabiduría y compromiso han sido fundamentales para mi crecimiento académico y logro de este proyecto.

A mi compañero de aventuras, alegrías y desafíos, Daniel, que con sosiego y amor ha sabido guiarme y sobre todo comprenderme en esta etapa, gracias por ser mi apoyo incondicional.

A mis amigos, en especial a Adri, Michelle y María Belén con quienes he compartido risas, lágrimas y aventuras inolvidables, comparto este logro, su amistad ha hecho cada desafío más ligero y la vida más bonita.

A mi querido Zhal mi compañero de cuatro patas que se ha desvelado conmigo desde hace ya una década, siendo mi más fiel seguidor, una fuente de apoyo constante.

Finalmente, A mi querida Universidad Técnica de Ambato y todos quienes conforman la facultad de diseño y arquitectura, sobre todo a mis calificadores y profesores quiero expresar mi gratitud por su tiempo y conocimiento, desempeñando un papel crucial en mi formación académica.

Estefanía Katherine Arias Villavicencio

INDICE GENERAL

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	IV
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
INDICE DE GRÁFICOS	XII
INDICE DE TABLAS	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN	XVII

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro).....	1
1.2.2 Árbol de problemas	7
1.2.3 Análisis crítico.....	8
1.2.4 Prognosis	9
1.2.5 Delimitación del objeto de estudio.....	10
1.3 JUSTIFICACIÓN	11
1.4 OBJETIVOS	12
1.4.1 Objetivo general.....	12
1.4.2 Objetivos específicos.....	12
1.5 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)	13
1.6 FUNDAMENTACIÓN	20
1.6.1 Fundamentación Legal.....	20

1.6.2 Fundamentación filosófica	21
1.7 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	23
1.7.1 Redes conceptuales	23
1.7.2 Constelación de ideas	24
1.8 BASES TEÓRICAS	26
1.8.1 Variable Independiente	26
1.8.1.1 Definición de Marketing.....	26
1.8.1.2 Investigación de Mercados	27
1.8.1.3 Comercio Internacional	29
1.8.1.4 Nicho de mercado Europeo	30
-Definición de Consumidor	32
-Cultura y Diversidad	33
-Comunicación Intercultural.....	35
-Diferencias Culturales	36
-Segmentación de mercado.....	37
-Tendencias de consumo	38
-Ubicación y economía extranjera Unión Europea.....	39
-Psicología del consumidor	41
-Comportamientos de compra del consumidor.....	42
-Influencia de marca y publicidad	44
-Motivadores de compra.....	46
-Competencia Europea: Sector Indumentario.....	47
1.8.2 Variable Independiente	49
1.8.2.1 Diseño.....	49
1.8.2.2 Diseño de indumentaria.....	50
1.8.2.3 Identidad de marca-producto.....	51
1.8.2.3 Historia y Evolución Paqocha	53
-ADN de la marca.....	54
-Valores de Marca	56
-Filosofía de marca	57
-Personificación de marca	59
-Influencia cultural	61
-Origen Paqocha	62
-Desarrollo Paqocha	64
-Adaptación Paqocha.....	65
-Producto Indumentario	66
-Procesos Productivos de Paqocha	68
-Materiales	69
-Diseño Étnico	71

1.9 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	73
1.10 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	73
1.10.1 Variable dependiente.....	73
1.10.2 Variable independiente.....	73

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. MÉTODO	74
2.1.1 Enfoque de la investigación	74
2.1.1.1 Cualitativo	74
2.1.1.2 Cuantitativo	75
2.1.1.3 Mixta (Cualitativo y Cuantitativa).....	76
2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.....	77
2.1.2.1 Etnográfica	77
2.1.2.2 Documental.....	78
2.1.3 Nivel o tipo de Investigación	79
2.1.3.1 Aplicada.....	79
2.1.3.2 Descriptiva.....	80
2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	81
2.2.1 Población.....	81
2.2.2 Muestra.....	82
2.2.2.1 Cálculo de la muestra	83
2.3 UNIDADES DE ANÁLISIS/UNIDADES DE OBSERVACIÓN.....	84
2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	85
2.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	90
2.4.1 Análisis de contenido/datos.....	90
2.4.2 Entrevista a profundidad	90
2.4.3 Ficha de Observación de Producto.....	91

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	93
3.1.1 Entrevista estructurada	93
3.1.2 Matriz comparativa de estudios de caso.....	108
3.1.3 Análisis de datos.....	127
3.1.4 Ficha de observación de producto.....	133
3.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	185
3.3 TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN.	195

3.4 INFORME ESCRITO PAQOCHA	204
3.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	218

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES	220
4.2 RECOMENDACIONES	213

MATERIALES DE REFERENCIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	223
ANEXOS	232

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: <i>Contextualización de la problemática macro, meso y micro</i>	4
-----------------------------------------------------------------------------------------	---

Gráfico 2: <i>Esquema a partir de la problemática establecida</i>	7
Gráfico 3: <i>Redes conceptuales de las categorías fundamentales de la investigación</i>	23
Gráfico 4: <i>Constelación de ideas de la variable independiente</i>	24
Gráfico 5: <i>Constelación de ideas de la variable dependiente</i>	25
Gráfico 6: <i>Imágenes de la tipología de prendas de casos de estudio</i>	113
Gráfico 7: <i>Histórico de ventas Paqocha 2006-2010</i>	128
Gráfico 8: <i>Histórico de ventas Paqocha 2011-2015</i>	129
Gráfico 9: <i>Histórico de ventas Paqocha 2016-2020</i>	130
Gráfico 10: <i>Histórico de ventas Paqocha 2021-2023</i>	131
Gráfico 11: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	204
Gráfico 12: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	205
Gráfico 13: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	206
Gráfico 14: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	207
Gráfico 15: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	208
Gráfico 16: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	209
Gráfico 17: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	210
Gráfico 18: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	211
Gráfico 19: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	212
Gráfico 20: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	213
Gráfico 21: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	214
Gráfico 22: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	215
Gráfico 23: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	216
Gráfico 24: <i>Informe Paqocha éxito de ventas</i>	217

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Identificación del señalamiento de variables</i>	73
Tabla 2: <i>Operacionalización de variable independiente</i>	85
Tabla 3: <i>Operacionalización de variable dependiente</i>	87
Tabla 4: <i>Resultados obtenidos entrevista estructurada</i>	94
Tabla 5: <i>Resultados obtenidos entrevista estructurada</i>	100
Tabla 6: <i>Matriz comparativa de estudios de caso</i>	109
Tabla 7: <i>Matriz síntesis y comparación caso paqocha</i>	114
Tabla 8: <i>Ficha de observación de producto</i>	134
Tabla 9: <i>Ficha de observación de producto</i>	136
Tabla 10: <i>Ficha de observación de producto</i>	138
Tabla 11: <i>Ficha de observación de producto</i>	140
Tabla 12: <i>Ficha de observación de producto</i>	141
Tabla 13: <i>Ficha de observación de producto</i>	143
Tabla 14: <i>Ficha de observación de producto</i>	146
Tabla 15: <i>Ficha de observación de producto</i>	148
Tabla 16: <i>Ficha de observación de producto</i>	150
Tabla 17: <i>Ficha de observación de producto</i>	152
Tabla 18: <i>Ficha de observación de producto</i>	154
Tabla 19: <i>Ficha de observación de producto</i>	156
Tabla 20: <i>Ficha de observación de producto</i>	158
Tabla 21: <i>Ficha de observación de producto</i>	160
Tabla 22: <i>Ficha de observación de producto</i>	162
Tabla 23: <i>Ficha de observación de producto</i>	164
Tabla 24: <i>Ficha de observación de producto</i>	166
Tabla 25: <i>Ficha de observación de producto</i>	168
Tabla 26: <i>Ficha de observación de producto</i>	170
Tabla 27: <i>Ficha de observación de producto</i>	172
Tabla 28: <i>Ficha de observación de producto</i>	174
Tabla 29: <i>Ficha de observación de producto</i>	176
Tabla 30: <i>Ficha de observación de producto</i>	178
Tabla 31: <i>Ficha de observación de producto</i>	180
Tabla 32: <i>Ficha de observación de producto</i>	182
Tabla 33: <i>Ficha de observación de producto</i>	184

Tabla 34: <i>Ficha de observación de producto</i>	186
Tabla 35: <i>Ficha de observación de producto</i>	188
Tabla 36: <i>Ficha de observación de producto</i>	190
Tabla 37: <i>Ficha de observación de producto</i>	192
Tabla 38: <i>Matriz triangulación de herramientas</i>	195

RESUMEN EJECUTIVO

Paqocha, una marca de indumentaria ecuatoriana, destaca como un caso de estudio relevante debido a su exitosa incursión en el mercado europeo. Fundada en 2006, Paqocha ha logrado posicionarse internacionalmente, comercializando prendas tejidas con lana de alpaca, producidas por miembros de las comunidades andinas

pertenecientes a los páramos de la Sierra Norte del Ecuador. Quienes se distinguen por su compromiso con la integración social y promoción de la cultura indígena en su proceso productivo.

La problemática que motiva esta investigación radica en la prevalente falta de identidad en los emprendimientos de moda ecuatorianos, contribuyendo a su escasa permanencia en el mercado. A pesar del dinamismo emprendedor en Ecuador, muchos negocios emergentes enfrentan dificultades para consolidarse a largo plazo. Esta problemática plantea la necesidad de comprender cómo la identidad de producto y marca se convierte en un catalizador fundamental para el éxito y la sostenibilidad de los negocios locales.

Por lo tanto, se plantea que la construcción de una identidad producto culturalmente arraigada desempeña un papel crítico en el éxito de Paqocha en el mercado europeo. Esta investigación emprende una exploración exhaustiva centrada primordialmente en el examen del producto, su relación con el cliente y sus estadísticas de venta, mediante el uso de herramientas investigativas cualitativas y cuantitativas para solventar los objetivos planteados.

Como resultado de este análisis se pretende sintetizar mediante un informe detallado las características primordiales para alcanzar la clave del éxito empresarial y así favorecer a los nuevos emprendedores que buscan abrirse paso en la industria y expandirse.

**PALABRAS CLAVE: PAQOCHA, PRODUCTO, DISEÑO TEXTIL E
INDUEMNTARIA, MERCADO EUROPEO, AUTENTICIDAD CULTURAL,**

ABSTRACT

Paqocha, an Ecuadorian apparel brand, stands out as a relevant case study due to its successful venture into the European market. Established in 2006, Paqocha has achieved international recognition, marketing garments woven with alpaca wool, produced by members of Andean communities in the highlands of Northern Sierra in

Ecuador. They distinguish themselves through a commitment to social integration and the promotion of indigenous culture in their production process.

The issue motivating this research lies in the prevalent lack of identity in Ecuadorian fashion ventures, contributing to their limited longevity in the market. Despite entrepreneurial dynamism in Ecuador, many emerging businesses struggle for long-term consolidation. This issue underscores the need to understand how product and brand identity become crucial catalysts for the success and sustainability of local businesses.

Hence, it is proposed that the construction of a culturally rooted product identity plays a critical role in Paqocha's success in the European market. This research embarks on a comprehensive exploration primarily focused on product examination, its relationship with the customer, and sales statistics, utilizing qualitative and quantitative investigative tools to address the outlined objectives.

As a result of this analysis, the aim is to synthesize, through a detailed report, the key characteristics for achieving business success and thereby benefiting new entrepreneurs seeking to make their mark in the industry and expand.

KEYWORDS: PAQOCHA, PRODUCT, TEXTILE AND APPAREL DESIGN, EUROPEAN MARKET, CULTURAL AUTHENTICITY.

INTRODUCCIÓN

En el dinámico panorama empresarial ecuatoriano, la identidad de producto emerge como un elemento crítico para el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos, especialmente en el competitivo mercado internacional. En este contexto, Paqocha, una destacada marca de indumentaria ecuatoriana, se erige como un caso de estudio

revelador al lograr una exitosa incursión en el mercado europeo. Esta marca ha demostrado no solo la viabilidad, sino la prosperidad de los negocios locales al internacionalizarse, comercializando prendas tejidas con lana de alpaca, imbuidas con la autenticidad cultural de las comunidades andinas de la Sierra Norte del Ecuador.

Sin embargo, se ha identificado que la persistente falta de identidad en los emprendimientos de moda ecuatorianos, incide directamente en su efímera permanencia en el mercado nacional y global. A pesar del vibrante espíritu emprendedor en el país, muchos negocios emergentes enfrentan desafíos para consolidarse a largo plazo, subrayando la urgencia de comprender cómo la identidad de producto y marca se convierte en un factor clave para el éxito en este contexto.

A través del presente proyecto investigativo busca entender cómo aspectos como el diseño, la marca, la calidad y los valores asociados impactan en la percepción y decisión de compra de los consumidores europeos. Debido a que, es necesario analizar todos estos factores y desglosarlos uno por uno para poder obtener herramientas que puedan ser utilizadas posteriormente por nuevos emprendedores asegurando la vitalidad de su negocio tanto en el mercado nacional como internacional.

A lo largo de cuatro capítulos se llevó a cabo la ejecución de este proyecto de investigación, cada uno abordando y presentando la siguiente información:

Capítulo I- Marco Teórico: En este capítulo se abarca el tema, planteamiento del problema, la contextualización de forma macro, meso y micro, además del árbol de problemas, el análisis crítico, prognosis, la delimitación del objeto del caso a investigar, justificación y objetivos tanto general como específicos, por otra parte se presentan los antecedentes investigativos como la fundamentación legal y filosófica, las categorías fundamentales y redes conceptuales con la seguida constelación de ideas de donde parten las bases teóricas, finalmente la formulación de la hipótesis y señalamiento de variables.

Capítulo II- Metodología: En este punto de la investigación se presenta la metodología planteada a aplicarse en la investigación, usando el método mixto (cualitativo y cuantitativo) con diseño de triangulación de la información DITRIAC

aplicado en la matriz comparativa de casos de estudio similares a Paqocha, además se describe la modalidad investigativa de carácter etnográfico y documental en un nivel aplicado y a través del diseño. Por lo tanto, para la población y muestra han sido seleccionados clientes recurrentes de Paqocha, a quienes se han aplicado entrevistas estructuradas, por otro lado el muestreo estratificado de la indumentaria que se encuentra en el inventario de las prendas mas vendidas de Paqocha en donde aplicó la técnica de ficha de observación de producto, además del análisis estadístico de los históricos de ventas de la empresa.

Capitulo III- Resultados y discusión: En este capítulo se recopilan los instrumentos de recolección de datos y de información utilizados como son; las entrevistas estructuradas, matriz comparativa de estudios de caso y su análisis con paqocha , fichas de observación de producto y análisis de datos de históricos de ventas, todas estas herramientas son implementadas y analizadas para la recopilación de la información necesaria para verificar la hipótesis y generar el informe final.

Capitulo IV- Conclusiones y recomendaciones: Como último punto se plantean las debidas conclusiones y recomendaciones correspondientes a cada uno de los objetivos planteados según el respaldo de los resultados obtenidos, además se agregan las recomendaciones finales que amplían el objeto de estudio para futuros proyectos investigativos que complementen su información.

Material de referencia Bibliográfica: Lista de fuentes recolectadas

Anexos: Conformado por instrumentos utilizados para la recolección de datos y evidencias aportantes al proceso investigativo.

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

1.1 Tema

“Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: Estudio de caso Paqocha”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro)

El enfoque de este estudio comprenderá desde una perspectiva global a nivel macroeconómico, pasando por las particularidades regionales de América Latina, hasta el enfoque específico en el mercado de Ecuador, permitiendo una comprensión integral de cómo la identidad de producto impacta en el triunfo de las marcas de diseño textil e indumentaria.

En contexto macro, a nivel global, la industria del diseño de indumentaria se encuentra en constante evolución, influenciada por factores macroeconómicos, tendencias mundiales de consumo y cambios en la percepción del consumidor en relación con la moda y la sostenibilidad, por lo que Sancho (2015) comenta lo siguiente “Ese cambio de mentalidad implica pensar en el conjunto del mundo como el mercado en el que hay que operar y no a partir de realidades domésticas”(p.24).

En un mundo donde el internet ha unido fronteras, conlleva nuevos retos, los consumidores buscan productos que los representen sin importar la distancia o su origen, como es el caso de las tendencias que llegan a Centroamérica desde Asia Oriental que personifican la esencia de los consumidores a pesar de ser una cultura extranjera, este sería uno de todos aquellos ejemplares de la interconexión de tendencias globales, según afirma Cabello (2016) en su artículo, el sector de la moda ha pasado de ser considerado una de las principales fuentes de empleo, riqueza e industrialización a nivel mundial

No obstante, la globalización lleva consigo una especie de paradoja: la unión seguida de la diferenciación. En este sentido, a menudo es imperativo regresar a las raíces, y los expertos en moda no son la excepción. Es decir, investigan en sus propias tierras, observan, y recrean su identidad para luego exhibirla ante el mundo. (Colzani, 2014)

En un contexto meso, estar conscientes de los acontecimientos en todo el mundo es lo que permite apreciar las diversas costumbres, creencias, culturas y tradiciones. Al dirigir la mirada hacia Latinoamérica, se puede identificar la propia identidad reflejada en la vestimenta de sus variados pueblos, así como en sus ciudades, arquitectura, gastronomía y en el comportamiento de sus habitantes. América Latina se destaca como un mercado en crecimiento para la moda, con un interés creciente en las marcas locales que cuenten una historia y transmitan un origen, motivo por el cual las marcas latinas se están posicionando en un mercado internacional altamente competitivo donde se observan diferencias significativas en cuanto a preferencias de moda, factores culturales y niveles de desarrollo económico.

Estas diferencias regionales plantean desafíos y oportunidades para las marcas de indumentaria. Por ejemplo, en los países andinos como Ecuador, la producción de textiles tradicionales y sostenibles ha cobrado relevancia, mientras que, en Brasil, la moda de alta gama ha experimentado un auge. Las estrategias de identidad de producto deben adaptarse a estas variaciones regionales para ser efectivas. (Colzani, 2014)

La recuperación de textiles, la mejora continua de estos, y la incorporación de detalles de refinado gusto contribuyen al crecimiento y la destacada presencia de los diseñadores latinoamericanos. Al explorar sus raíces y fusionarlas con las nuevas corrientes, logran, en muchos casos, resultados excepcionales. A pesar de los desafíos por delante, Latinoamérica se esfuerza constantemente por proyectarse con entusiasmo y diligencia en el mercado global. Su recompensa más significativa radica en el reconocimiento y la consolidación en la escena internacional de la moda.

A nivel micro, en el contexto ecuatoriano, se observa un crecimiento en la demanda de productos de moda sostenible, influenciado por una creciente conciencia ambiental

y cultural. Además, la industria textil e indumentaria en Ecuador está marcada por la producción local y la promoción de la artesanía tradicional. Un ejemplo destacado en este mercado es la marca de moda Paqocha, que ha ganado reconocimiento por su enfoque en la sostenibilidad y la incorporación de elementos culturales indígenas en su diseño. Según García (2020) El mercado ecuatoriano, aunque es relativamente pequeño en comparación con las economías más grandes de América Latina, presenta oportunidades para marcas que pueden aprovechar estas características culturales y de sostenibilidad en su identidad de producto.

La diversidad en el sector indumentario ecuatoriano ha ido en aumento, aunque persisten principalmente los hilados y tejidos como insumos clave para la elaboración de prendas de vestir y textiles para el hogar. Este sector se destaca como la tercera industria más grande en el ámbito manufacturero, contribuyendo aproximadamente con un 7% al Producto Interno Bruto (PIB) de la manufactura nacional (Viteri, 2018).

Contribuir a este renacer económico, cultural y social es la misión de actores clave en el desarrollo de productos de marcas como Dominga, Paqocha y emprendimientos emergentes como EliJuma en Ecuador, quienes representan la responsabilidad social al liderar este cambio. Estas empresas, alineadas con el concepto de moda lenta, establecen sistemas de producción socialmente responsables. Además de abordar aspectos ambientales para minimizar la contaminación, ofrecen prendas de calidad que mejoran el bienestar del usuario.

A través de sus emprendimientos, contribuyen a la revitalización de los conocimientos ancestrales de las comunidades indígenas ecuatorianas. La responsabilidad social de estas empresas se manifiesta en su compromiso con el respeto hacia las mujeres, tanto como madres, esposas y artesanas. Este respeto se refleja en la consideración de sus condiciones de vida, integridad y generación de ingresos, apostando decididamente por el comercio justo.

En Ecuador, hay compañías que se comprometen con la producción responsable, estas empresas implementan sistemas que consideran no solo el impacto ambiental, sino también la salud de los consumidores y las condiciones laborales en la industria

de la moda. Los diseñadores locales, sin perder de vista sus raíces autóctonas, mejoran constantemente las telas y texturas, enriqueciéndolas con detalles y buscando una armonía cada vez mayor entre lo ancestral y lo contemporáneo. En este contexto global, captan la atención con curiosidad y expectación, siendo una fuente de innovación y revitalización, combinando colores en diseños extremadamente atractivos. A través de un esfuerzo constante, encuentran su propia identidad y la exhiben para el deleite de aquellos conocedores que buscan la excelencia. (Escobar, 2017)

Gráfico 1: Contextualización de la problemática macro, meso y micro



Para comprender como surge la problemática que da cabida a esta investigación es importante conocer la situación donde se desarrolla; Ecuador es un país situado en la región noroeste de América del Sur y se destaca por su diversidad geográfica, cultural y económica. En los últimos años, el emprendimiento ha adquirido cada vez más relevancia en el país, impulsando la innovación, la generación de empleo y el crecimiento económico.

Los hechos ocurren en Ecuador específicamente que se origina a partir de la necesidad de comprender cómo la identidad de producto puede afectar el rendimiento de un mercado específico Ecuador es un país con una economía en desarrollo y una creciente presencia de empresas que buscan expandirse a mercados internacionales.

Tras la pandemia los emprendimientos se han visto obligados a sumergirse en nuevos modelos de compra y venta para sus productos sin embargo no han encontrado un método efectivo para poder llegar a su público objetivo. Rodríguez et al. (2020) demanda lo siguiente:

Los negocios tradicionales, enfrentan nuevos retos para comercializar su producción, por lo que, sin duda, aquellas que son capaces de afrontar desafíos, generando cambios y avanzando hacia lo digital pueden adaptarse al escenario comercial del e-commerce. Este método de compra-venta por internet permite a los gerentes entrar en la nueva era del comercio para que puedan cruzar fronteras, mejorando y agilizando sus procesos y en efecto crecer en el mercado. Todo esto, es parte de la innovación de las empresas, Se puede ver la innovación, como un proceso de ejecutar nuevas combinaciones, cuando se establecen nuevas combinaciones se generan nuevas formas de cubrir la demanda existente o crear nuevos productos, a menudo generando la obsolescencia de las tecnologías, productos y procesos actuales, a esto Schumpeter lo consideró un proceso de destrucción creativa. (p.101)

Según los estudios recopilados después de la pandemia del COVID 19 en Ecuador no han encontrado un método efectivo para poder llegar a su público objetivo. Rodríguez et al. (2020) determina en su estudio que:

El fuerte impacto que acarrió el Covid-19 a la economía ecuatoriana, ha creado en la Mipymes la necesidad urgente de reinventarse, esta crisis ha cambiado la forma en que funcionan estas empresas y ha obligado a pensar a este grupo de agentes económicos que representan el 99.5% del tejido empresarial (microempresas 90,78 %, pequeñas 7,22 % y medianas 1,55 %), dinamizan la economía con el 60% de empleo y el 50% al Producto Interno Bruto (PIB) de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) cómo comprar, vender y microempresas sobre todo funcionar en la nueva realidad exigida por elCovid-19. (Diario El Mercurio, 2020) (p.102).

El problema nace cuando los emprendimientos relacionados con el diseño textil e indumentaria que surgen no logran posicionarse en el tiempo y mercado y mueren al pocotiempo de debutar en el mercado por lo que Camino y Aguilar (2021) determinan que;

Es preciso demarcar el escenario económico con el cual ha sido evaluado Ecuador, definiéndose como una economía basada en eficiencia, con una actividad emprendedora temprana mayor en toda la región (33.6% frente al promedio de 19.9%), y también como la más alta en relación a las economías en función de la eficiencia donde su media se encuentra en 15.2%. (p.81)

Argumenta que el nacimiento de nuevos negocios en el Ecuador, su actividad emprendedora es alta sin embargo esta decae cuando es momento de posicionarse en el mercado motivo por el cual nace el problema de investigación. Camino y Aguilar continúan diciendo;

Cabe mencionar que aunque este factor contempla una perspectiva altamente positiva según publicaciones de Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development, producida en conjunto por el World Economic Forum y el Global Entrepreneurship Monitor, y Bridging the Skills and Innovation Gap to boost Productivity in Latin America, del World Economic Forum Competitiveness Lab en colaboración con Deloitte se contempla que las economías que se encuentran en el primer cuartil con una TEA (Actividad Emprend superior poseen baja competitividad, mientras que las economías que se encuentran en el último cuartil poseen alta competitividad; ajustándose ampliamente al escenario que vive Ecuador, más adelante se analizarán factores que demarcan esta premisa: TEA más alta de la región no corresponde proporcionalmente a un desarrollo económico, (p.81)

Los emprendimientos en Ecuador nacen todos los días sin embargo estos no se mantienen en el tiempo, tras estudios realizados sobre la vida de estos emprendedores y negocios emergentes se encuentra la inconsistencia que argumenta que en Ecuador, uno de los problemas que enfrentan algunos emprendimientos es la falta de una identidad de producto-marca sólida y otros factores afines que les impiden posicionarse de manera efectiva en el mercado. La identidad es crucial para establecer la imagen y la percepción de una empresa en la mente de los consumidores. Sin ella, los emprendimientos pueden verse relegados en un mercado competitivo y luchar para

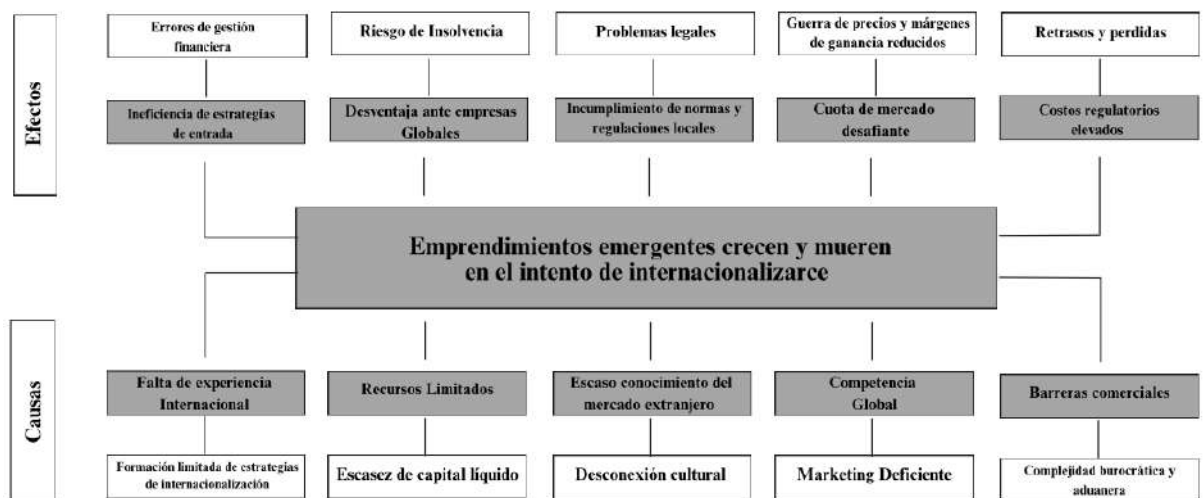
destacar entre sus competidores.

Por lo tanto, es factible que mediante el tema de tesis propuesto se logre identificar los factores que conforman la identidad de producto para su éxito en el mercado, pues se puede dar a conocer mediante los datos presentados anteriormente que existe un espíritu emprendedor en el Ecuador sin embargo estas nuevos emprendimientos y/o negocios no logran posicionarse en el mercado y mueren de forma repentina al no edificar correctamente quienes son como marca, que buscan lograr y que quieren transmitir con su producto. El estudio de caso Paqocha proporciona una oportunidad de relevancia para la observación de datos y hechos en Ecuador que se ha posicionado con identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas. Por lo que nace el siguiente cuestionamiento;

- ¿Cuáles son las características clave de una identidad de producto efectiva que contribuyen al éxito y posicionamiento de los emprendimientos en el mercado europeo?

1.2.2 Árbol de problemas

Gráfico 2 Esquema a partir de la problemática establecida



1.2.3 Análisis crítico

La problemática central que enfrentan los emprendimientos emergentes se enfoca en la complejidad asociada a lograr una internacionalización exitosa en mercados extranjeros. Esta realidad común expone a las nuevas empresas a diversos obstáculos, que van desde retos financieros hasta desafíos de adaptación y comprensión en el ámbito internacional. Esta dificultad reviste una significativa importancia, considerando que la internacionalización se percibe como una estrategia imperativa para el crecimiento y la sostenibilidad de estas empresas, aspectos fundamentales que se abordan en esta tesis.

Uno de los elementos cruciales que contribuyen a esta problemática es la carencia de experiencia a nivel global. Esta limitación se manifiesta concretamente en la toma de decisiones financieras deficientes y en estrategias de entrada poco eficientes para la incursión en mercados extranjeros. Paralelamente, la restricción de recursos, tanto económicos como humanos, agudiza la situación. Los emprendimientos, al operar con presupuestos y personal limitados, se encuentran expuestos a un riesgo significativo de insolvencia, colocándolos en desventaja frente a empresas globales que disponen de recursos más sustanciales.

Adicionalmente, el escaso conocimiento del mercado foráneo emerge como otro factor crucial que afecta la capacidad de los emprendimientos para ingresar y prosperar en mercados extranjeros. Esta falta de entendimiento se refleja en estrategias de promoción inadecuadas y puede tener consecuencias legales y financieras severas, un aspecto fundamental que se explorará detalladamente en el transcurso de esta investigación.

La competencia global añade una capa adicional de complejidad al proceso de internacionalización. Los emprendimientos encuentran dificultades para ganar cuota de mercado ante empresas globales ya establecidas, enfrentándose a presiones competitivas que pueden desembocar en una guerra de precios, reduciendo así los

márgenes de ganancia y complicando la rentabilidad, aspectos que se analizarán con mayor énfasis en el marco conceptual.

Por último, las barreras comerciales se erigen como un desafío adicional al obstaculizar la entrada y el éxito en mercados internacionales. Los emprendimientos pueden experimentar retrasos significativos debido a la complejidad burocrática y las regulaciones aduaneras, lo que resulta en la pérdida de oportunidades y ventajas competitivas. Además, el cumplimiento de las regulaciones locales puede aumentar de manera sustancial los costos operativos, ejerciendo un impacto negativo en la rentabilidad y la viabilidad de la inversión en el extranjero, temáticas centrales que se explorarán y analizarán en profundidad

1.2.4 Prognosis

En un entorno competitivo y globalizado, la prosperidad de las empresas en mercados internacionales se configura como un elemento esencial para el progreso económico y la consolidación de la competitividad nacional. La ausencia de respaldo institucional y recursos destinados a los emprendimientos adquiere una trascendencia estratégica, ya que su desatención podría acarrear consecuencias significativas para la economía ecuatoriana, anticipando posibles impactos adversos. Entre estos se vislumbra un estancamiento en el crecimiento económico, la dilación de oportunidades de inversión y generación de empleo, así como la persistente dependencia de sectores económicos tradicionales.

La insuficiencia de respaldo y recursos para los emprendedores emergentes podría traducirse en una ralentización de la innovación y el desarrollo empresarial en el panorama ecuatoriano. Esta desaceleración amenaza con traducirse en la pérdida de competitividad, abarcando no solo sectores consolidados como la industria textil e indumentaria, sino también áreas donde Ecuador ostenta un potencial aún no plenamente aprovechado. Esta perspectiva conlleva la amenaza de una reducción en la atracción de inversión extranjera y una merma en la participación activa en los mercados internacionales.

Adicionalmente, la incapacidad de los emprendimientos emergentes para lograr una exitosa internacionalización puede propiciar una excesiva dependencia de Ecuador en industrias tradicionales o recursos naturales. Esta dependencia, susceptible a las oscilaciones económicas globales y a la volatilidad inherente a los precios de las materias primas, plantea un riesgo palpable para la estabilidad económica del país. Este escenario limitaría, por ende, las oportunidades de diversificación y crecimiento sostenible, incidiendo directamente en una disminución de la competitividad económica, la pérdida de oportunidades y un acentuado riesgo de subsistir anclado en una dependencia excesiva de recursos naturales, como el petróleo.

En consecuencia, es imperativo abordar esta problemática mediante estrategias meticulosas que impulsen el desarrollo de emprendimientos exitosos a escala internacional. Tal enfoque no solo responde a la premisa de salvaguardar la estabilidad económica del país, sino que aspira a cimentar un horizonte económico más robusto y diversificado para Ecuador, en aras de fomentar un desenvolvimiento sostenible y resiliente en el escenario global contemporáneo.

1.2.5 Delimitación del objeto de estudio

- a. Campo:** Diseño Textil e Indumentaria
- b. Área:** Desarrollo territorial y empresarial
- c. Aspecto:** Emprendimiento e innovación
- d. Tiempo:** Septiembre 2023 – Febrero 2024
- e. Espacio:** Quito (Ecuador)
- f. Unidades de Observación.** Ventas Paqocha

1.3 Justificación

El objetivo de la tesis "Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: estudio de caso Paqocha" es investigar y examinar los elementos primordiales que conforman la identidad de producto que hacen de esta un triunfo en el mercado europeo, centrándose en el estudio de caso de la empresa Paqocha. El proyecto buscará entender cómo la identidad de producto, que incluye aspectos como el diseño, la marca, la calidad y los valores asociados, impacta en la percepción de los consumidores europeos y en su decisión de compra. A través de un análisis detallado de datos cualitativos y cuantitativos se pretende identificar los factores clave que contribuyen al dinamismo de ventas de esta empresa ecuatoriana perteneciente al sector textil e indumentaria.

El estudio permitirá llenar un vacío en el conocimiento existente dentro del campo textil e indumentaria, explorando los diferentes factores que conforman y crean la identidad de un producto indumentario de carácter cultural y vislumbra como su origen influye en el valor simbólico o estético que le otorga el nicho de mercado europeo, en donde también se pretende determinar el papel que desempeña la historia detrás de cada uno de los elementos que intervienen en la identidad de Paqocha como valores y argumentos que defiende la marca en los consumidores, ofreciendo una perspectiva original y única sobre cómo las estrategias de marca y diseño específicas pueden impactar en un mercado tan diverso y dinámico.

Este proyecto se beneficia de la importancia creciente de la identidad de producto en la estrategia empresarial, lo que lo convierte en un tema de interés relevante, novedoso y actual pues la investigación sugerida proporciona información valiosa y práctica que las empresas del sector pueden aplicar para mejorar sus estrategias y aumentar sus posibilidades de éxito en el mercado europeo. Obteniendo una comprensión más sólida y fundamentada, lo que beneficiará tanto a la academia como a la industria, al comprender cómo la identidad de producto se relaciona con la aceptación extranjera, se pueden desarrollar estrategias más efectivas de diseño, comunicación de marca y marketing. Los hallazgos de esta investigación podrían ser utilizados para mejorar la diferenciación de productos, fortalecer la identidad de

producto y establecer relaciones sólidas con los consumidores europeos.

Finalmente, la factibilidad de esta tesis se respalda por la disponibilidad de herramientas de investigación, como entrevistas a profundidad con los consumidores de Paqocha y fichas de observación dirigidas a sus productos. Además, la colaboración con la Cámara de Comercio de Ecuador en Europa que proporciona datos históricos de ventas y estadísticas relevantes que respalden el estudio. Estos recursos facilitarán la recopilación de datos necesarios para llevar a cabo un análisis completo ofreciendo una visión completa de la relación entre identidad de producto y ventas.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas del mercado europeo con el estudio del caso Paqocha para la internacionalización del comercio local

1.4.2 Objetivos específicos

- Interpretar las tendencias de consumo para la caracterización del nicho de mercado europeo a través de una matriz comparativa de estudios de caso.
- Contrastar las ventas de la marca Paqocha y el criterio de su público objetivo a través del análisis de datos estadísticos para la verificación de su éxito.
- Desarrollar un informe escrito sintetizando los elementos clave de la identidad de producto paqocha que potencializan su aceptación en el mercado europeo a través de la clasificación de resultados obtenidos en la investigación.

1.5 Antecedentes de la investigación (Estado del Arte)

La creación de una marca sólida con un producto con identidad desempeña un papel esencial en el ámbito textil e indumentaria, y su influencia en el posicionamiento de un producto es particularmente relevante en esta industria altamente competitiva. La marca no solo se convierte en un distintivo visual, sino también en un portador de la identidad, la calidad y la historia del producto. Según la teoría de la creación de la marca, interceden en ella muchos factores que son determinantes para su éxito, por lo cual Puma (2017) afirma:

Se analiza, el significado de la marca desde su definición más elemental, las variables que se emplean para dimensionar el valor de marca (Brand Equity), posicionamiento de marca, personalidad de la marca y los pasos recomendados para la creación de una marca. (p.684)

Puma determina que el posicionamiento de la marca y producto debe tener en cuenta que posee algunas variables que la posicionan en el mercado y hacen que tenga éxito, la identidad de producto es una ciencia que combina varios elementos como la personalidad de la marca, su esencia y valores, se analizan colores, grafías y elementos del producto con el que quiere identificarse el consumidor.

Continuando con esta idea la creación de Paqocha nace del origen cultural de sus creadores posicionándose como una de las marcas con identidad de producto ecuatorianas mejor acogidas en el mercado que cuenta además de historia, valores y características culturales, según comenta Paredes (2019) “Paqocha que significa Alpaca en quichua es una micro-empresa fundada por Felipe Segovia y Lorena Pérez en el año 2006. La empresa nace del amor a la tierra y las raíces indígenas de la sierra del Ecuador” (p.105).

Al ser Paqocha una marca con identidad basada en los atributos y características que representan al Ecuador como país y como cultura, busca la constante demostración de valores y principios transmitiendo la autenticidad y la herencia cultural en sus productos tal como lo dice el propietario creado con amor. Paqocha presenta una

conexión emocional con sus clientes, transmitiendo historia y valores que respaldan la marca, enfatizando la alta calidad de sus productos posicionándolos como artículos elaborados con cuidado y atención a detalle, destacando la maestría de los artesanos ecuatorianos y la dedicación que se pone en cada pieza.

En este contexto es relevante aclarar que la aplicación de una estrategia de comunicación efectiva es esencial en el caso de Paqocha, una marca que tiene profundas raíces en la identidad ecuatoriana y en la cultura del país. Así como en la introducción de prendas de alpaca ecuatoriana en la región francesa de Rhone-Alpes, Paqocha también se enfrenta al desafío de transmitir autenticidad, herencia cultural y valores arraigados en cada una de sus prendas. Esta estrategia de comunicación, al igual que en la introducción de las prendas de alpaca, desempeña un papel fundamental para destacar los atributos únicos de los productos y generar una conexión sólida con los consumidores, ya sea en un mercado internacional o en la promoción de la identidad cultural ecuatoriana.

A esto se suma lo determinado por Pérez (2010) en Francia-, se expuso que “Las fibras de alpaca y algodón son muy apreciadas entre los empresarios y público franceses”, tal como lo pudo comprobar la diseñadora Claudia Jiménez, luego de realizar una pasantía en la prestigiosa empresa Spung Frères.

"Los franceses tienen muy claro la calidad de las fibras de algodón , alpaca y esa es nuestra ventaja en comparación a otros países. Ellos las valoran mucho", manifestó. Esto muestra una evidente oportunidad en el mercado internacional para la comercialización de este producto. (p.5-6).

Por lo tanto otro detalle que atrae a los franceses a apreciar tanto este tipo de prendas es el hecho de que actualmente se está estimando todo lo que contribuya con el medio ambiente y comercio justo, esto le da un valor agregado a la prenda que muy aparte de la calidad contribuye a pequeñas comunidades, y a su vez, ayuda al ecosistema, lo que también se llama: Moda ecológica o Moda ética. Esto se comprueba en un blog donde se hablo del Evento internacional de Moda Ética y Ecológica, celebrado en París hace cuatro años llamado: *EthicalFashion Show*, certamen de moda, “concebido por

Isabelle Quéhé que permite dar a conocer al mundo los diseñadores emergentes de Moda Ecológica y Ética provenientes de los Cinco Continentes’’ (p.7).

En la ciudad de Quito del Ecuador existe un proyecto social y micro empresarial llamado Paqocha, (Alpaca en lengua quechua) nacido de la iniciativa de los esposos Lorena Pérez, guía naturalista y Felipe Segovia, ingeniero agrónomo, quienes al conocer las ventajas de la fibra de la alpaca ecuatoriana, decidieron buscar una forma viable de trabajarla por medio de un proyecto que por un lado, mejorara las condiciones socio-económicas de mujeres campesinas amas de casa, que no poseían ingresos económicos, y a su vez colaborara con la conservación de los páramos andinos del Cañar, Chimborazo, Cotopaxi y Pichincha.

Fue así que surgió Paqocha, rescate de las artes ancestrales por medio del hilado a mano, tejido y tintura natural en fibra de alpaca.

Este proyecto ha sido muy reconocido en Londres, a través de festivales de modaéticos, donde grandes almacenes admirados por el diseño de las prendas desfiladas, han hecho pedidos de las mismas; así mismo Paqocha ha participado en grandes eventos de moda en Singapur, Ginebra y Francia, concretamente en París (p.8).

Según lo comentado el estudio analiza la popularidad y las estrategias comunicativas para la introducción de las prendas de vestir culturales y su influencia y éxito de ventas en el nicho Europeo donde se demuestra que los países más competitivos son vecinos a Ecuador y que tienen gran popularidad por la identidad y su respuesta sustentable.

Es importante destacar que Paqocha es una marca emergente en un entorno digital demuestra un desafío y una oportunidad que ha revolucionado la industria de la moda en las últimas décadas. En un mundo cada vez más conectado, las marcas se han visto obligadas a adaptarse a las dinámicas cambiantes de un mercado en línea, donde la visibilidad y la influencia se han vuelto cruciales.

Motivo por el cual gestionar las marcas más reconocidas en el sector de la moda y

su posición influyen en como la identidad de producto llega de forma eficaz al consumidor, hoy en día existen varios canales que pueden comunicar lo que las marcas con identidad quieren decir, sin embargo, esto dependerá del público al cual se dirijan en concreto. Domingo (2013) determina lo siguiente:

El sector de la moda también ha modificado sus formas de acceder a un público cada vez más masivo, complejo y exigente. Como sistema complejo de interpretación social y como sector económico relevante para nuestra comunidad se ha transformado y ha evolucionado de manera global a partir de una modificación importante de su forma de trabajar. Los procesos de análisis, proyección, producción, distribución y consumo han cambiado, gracias a la consolidación de este nuevo contexto global y conectado.

El estado actual de Internet y el ciberespacio ha cambiado las percepciones, el comportamiento, las actitudes y los intereses del consumidor. En consecuencia, las interacciones web 360o a través de las plataformas sociales está transformando la forma en la que los consumidores entienden y valoran las marcas de moda. (p.6).

Las marcas moda además de encontrar un valor agregado donde los clientes se sientan identificados deben tener cuenta como globalizarse para alcanzar público local e internacional que se interese por el significado de la marca y la identidad del producto de tal forma pueda llevarlo, este mapeo ,sin embargo, lleva por detrás un sistema complejo de interpretación social en donde intervienen procesos analíticos para determinar el nicho de mercado, contexto y consumidores a los cuales se está dirigiendo la marca para crear su identidad y partir de este punto para direccionar la percepción y el interés del consumidor.

Es por esto que la identidad de marca-producto-producto ha sido uno de los factores principales y más importantes para lograr su éxito, esta se genera a través de un estudio del consumidor, de tal forma que las marcas de la industria indumentaria realizan un estudio de mercado estandarizado de competencia en donde la identidad del producto contribuye a la generación de valor y diferenciar unas marcas de otras según el valor

agregado único mostrando una propuesta epistémica validada según el criterio del consumidor Cruz (2017) determina que:

La identidad como el ADN de la empresa, primer factor considerado al momento de crear o reestructurar una organización, surge de la necesidad de transferir toda la esencia de la organización hacia la marca (qué es, a donde se dirige, y donde está). (p.465).

Es importante en este punto conocer que cada una de las empresas de la industria de la moda deben registrarse a un ADN integrado para poder descubrir el origen del producto, qué desea transmitir y a qué público trata de llegar, refiriéndose a los elementos esenciales y distintivos de la marca. Al igual que el ADN contiene información genética única que ayuda a identificar y diferenciar la marca, continúa Cruz (2017) explicando lo siguiente:

La identidad de marca-producto es un conjunto de asociaciones que pretende crear o mantener en la mente del consumidor a lo largo del tiempo, representa a razón de ser de la marca, implican una promesa de la organización hacia los clientes. Además, se considera que la identidad es el conjunto de activos vinculados al nombre y símbolo de la misma, que incorporan el valor suministrado por un producto o servicio a la compañía y/o sus clientes. (p. 465).

Cruz menciona de manera concisa la importancia de la identidad de marca-producto y el impacto que causa en la mente del consumidor, determinando que la identidad se compone de asociaciones que buscan el establecimiento de su identidad a lo largo del tiempo, con el objetivo de representar la razón de ser de la marca y generar una promesa de valor a los clientes.

En relación a lo mencionado anteriormente, es importante destacar que la identidad es una estrategia que se establece con la creación de conceptos para un campo en específico analizando diversos aspectos como la cultura, la semiótica, el análisis del discurso, el marketing. Según Avalos (2013) “La identidad de es una construcción simbólica que se plasma a través de una promesa de marca, buscando satisfacer las

expectativas de su público específico”(p.138).

Por este motivo las marcas pretenden demostrar o simbolizar su cultura, pensamientos, formas de ver la vida plasmados en sus productos que finalmente son llevados en la piel de quien los usa por tanto transmitiendo un mensaje con fuerza. “La estructura de una marca, que debe expresar su esencia, se compone por los valores, atributos y beneficios”(p.138).

Asimismo, expresa que “Las historias que cuentan las marcas ayudan a hacer más palpables y concretos los valores que se está dispuesto a apoyar”(p.139). En la comunicación de la marca intervienen aspectos tanto teóricos como prácticos, por tanto este artículo presenta una visión del autor que incluye estos dos tipos de perspectivas para entender y posicionar una marca con estrategias en el sector de la indumentaria y el textil.

Siguiendo esta línea de pensamiento, es relevante considerar que Imaz (2015) demanda lo siguiente:

Establecer una diferencia clara entre los conceptos de identidad de marca-producto e imagen de marca, al ser conceptos que a menudo se emplean como sinónimos, incluso por los propios versados en la materia. A partir de esta diferenciación hemos llegado a comprender que el ideal para una empresa es que ambos conceptos pudieran, de alguna manera, igualarse en la mente del consumidor, ya que esto permitiría que cualquier mensaje que la empresa transmitiera llegara al público sin distorsión alguna.(p.3)

En la cita expuesta la identidad de marca-producto se refiere a la esencia y la personalidad de la marca. Es la forma en que la empresa se percibe a sí misma, sus valores, su propósito y su promesa única. La identidad se construye internamente y se expresa a través de elementos como el logotipo, los colores, el tono y la cultura corporativa. Es lo que la empresa desea ser y cómo quiere ser percibida por sus stakeholders, continuar con lo investigado anteriormente permitiría comprender como la identidad de producto desempeña un papel crucial en el éxito de ventas.

Comprender cómo la identidad de un producto influye en las decisiones de compra de los consumidores en el nicho de mercado europeo permitiría obtener información valiosa para las estrategias de marketing y ventas de Paqocha.

Además de ellos Ezenarro (2014) demanda que “Las marcas buscan construir identidades significativas, innovadoras, marcas que sean capaz de inspirar al público, generar cambios y emociones; establecer conversaciones interesantes y honestas con sus públicos, en un entorno digital y también real”(p.10).

La cita de Ezenarro (2014) resalta el objetivo de las marcas de construir identidades significativas y innovadoras que sean capaces de inspirar al público, generar cambios y emociones. Además, enfatiza la importancia de establecer conversaciones interesantes y honestas con los públicos tanto en entornos digitales como en el mundo real. Se puede destacar la necesidad de que las marcas vayan más allá de simplemente ofrecer productos o servicios, y busquen establecer una conexión más profunda con sus consumidores. Para lograrlo, las marcas deben esforzarse por construir identidades sólidas que resuenen con los valores, aspiraciones y emociones de su público objetivo.

La referencia a la inspiración, los cambios y las emociones subraya la importancia de generar una respuesta emocional positiva en los consumidores. Las marcas que pueden evocar emociones y crear experiencias significativas tienen más probabilidades de establecer relaciones duraderas y leales con sus públicos.

Finalmente cabe resaltar lo siguiente:

La imagen corporativa de una marca se construye mediante aspectos intangibles, como los valores y la percepción pública, así como aspectos visuales, como la identidad visual. La identidad visual de una marca es como su apariencia externa, que establece cómo se comunica, establece una conexión con su público objetivo, refleja la esencia de la empresa y mantiene una comunicación constante con los consumidores. (Villanueva, p.30, 2013).

Para concluir el autor destaca que la identidad visual mantiene una comunicación

constante con los consumidores. Esto implica que los elementos visuales deben ser coherentes y reconocibles en todas las interacciones de la marca con su público, generando una imagen cohesiva y memorable. Se puede denotar la importancia de la imagen corporativa de una marca y cómo se construye a través de aspectos intangibles y visuales.

Los aspectos intangibles, como los valores y la percepción pública, son fundamentales para establecer la reputación y la posición de una marca en la mente de los consumidores. Estos aspectos representan la esencia y la identidad de la empresa. Villanueva menciona que la identidad visual de una marca mantiene una comunicación constante con los consumidores. Esto podría respaldar la investigación de cómo la comunicación a través de los elementos visuales de los productos de Paqocha impacta en la percepción de los consumidores y en el éxito de ventas en el mercado europeo.

1.6 Fundamentación

1.6.1 Fundamentación Legal

En el proyecto de investigación presente se ha tomado como base la Constitución del Ecuador tomado de la sección cuarta correspondiente al Ministerio de la Cultura y la Ciencia en donde los siguientes artículos estipulan:

“Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.”

(Constitución de la República del Ecuador, 2017, artículo 22)

Seguido acorde al artículo 377 que determina:

“Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. ‘’

(Constitución de la República del Ecuador, 2017, artículo 377)

Finalmente, en el artículo 380 el estado se encarga de velar y ofertar la difusión de la cultura y orígenes propios de las tierras ecuatorianas diciendo:

“Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado: Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva”.

(Constitución de la República del Ecuador, 2017, artículo 380)

En el contexto de la tesis sobre el análisis de la identidad de producto y su impacto en el éxito de ventas en el mercado europeo, la referencia a la Constitución del Ecuador, particularmente en los artículos citados, reviste una relevancia significativa. Los artículos 22, 377 y 380 establecen el derecho de las personas a desarrollar su capacidad creativa, promueven la diversidad de expresiones culturales y destacan la responsabilidad del Estado en garantizar esta diversidad y promover la producción cultural nacional.

Estos principios constitucionales respaldan la importancia de reconocer y proteger la identidad cultural, elementos cruciales en la producción artística, y por extensión, en los productos textiles y de moda. Así, la conexión con la Constitución ofrece un marco legal que refuerza la relevancia cultural y la diversidad, aspectos centrales en la comprensión de la identidad de producto de Paqocha y su influencia en el mercado europeo, enriqueciendo así la investigación con un respaldo legal y cultural.

1.6.2 Fundamentación filosófica

El enfoque critico-propositivo es una de las opciones más asertivas para la investigación social que presenta a investigar transformando socialmente los pensamientos y dando paso a la ruptura dependiente en donde da prioridad a la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales desde una óptica integral. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2014).

La fundamentación filosófica crítico-propositiva que subyace en esta investigación se erige sobre la premisa de que el análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el mercado europeo no solo demanda una evaluación objetiva de elementos tangibles, sino también una reflexión profunda sobre el papel de la moda y el diseño textil en la sociedad contemporánea.

Desde una perspectiva crítica, porque interroga los patrones convencionales de realizar investigaciones vinculadas con la lógica instrumental del poder, ya que objeta las explicaciones simplificadas basadas en relaciones causales lineales y se cuestionarán los paradigmas existentes en la industria, explorando cómo la identidad de producto puede trascender más allá de lo estético, convirtiéndose en un medio para transmitir valores culturales y fomentar la diversidad. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2014).

De manera propositiva, la investigación no se limita a la observación pasiva de los fenómenos; más bien, propone soluciones alternativas elaboradas en un ambiente de colaboración activa y proactiva. Se buscará no solo revelar los factores de éxito sino también proponer estrategias innovadoras que respeten y potencien la identidad cultural, aportando así a un diálogo global en el mundo de la moda. Esta fundamentación filosófica guiará la investigación hacia una comprensión más profunda y contextualizada de la intersección entre el diseño, la identidad cultural y el éxito de ventas en el contexto europeo.

1.7 Categorías fundamentales

1.7.1 Redes conceptuales

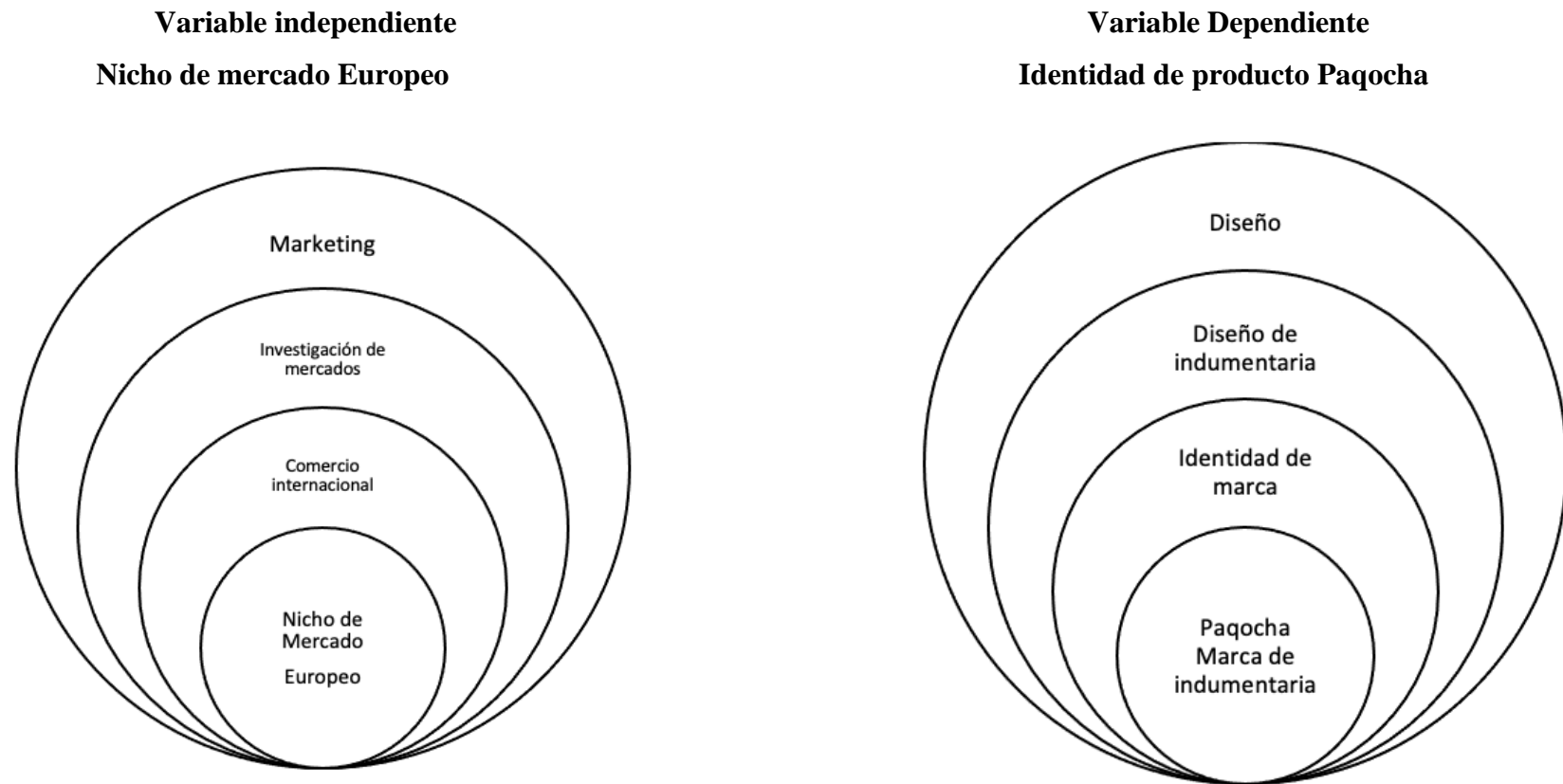


Gráfico 3 Redes conceptuales de las categorías fundamentales de la investigación

1.7.2 Constelación de ideas

- Variable Independiente

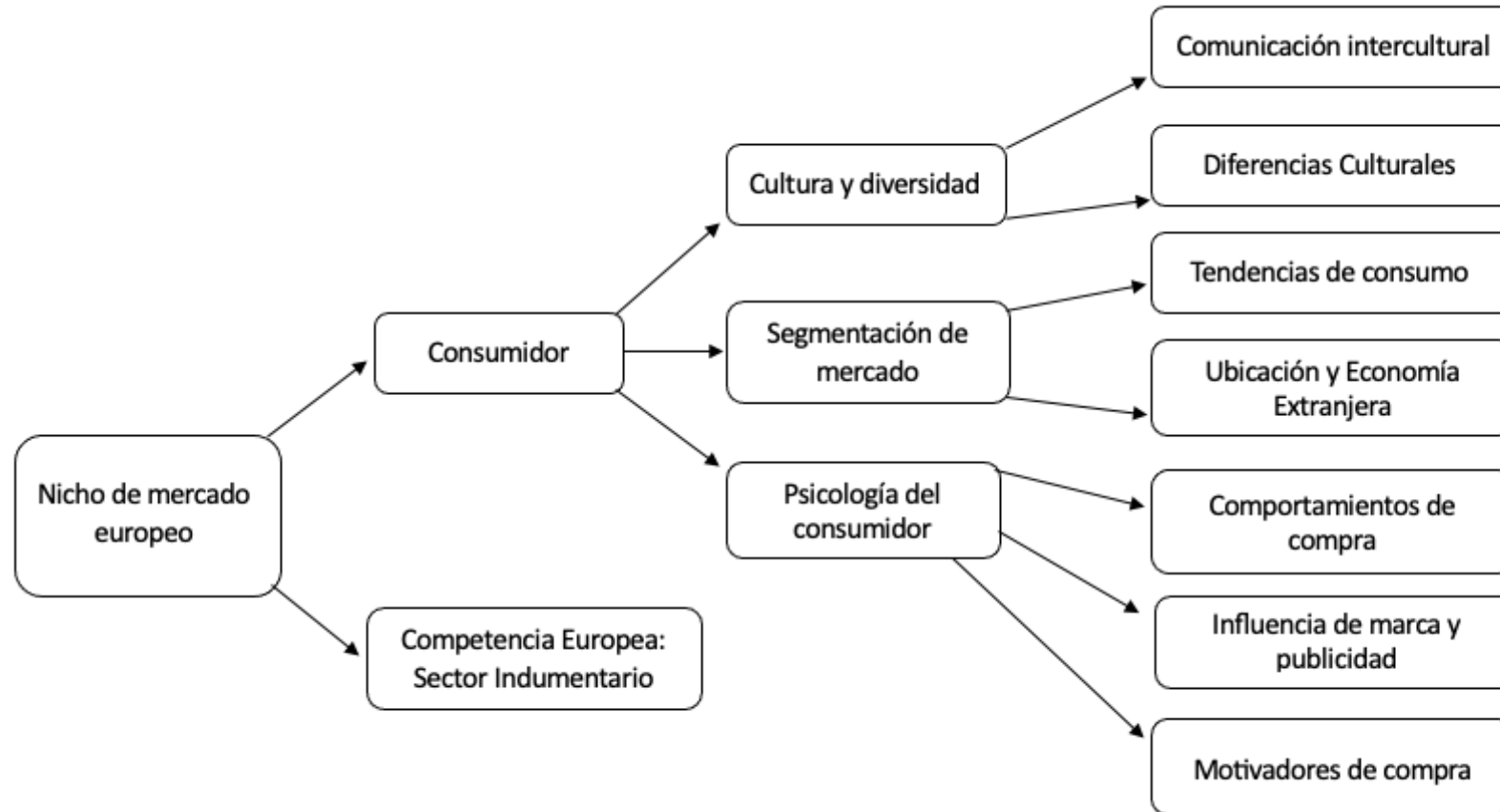


Gráfico 4 Constelación de ideas de la variable independiente

Variable dependiente

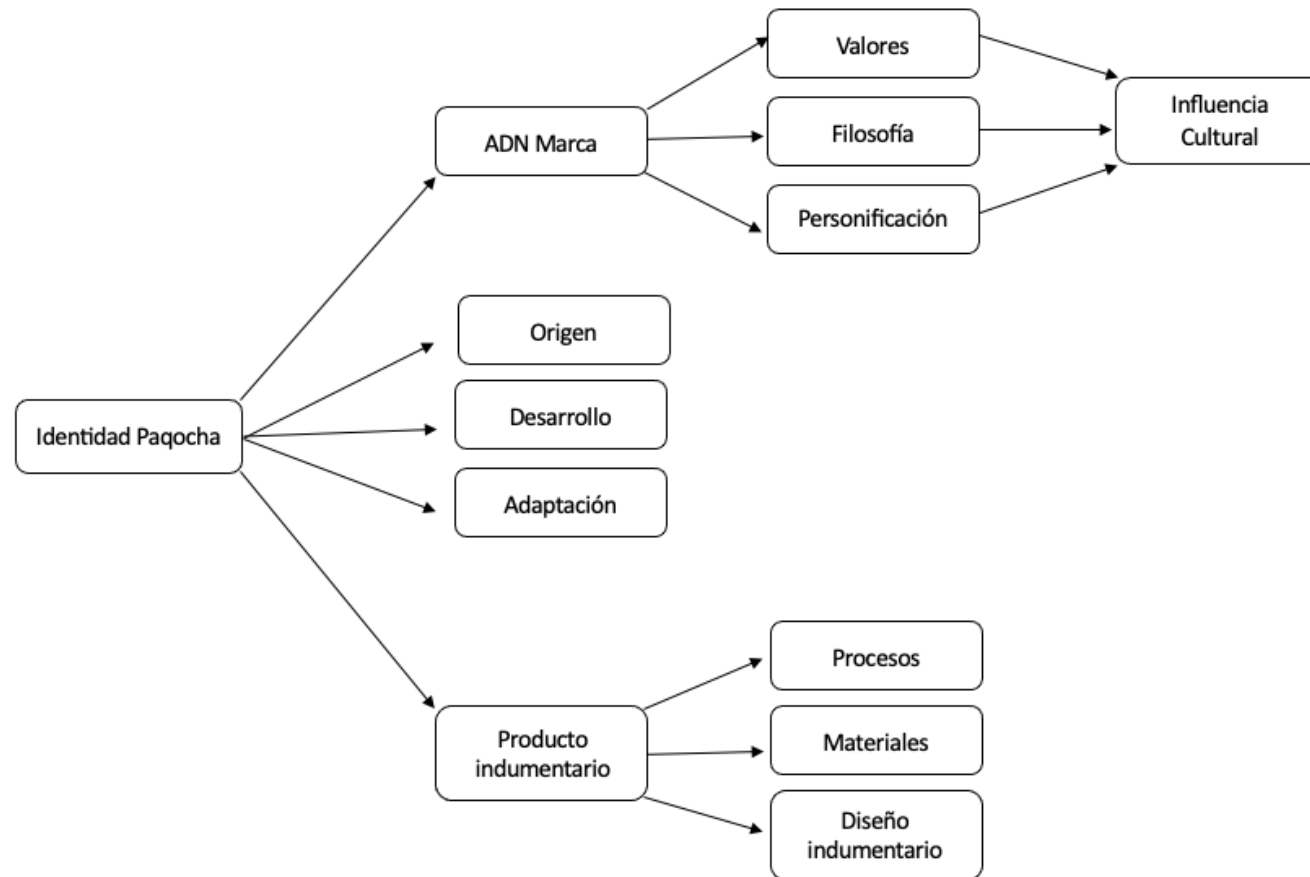


Gráfico 5 Constelación de ideas de la variable dependiente

1.8 Bases teóricas

1.8.1 Variable Independiente

1.8.1.1 Definición de Marketing

El marketing es una disciplina ampliamente reconocida como un pilar fundamental en el mundo de los negocios y la economía. Se trata de un conjunto de estrategias y técnicas que se utilizan para comprender, atraer y satisfacer las necesidades de los consumidores. El marketing abarca desde la investigación de mercado y la planificación estratégica hasta la promoción y venta de productos y servicios.

El concepto de marketing según Phillip Kotler se define de la siguiente manera ‘‘El marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes’’(Kolter & Armstrong, 2013) además agrega que el propósito dual del marketing consiste en atraer a nuevos clientes ofreciéndoles un valor excepcional y en mantener a los clientes existentes garantizándoles una experiencia satisfactoria. ‘‘Un marketing sólido es fundamental para el éxito de toda organización, tanto de las grandes em- presas comerciales’’ (Kolter & Armstrong, 2013)

Por su parte Martínez, Ruiz y Escrivá (2014) ‘‘El marketing aparece en el momento en que se produce una relación de intercambio, es decir, cada vez que un individuo usa a otro y recibe algo a cambio.’’ El marketing implica la planificación y ejecución de estrategias relacionadas con la concepción de productos, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, productos y servicios. Su objetivo es facilitar intercambios que cumplan con metas tanto individuales como corporativas.

Para concluir Monferrer (2013) dice que el marketing representa una actividad esencial en las organizaciones, centrada en la noción de intercambio. Su ámbito de estudio se enfoca en analizar las relaciones entre una empresa y diversos actores de su entorno que interactúan con ella. El mercado, que engloba a consumidores, intermediarios y competidores, merece una atención especial. De hecho, todos somos

expuestos a las manifestaciones más destacadas de las acciones de marketing de las empresas, tales como investigación de mercados, publicidad, ventas personales, relaciones públicas, promociones de ventas, distribución comercial y segmentación de mercados.

El marketing se rige como un pilar crucial en el mundo empresarial y económico, siendo un conjunto de estrategias y técnicas que abarcan la comprensión, atracción y satisfacción de las necesidades de los consumidores. Se centra en la gestión de relaciones rentables con los clientes, con un propósito dual de atraer a nuevos clientes proporcionando un valor excepcional y de mantener la satisfacción de los clientes existentes. En el contexto de las relaciones de intercambio, el marketing implica la planificación y ejecución de estrategias relacionadas con la conceptualización de productos, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, productos y servicios, contribuyendo al logro de objetivos tanto individuales como corporativos. El marketing se extiende a lo largo de la relación de una empresa con diversos actores, como consumidores, intermediarios y competidores, y engloba diversas prácticas clave, desde la investigación de mercados hasta la segmentación de mercados y la promoción de ventas.

1.8.1.2 Investigación de Mercados

La investigación de mercados es una disciplina fundamental en el mundo del marketing y la toma de decisiones empresariales. Se trata de un proceso sistemático y estructurado que tiene como objetivo obtener información valiosa sobre el mercado y los consumidores para respaldar la toma de decisiones estratégicas en una organización. En esencia, la investigación de mercados se enfoca en entender mejor a los clientes, competidores y el entorno en el que opera una empresa.

Continuando con la idea planteada Malhorta define que "La investigación de mercados es el ojo y el oído de la organización. Proporciona la información necesaria para tomar decisiones inteligentes y estratégicas en un entorno empresarial competitivo y dinámico." (Malhotra, 2017, p. 4). La investigación de mercados actúa

como un medio esencial para que las organizaciones obtengan información crucial que les permite tomar decisiones inteligentes y estratégicas.

“La investigación de mercados adquiere una importancia cada vez mayor en la medida en que la orientación de las empresas al mercado y la función de marketing cobran más relevancia” (Ballina et al., 2016). La investigación de mercados efectiva se basa en dos aspectos fundamentales que deben ser abordados con el mayor nivel de precisión: la identificación del problema y, como resultado, las necesidades de información que surgen de él, y la implementación de metodologías apropiadas para generar conocimiento pertinente que contribuya a resolver dicho problema. Dado el impacto que realizar investigaciones comerciales tiene en una empresa en términos de costos y retrasos en la toma de decisiones, llevar a cabo esta tarea cumpliendo con los requisitos de pertinencia, objetividad y rigurosidad científica es de suma importancia.

Tomando en cuenta estas afirmaciones Nogales (2015) determina que la investigación comercial permite obtener información útil en múltiples áreas y sobre numerosos aspectos de la gestión de marketing. El estudio de los factores del entorno influyentes y no controlables directamente por la empresa permite reducir sus efectos negativos y aprovechar sus efectos positivos. Por otra parte, el conocimiento profundo de las necesidades y deseos no cubiertos de los consumidores es la base fundamental para el desarrollo de conceptos comerciales que satisfagan esa demanda. En la actualidad, la mayoría de las empresas han asumido que una clave básica del éxito comercial es la creación de productos adaptados a las características y necesidades específicas y actuales de los mercados. Por lo tanto, se puede afirmar que hoy en día el conocimiento del entorno de actuación de la empresa mediante investigación comercial es imprescindible para el desarrollo de la actividad empresarial.

La investigación de mercados desempeña un papel esencial en el mundo del marketing y la toma de decisiones empresariales. Su enfoque sistemático y estructurado permite obtener información crucial sobre el mercado y los consumidores, apoyando decisiones estratégicas en las organizaciones. Dada la

creciente importancia de la orientación al mercado, llevar a cabo investigaciones comerciales que cumplan con los estándares de pertinencia y rigurosidad científica se ha convertido en un elemento indispensable para el éxito empresarial en un entorno competitivo.

1.8.1.3 Comercio Internacional

El comercio internacional es un pilar fundamental de la economía global que implica el intercambio de bienes, servicios y recursos entre países y regiones de todo el mundo. Es una manifestación de la interconexión económica y la colaboración entre naciones, y desempeña un papel esencial en la prosperidad y el desarrollo económico tanto a nivel nacional como internacional. Este fenómeno económico permite que las naciones se especialicen en la producción de bienes y servicios en los que tienen ventajas comparativas, lo que a su vez aumenta la eficiencia económica y mejora el nivel de vida de las personas.

“En la negociación internacional, la dimensión cultural tiene un elevado impacto” (Peña Andrés, 2016) El desarrollo de una negociación se verá influenciado por las costumbres y aspectos culturales particulares de la región, y en el ámbito del comercio internacional, la comunicación juega un papel central. Esto incluye la elección de un estilo de diálogo apropiado, la capacidad de aprovechar las oportunidades que surgen de la negociación y la construcción general de la confianza, aspectos que están arraigados en la cultura local.

Según indica el autor Huesca (2019), el comercio internacional, en sus inicios, tiene raíces ancestrales que datan de las primeras civilizaciones organizadas. En ese contexto, las civilizaciones en el área del Mediterráneo, dada su ubicación geográfica estratégica, se valieron de esta ventaja para intercambiar sus excedentes comerciales con otras comunidades. El comercio internacional es la compra y venta de bienes, servicios y recursos entre países. Tiene raíces antiguas, y hoy en día, los países participan en él para acceder a recursos, aprovechar sus ventajas en la producción, aumentar ingresos y empleos, y promover la competencia. Está regulado por acuerdos

comerciales y gobiernos, y se utilizan instrumentos como importación, exportación e inversión extranjera.

Finalmente, los autores Suriaga e Hidalgo (2021) en su estudio determinan que el comercio internacional es fundamental para la economía global, ya que está influenciado por eventos mundiales que afectan los precios, la oferta y la demanda. Esta característica fomenta el intercambio de diferentes bienes y servicios, supliendo las necesidades de naciones que carecen de ciertos productos o requieren fortalecer su oferta, lo que contribuye a su desarrollo y sostenibilidad. Además, el comercio internacional facilita la obtención de una amplia variedad de productos, permitiendo a los países aumentar su producción y obteniendo numerosos beneficios como productores.

El comercio internacional, el intercambio de bienes, servicios y recursos entre naciones y regiones, es un elemento importante de la economía global. Este proceso refleja las relaciones económicas y la cooperación a nivel internacional, contribuyendo especialmente al desarrollo económico y la prosperidad de los países. Especializarse en la producción de bienes y servicios donde se tienen ventajas comparativas es necesario para fortalecer el desempeño económico y aumentar la calidad de vida. Además, la influencia de la cultura en las negociaciones internacionales resalta la importancia de la comunicación y la creación de confianza en esta área. Desde la antigüedad hasta nuestros días, el comercio internacional ha jugado un papel fundamental en el crecimiento económico y la prosperidad, promoviendo la comunicación entre las naciones y fomentando la competencia global.

1.8.1.4 Nicho de mercado Europeo

El nicho de mercado Europeo representa gran relevancia con respecto al escenario global de comercialización, caracterizado por su diversidad tanto cultural, económica y normativa con consumidores potenciales. La unión europea ofrece oportunidades significativas para las empresas que buscan expandir sus horizontes.

El mercado europeo, con su diversidad cultural, variedad de idiomas, economías desarrolladas y consumidores sofisticados, representa un nicho de mercado sumamente atractivo y complejo para las empresas en todo el mundo. Comprender y abordar de manera efectiva este mercado es esencial para aquellas empresas que desean expandir sus operaciones más allá de las fronteras nacionales.

Europa, conformada por una constelación de países con diferentes historias, tradiciones y preferencias, ofrece oportunidades significativas, pero también desafíos considerables. En esta introducción, exploraremos las características clave del nicho de mercado europeo, su importancia en la economía global y los aspectos cruciales que las empresas deben considerar al ingresar y competir en este diverso y dinámico entorno.

“El mercado europeo es uno de los nichos más atractivos y dinámicos para las empresas a nivel mundial, debido a su diversidad cultural, poder adquisitivo y tamaño significativo” (Segovia et al., 2021)

El mercado europeo es un nicho diverso y dinámico que abarca una amplia gama de sectores y segmentos. En Europa, los consumidores tienen una mentalidad única y variada en términos de preferencias de productos y servicios, lo que hace que el nicho de mercado europeo sea especialmente interesante para las empresas que desean expandirse en la región. Europa se compone de una gran cantidad de países con diferentes culturas, idiomas y normativas, lo que presenta desafíos, pero también oportunidades para las empresas que pueden adaptarse a estas diferencias y ofrecer soluciones personalizadas. (Postigo, 2013)

Además, en el libro “La unión europea en el siglo XXI” se dice que el mercado europeo es conocido por su enfoque en la sostenibilidad y la calidad. Los consumidores europeos tienden a ser conscientes del medio ambiente y buscan productos y servicios que cumplan con altos estándares de calidad y responsabilidad social. Esto ha impulsado la demanda de productos ecológicos, orgánicos y éticos en toda Europa, lo

que representa una oportunidad importante para las empresas que pueden cumplir con estas expectativas. (Gómez, 2014)

Según lo expuesto anteriormente se puede decir que el mercado europeo es un entorno diverso y dinámico que ofrece oportunidades significativas para las empresas. La innovación y la calidad son clave, pero la heterogeneidad de los consumidores y las tendencias cambiantes requieren una adaptación cuidadosa. Las expectativas se centran en productos de alta calidad, responsabilidad social y sostenibilidad, junto con la búsqueda de la originalidad y la incorporación de elementos culturales en las propuestas de comercio.

-Definición de Consumidor

El consumidor, en el contexto del mundo empresarial y la economía, desempeña un papel central e influyente. Este individuo, ya sea un comprador de productos o servicios, es la piedra angular de cualquier actividad comercial. Sus decisiones de compra, motivaciones y preferencias son elementos esenciales para entender y prever el funcionamiento de los mercados.

Según La Real Academia Española define el concepto de consumidor como una “persona, física o jurídica, que adquiere, utiliza o disfruta de bienes o servicios, siempre que lo haga como destinatario final, y siendo diferente que quienes producen, facilitan, suministran o expiden dichos bienes o servicios” (RAE).

El pensamiento del consumidor es continuamente cambiante, en donde influyen factores políticos, sociales y económicos que determinan su comportamiento y preferencias sin embargo “El cambio del consumidor está expuesto al desarrollo de la construcción de la marca” (Cardona Arbeláez et al., 2018) también agrega que los criterios que en un momento dado influyen en la elección de compra de un consumidor son moldeados por factores personales, sociales, culturales, y por el comportamiento tanto individual como grupal, cada uno en mayor o menor grado.

García (2015) Demanda que el consumidor o cliente puede desempeñar por lo menos tres papeles en el proceso de compra o transacción en donde lo enumera como: comprador de los bienes o servicios, el individuo que efectúa el pago y finalmente quien lo consume o utiliza. “Un consumidor o cliente puede ser un comprador, un pagador, o un usuario” además agrega que cada uno de estos aspectos desempeña papeles distintos que se deben conocer a profundidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

En este contexto se puede decir que el consumidor, con sus decisiones de compra influenciadas por diversos factores, es el protagonista indiscutible en el mundo empresarial. Su constante evolución y la importancia de construir una relación sólida con él son factores críticos en la estrategia de cualquier empresa. Comprender sus roles cambiantes en el proceso de compra es esencial para satisfacer sus necesidades y garantizar el éxito en el mercado. El consumidor es el eje central en la toma de decisiones empresariales y el impulsor de la innovación y la adaptación en un entorno comercial en constante cambio.

-Cultura y Diversidad

La cultura y diversidad son dos conceptos que desempeñan un papel fundamental en la configuración de nuestro mundo contemporáneo. La interacción entre diferentes culturas, tradiciones y perspectivas enriquece nuestra sociedad y moldea nuestra comprensión del mundo.

La palabra cultura proviene de la palabra cultura, Latín (L), cuya última palabra trazable es colere con significados distintos como cultivo o protección.” (Ortiz, 2014) La palabra "Cultura" adquirió su significado principal como proceso de cultivo o inclinación a cultivarse, aunque con un sentido secundario de honor y veneración en la época medieval. Sin embargo señala que el concepto antropológico de cultura es un sustantivo común "Que indica una forma particular de vida, de gente, de un período, o de un grupo humano".

Por otro lado se da una connotación espiritual que vas más allá de su origen “La idea de cultura en el discurso moderno se construye en torno a la convicción

inamovible pero contradictoria de que hay una substancia “espiritual” es prueba distintiva de su humanidad”(Echeverria, 2019)

“La diversidad cultural es el término utilizado para referirse al grado de variación cultural en ciertas áreas geográficas en las que co-existen diferentes culturas.”(Álvarez & Urbano, 2013) Los indicadores de diversidad cultural exhiben una amplia variabilidad entre distintos países. En un extremo se hallan naciones que forman parte de la Union Europea que presentan una notable homogeneidad en términos de etnia, idioma y religión. En contraste, en el otro extremo se encuentran países latinoamericanos como Bolivia, Perú y Ecuador, así como naciones africanas, caracterizados por una marcada diversidad cultural.

Por su parte La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2015) demanda que la diversidad dentro de un país se manifiesta no solamente a través de la diversidad de productos sino también a través de la diversidad de creadores consumidores y participantes en las diferentes actividades y productos culturales.

La cultura y la diversidad son dos pilares fundamentales que moldean nuestro mundo contemporáneo. La cultura, con sus raíces en la idea de cultivar y proteger, ha evolucionado para abarcar una forma particular de vida, período o grupo humano, así como una dimensión espiritual que subraya la singularidad de la humanidad. La diversidad cultural se refiere al grado de variación cultural en regiones geográficas específicas, y varía significativamente entre diferentes países.

La interacción entre culturas, tradiciones y perspectivas enriquece nuestra sociedad y amplía nuestra comprensión del mundo. La UNESCO subraya que la diversidad no se manifiesta únicamente en los productos culturales, sino también en las personas que participan en la creación y el consumo de estos productos. En última instancia, la cultura y la diversidad son elementos esenciales que contribuyen a la riqueza y la complejidad de nuestro mundo globalizado. Su comprensión y apreciación son fundamentales para fomentar la tolerancia, la inclusión y el enriquecimiento mutuo en una sociedad cada vez más interconectada.

-Comunicación Intercultural

La comunicación intercultural es un fenómeno fundamental en un mundo cada vez más globalizado. Implica la interacción entre individuos de diferentes culturas y contextos, y desafía la comprensión y adaptación a las diferencias culturales para lograr una comunicación efectiva y armoniosa.

La comunicación intercultural es un proceso fundamental que involucra la interacción entre individuos o grupos pertenecientes a diferentes culturas, y se refiere a cómo se transmiten y se interpretan los mensajes en este contexto. Implica la comunicación efectiva y significativa entre personas que pueden tener diferencias en términos de idioma, valores, normas, creencias, costumbres y prácticas culturales. La comunicación intercultural se vuelve especialmente importante en un mundo cada vez más diverso y globalizado, donde las personas interactúan con individuos de diversas culturas en sus vidas personales y profesionales. (Martínez, 2014)

En el contexto de la comunicación intercultural, es esencial reconocer que las diferencias culturales pueden dar lugar a malentendidos, conflictos o una falta de comunicación efectiva. La comunicación intercultural busca superar estas barreras al fomentar la comprensión y el respeto mutuo entre culturas. Para lograrlo, es necesario tener en cuenta la diversidad cultural, adaptarse a las diferencias culturales, practicar la empatía y mostrar apertura hacia nuevas perspectivas. Además, la comunicación intercultural promueve la conciencia cultural y el desarrollo de habilidades interculturales para mejorar la capacidad de las personas para interactuar de manera efectiva en entornos multiculturales. (Pinto, 2015)

La comunicación intercultural implica un enfoque que va más allá del mero intercambio de palabras. Se trata de un proceso complejo que comprende el lenguaje, la cultura y la psicología de los individuos involucrados. Esta forma de comunicación no solo busca transmitir información, sino también crear conexiones emocionales y construir puentes de comprensión en un entorno multicultural. En esencia, la comunicación intercultural se centra en la capacidad de las personas para interactuar y relacionarse de manera efectiva a pesar de las diferencias culturales, promoviendo la conciencia cultural y el respeto mutuo. (Gudykunst & Kim, 2013)

Finalmente, la comunicación intercultural se erige como un elemento esencial, donde la interacción entre individuos de diversas culturas desafía la comprensión y adaptación para lograr un entendimiento efectivo. A menudo, se tiende a resaltar las diferencias culturales, lo que puede dar lugar a percepciones superficiales y divisiones. Para que la comunicación intercultural sea efectiva, es crucial establecer un diálogo basado en la igualdad. Cada individuo, al nacer en una comunidad, internaliza las normas y valores culturales que influyen en su perspectiva y conducta. Esta comunicación no solo se trata de comprender otras culturas, sino también de contribuir al enriquecimiento, la preservación y la evolución de estas culturas.

-Diferencias Culturales

Las diferencias que existen dentro de todas las culturas que se reparten por el mundo son un aspecto inherente a la diversidad de la experiencia humana. Cada cultura, enriquecida por su historia, valores, tradiciones y normas, aporta una perspectiva única al tapiz global de la humanidad. Estas diferencias pueden manifestarse en una variedad de aspectos.

En este término la diversidad o diferencias culturales se refieren a las variaciones en las prácticas, valores, creencias y costumbres entre diferentes grupos culturales. Estas diferencias pueden influir en la forma en que las personas se comportan y se relacionan entre sí, y pueden tener un impacto significativo en los negocios y las relaciones internacionales. (Albó, 2014)

La singularidad de comparten las culturas es la complejidad de sus orígenes, creencias y tradiciones por lo que puede llegar a ser una fuente de conflicto o de enriquecimiento mutuo, dependiendo de cómo se manejen. Es importante reconocer y respetar las diferencias culturales, y trabajar para construir puentes de comunicación y comprensión entre diferentes grupos culturales. (Barabas, 2014)

Las diferencias culturales pueden ser una fuente de creatividad y diversidad, y pueden enriquecer la vida de las personas y las sociedades. Sin embargo, también

pueden ser una fuente de discriminación y exclusión, y es importante trabajar para promover la igualdad y la inclusión en todas las áreas de la vida. (García, 2013). La apertura y el respeto hacia las diferencias culturales son fundamentales para fomentar la cooperación, la tolerancia y el entendimiento mutuo en una sociedad global.

La diversidad cultural enriquece la experiencia humana, aportando perspectivas únicas y valores desde diferentes contextos culturales. Estas diferencias, aunque a veces pueden llevar a conflictos y discriminación, también tienen el potencial de enriquecer nuestras vidas y sociedades. Promover la igualdad y la inclusión es esencial para garantizar que estas diferencias se vivan de manera constructiva. La apertura y el respeto hacia la diversidad cultural son fundamentales para fomentar la cooperación, la tolerancia y el entendimiento mutuo en un mundo globalizado y diverso.

-Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es una práctica crucial en el campo de la estrategia empresarial. Pues al estar conectados unos con otros la diversidad de la población es evidente, comprende la división de un mercado en grupos más pequeños en función de características demográficas, como la edad, el género, la ubicación geográfica, el nivel de educación, los ingresos y más. Esta estrategia es fundamental para entender a profundidad a los consumidores y adaptar productos, servicios y mensajes de manera precisa, lo que permite a las empresas satisfacer sus necesidades y preferencias de manera más efectiva.

Foullon (2020) comenta que la segmentación de mercados es una de las estrategias que utilizan las empresas que sirven para agrupar a los usuarios con base en sus preferencias, características y comportamientos, siendo estos perfiles homogéneos para poder ofrecer al mismo productos o servicios que suplan las necesidades de estos particulares.

Identificar a los segmentos de mercado complementa la información para poder promover productos específicos que sean adecuados para las necesidades de los clientes que han sido seleccionados. Es por esto que la heterogeneidad de estos

mercados requiere un enfoque que sea diferenciado por parte de las empresas, sin importar que productos o servicios ofrezcan es parte fundamental para poder tener éxito en la industria. Esta segmentación ha demostrado tener amplios beneficios para los clientes como para el emisor del producto permitiendo de esta forma centrar los recursos y rentabilizar la empresa. (Paredes, 2014)

En la segmentación del mercado, se ven influenciados múltiples criterios, y los consumidores se ajustan a un perfil que engloba diversas características, lo que significa que un segmento se define por más de una característica. El desafío radica en identificar un segmento ideal que surja de la combinación de varios criterios y que permita una mejor distinción en el comportamiento de los consumidores. (Lazzari, 2013)

La segmentación de mercado se erige como una práctica esencial en la estrategia empresarial, especialmente en un mundo donde la diversidad de la población es innegable. Este enfoque implica la división de un mercado en segmentos más pequeños basados en características demográficas y comportamentales, lo que permite a las empresas comprender a profundidad a sus consumidores y adaptar productos, servicios y mensajes de manera precisa. Al satisfacer de manera efectiva las necesidades y preferencias de grupos específicos, las empresas pueden obtener una ventaja competitiva significativa. Sin embargo, es importante reconocer que cada consumidor es único en términos de deseos, creencias y expectativas.

-Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo reflejan los cambios en los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores. Comprender y adaptarse a estas tendencias se ha convertido en un imperativo para las empresas que buscan mantenerse relevantes y competitivas en un mercado en constante transformación. Desde la revolución digital hasta la creciente conciencia medioambiental, las tendencias de consumo influyen en la forma en que las empresas desarrollan y comercializan sus productos y servicios.

Por otro lado, también se debe tener en cuenta que este término es utilizado para diferentes contextos y situaciones sin embargo el concepto de “cambio” siempre se

encuentra presente por lo que las tendencias de consumo se describen como la propensión o inclinación en los hombres y cosas para lograr cumplir con determinados fines, estas fuerzas pueden tener su origen en varios aspectos, sociales, políticos, religiosos, económicos etc. (López, 2015)

Las tendencias se transforman en respuesta a los deseos de los consumidores, pero estimulan inversamente el comportamiento de compra de los consumidores a través de estrategias de marketing innovadoras. A través de un análisis exhaustivo de las tendencias globales de la moda, los perfiles demográficos de los consumidores, el impacto de las redes sociales y los estudios de casos de marcas de ropa dominantes, el estudio profundiza la comprensión de esta dependencia mutua al tiempo que ofrece sugerencias para un marketing de moda exitoso en una era de consumidores con conciencia ambiental y social. (Rathore, 2018)

Las tendencias de consumo son indicativos de la evolución de las preferencias y necesidades de los consumidores. Adaptarse a ellas se ha convertido en un requisito vital para que las empresas mantengan su competitividad en un mercado en constante cambio, impulsado por factores como la revolución digital y la creciente conciencia medioambiental. Estas tendencias influyen significativamente en la forma en que las empresas desarrollan y comercializan sus productos y servicios, lo que destaca la importancia de anticipar y comprender estos cambios en el comportamiento del consumidor. (Jimenez, 2023)

El concepto de "tendencia" abarca una amplia gama de movimientos y fenómenos, que pueden ser trascendentales o triviales, y están relacionados con diversos aspectos de la sociedad. Las tendencias son esenciales para comprender los cambios en la sociedad y el comportamiento humano. En última instancia, el conocimiento de estas tendencias es esencial para ajustar estrategias de marketing y satisfacer de manera efectiva las cambiantes necesidades de los consumidores en un mundo en constante evolución.

-Ubicación y economía extranjera Unión Europea

La Unión Europea (UE) ocupa una posición geográfica estratégica que ha moldeado significativamente su economía extranjera y su papel en el escenario internacional. Esta entidad supranacional, compuesta por 27 países miembros se extiende por gran parte del continente europeo y abarca una variada gama de culturas, economías y recursos naturales. Su ubicación central en Europa, con acceso tanto al Atlántico como al Mar Mediterráneo, ha contribuido a que la UE sea un importante actor en el comercio global y las relaciones internacionales. La economía extranjera de la Unión Europea se ha desarrollado en el contexto de esta posición geográfica, desempeñando un papel crucial en la economía mundial y las alianzas comerciales.

Según Caro (2022) en el artículo "Estonia en camino hacia la UE" del Fondo Monetario Internacional, la economía extranjera de la Unión Europea se refiere a la participación de inversionistas extranjeros en la economía de los países miembros de la UE. La UE cuenta con uno de los regímenes de inversión extranjera más abiertos y transparentes del mundo, lo que ha permitido la entrada de capitales extranjeros en sus mercados. La inversión extranjera directa (IED) es una forma de economía extranjera que se refiere a la inversión de una empresa extranjera en una empresa local, con el objetivo de establecer una presencia duradera en el mercado local. La UE ha establecido normas estrictas para proteger la inversión en su territorio y, a cambio, busca un entorno de inversión atractivo similar para las inversiones de la UE y los inversores en el extranjero.

De acuerdo con el informe "Inversiones Extranjeras Directas en la Unión Europea: Impacto en la Economía y Recientes Tendencias de Control" de la Universidad Pontificia Comillas (2020) la economía extranjera de la Unión Europea se refiere a la participación de capitales extranjeros en las empresas y sectores estratégicos de los países miembros de la UE (Unión Europea). La UE ha establecido mecanismos de control de la inversión extranjera directa (IED) para proteger su seguridad nacional y sus intereses económicos. El Reglamento de control de IED en la UE establece un marco común para el control de la IED en los sectores estratégicos y en los casos en que la inversión extranjera pueda poner en peligro la seguridad o el orden público de un Estado miembro. La UE busca un equilibrio entre la protección de sus intereses y la promoción de un entorno de inversión atractivo para los inversores extranjeros.

Por su parte en la Unión Europea según el estudio realizado por Sidorenko (2016) El catálogo de ventajas que ofrece la inversión en países que conforman la Unión Europea es amplio, también se considera que los costes de instalación como precio de suelo y tramites, además de la creación o compra de empresas son altos, sin embargo los beneficios de las empresas participadas de tal forma por capital foráneo son algunas como regulaciones distintas para destruir las barreras comerciales condicionando la actividad productiva y comercial de los inversores.

La Unión Europea (UE) desempeña un papel destacado en el escenario internacional, impulsado en gran medida por su ubicación geográfica estratégica. Al abarcar una diversidad de culturas, economías y recursos naturales en Europa, la UE se beneficia de su posición central con acceso tanto al Atlántico como al Mar Mediterráneo. Esta ubicación ha convertido a la UE en un actor clave en el comercio global y las relaciones internacionales. Su economía extranjera se ha forjado en este contexto, atrayendo inversión extranjera y participación en sus mercados. A través de estrictas normas de inversión extranjera directa y un marco de control, la UE protege sus intereses mientras promueve un entorno atractivo para los inversores extranjeros. En este contexto, las empresas extranjeras encuentran ventajas y desafíos al operar en la UE, lo que contribuye a la dinámica económica y comercial de la región.

-Psicología del consumidor

La psicología del consumidor se centra en comprender cómo los individuos toman decisiones de compra, qué factores influyen en sus elecciones y cómo las emociones, las percepciones y los valores desempeñan un papel crucial en este proceso. Gracias a la psicología del consumidor se pueden aprovechar conocimientos para crear campañas más efectivas y satisfacer las demandas de un mercado en evolución constante.

De acuerdo con Vargas (2020), la psicología del consumidor es un área de estudio que se apoya en teorías y modelos de la psicología básica para describir, explicar y predecir la conducta humana en el contexto de los mercados reales. Esta disciplina se enfoca en el análisis de los factores que influyen en el proceso de compra, como las

emociones, la percepción, la memoria, la atención, entre otros. El objetivo de la psicología del consumidor es ayudar a las empresas a comprender mejor a sus clientes y, de esta manera, diseñar estrategias de marketing más efectivas.

Por otra parte “La psicología del consumidor es una disciplina que se encarga de estudiar el comportamiento de los consumidores, sus necesidades, deseos y motivaciones, con el fin de entender cómo toman decisiones de compra” (Navarro, 2014). Esta disciplina se enfoca en el análisis de los factores que influyen en el proceso de compra, como la publicidad, el precio, la calidad del producto, entre otros. El objetivo de la psicología del consumidor es ayudar a las empresas a comprender mejor a sus clientes y, de esta manera, diseñar estrategias de marketing más efectivas.

La psicología del consumidor se centra en el estudio de los procesos mentales y emocionales que influyen en el comportamiento de compra de los individuos. Algunos de los aspectos más importantes de esta disciplina incluyen la percepción del consumidor, que abarca cómo los individuos perciben y procesan la información sobre productos y marcas; la motivación, que se refiere a los factores internos y externos que impulsan a las personas a comprar; la toma de decisiones, que analiza cómo los consumidores evalúan opciones y seleccionan productos; la influencia social, que examina cómo las interacciones con otros impactan en las elecciones de compra. (García, 2015)

A través del estudio de factores como la percepción, la motivación, la emoción y la personalidad, esta disciplina ofrece información de por qué los individuos eligen ciertos productos o servicios. Los conocimientos derivados de la psicología del consumidor son esenciales para las empresas, ya que permite diseñar estrategias de marketing más efectivas y satisfacer las cambiantes demandas de un mercado en constante evolución. Las decisiones de compra están influidas por una multitud de factores psicológicos, comprender y aplicar los principios de esta disciplina se ha convertido en un imperativo para el éxito en el ámbito empresarial.

-Comportamientos de compra del consumidor

Los comportamientos de compra son un área de estudio crucial en el ámbito del marketing y la psicología del consumidor. Estos comportamientos se refieren a las acciones y decisiones que los individuos toman al adquirir productos o servicios. Comprender cómo y por qué las personas eligen comprar ciertos productos, dónde lo hacen y cuándo lo hacen, es esencial para las empresas que buscan desarrollar estrategias efectivas y satisfacer las necesidades de sus clientes. Los comportamientos de compra están influenciados por una amplia gama de factores, que van desde las necesidades individuales y las preferencias personales hasta los aspectos culturales y sociales.

Estos comportamientos incluyen la identificación de necesidades o deseos, la búsqueda de información sobre productos, la evaluación de opciones, la toma de decisiones de compra y la posterior evaluación de la satisfacción con la compra. Los comportamientos de compra están influenciados por una variedad de factores, como factores personales, culturales, sociales y psicológicos, y desempeñan un papel crucial en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Este proceso está influenciado por factores internos, como la personalidad, la motivación y la percepción, así como por factores externos, como la cultura, la publicidad y la influencia social.

También se puede adicionar según el libro "La decisión de compra del consumidor" de María Jesús Yagüe Guillén (2013) El comportamiento de compra es un proceso complejo que involucra una serie de etapas, desde la identificación de una necesidad hasta la evaluación post-compra. Este proceso está influenciado por factores internos, como la personalidad y la motivación, así como por factores externos, como la cultura y la publicidad. Los consumidores pueden tomar decisiones de compra de manera racional o emocional, y los mercadólogos deben entender cómo influyen estos factores en el comportamiento de compra para diseñar estrategias de marketing más efectivas

Finalmente, Rivas & Echeverri (2014) dicen que el comportamiento de compra es un tema de interés para los mercadólogos, ya que les permite entender cómo los consumidores toman decisiones de compra y cómo influyen los factores internos y externos en este proceso. El comportamiento de compra se refiere a las acciones y

decisiones que los consumidores toman al adquirir bienes y servicios, y está influenciado por factores como la cultura, la personalidad, la motivación y la percepción. Los mercadólogos pueden utilizar esta información para diseñar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas.

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que los comportamientos de compra son un campo de estudio fundamental que implica el análisis de las acciones y decisiones de los consumidores al adquirir productos o servicios. La comprensión de los motivos y factores que influyen en estas decisiones es esencial para las empresas y los profesionales del marketing. Los comportamientos de compra están influenciados por una amplia variedad de factores, tanto internos como externos, que van desde la personalidad y la motivación hasta la cultura y la publicidad. Este conocimiento permite a las empresas adaptar sus estrategias y enfoques para satisfacer de manera más efectiva las necesidades y deseos de los consumidores. En última instancia, el estudio de los comportamientos de compra es una herramienta poderosa para el éxito en el mundo del marketing y los negocios.

-Influencia de marca y publicidad

Las marcas, a través de estrategias publicitarias bien diseñadas, tienen el poder de moldear nuestras percepciones, decisiones de compra y, en última instancia, nuestros comportamientos. En un entorno caracterizado por la saturación de información y la competencia feroz entre empresas, la construcción de una marca sólida y una estrategia publicitaria efectiva se han convertido en factores críticos para el éxito de las organizaciones. Esta influencia va más allá de simples mensajes publicitarios; implica la creación y gestión de identidades de marca que conecten emocionalmente con los consumidores y generen lealtad a largo plazo.

La publicidad de una marca es un componente fundamental para las organizaciones, ya que les brinda la oportunidad de presentar sus productos al público, en una sociedad competitiva y consumista. ‘La publicidad forma parte de nuestro entorno cotidiano, ya que interactuamos con ella de forma directa o indirecta en diversos formatos, como

impresos, radio, televisión y, en la actualidad, en plataformas de redes sociales” (Sanchez et al., 2023)

Por otro lado “Se define la publicidad como la forma de comunicar un mensaje a un público, pasando por un medio de comunicación que ha cambiado a lo largo de la historia.” (Martinez & Guezlan, 2013) La publicidad evolucionó al ser reconocida como un medio para generar ingresos en los medios de comunicación. Se convirtió en un negocio cobrado a los anunciantes en función de su capacidad para llegar a un público específico. Con el tiempo, surgieron otros medios como la radio, la televisión, internet y estrategias de marketing BTL. Estos avances permitieron transmitir mensajes de manera más eficiente a través de los canales adecuados.

La influencia de marca y su valor se convierten en “Un medidor necesario para conocer su posicionamiento dentro del mercado y percepción que tienen los consumidores sobre la marca” (Martinez & Guezlan, 2013) El valor de una marca se compone de factores como su reconocimiento, la actitud de los consumidores, la relación con la marca, la lealtad y el involucramiento en las decisiones de compra. Su evaluación puede realizarse desde dos perspectivas: financiera y de marketing. La perspectiva financiera abarca métodos basados en el mercado, costos y ganancias futuras, mientras que la de marketing utiliza enfoques directos (asociaciones de marca) e indirectos (impacto de la marca en los consumidores con estrategias de marketing). Estas dimensiones incluyen lealtad, calidad percibida y asociaciones con la marca.

Según el autor destacado Martínez (2013) expresa que la marca se considera un elemento esencial para cualquier empresa, y la publicidad se convierte en un componente fundamental en la promoción de productos o servicios de marca. La combinación de ambos factores permite atraer posibles consumidores. Dada su importancia, es necesario establecer regulaciones efectivas, coherentes y equilibradas para supervisar la relación entre la marca y la publicidad a nivel nacional e internacional, asegurando un uso apropiado de la publicidad de la marca en el mercado.

A través de estrategias publicitarias bien diseñadas, las marcas tienen el poder de moldear percepciones, decisiones de compra y comportamientos. La saturación de

información y la competencia en el entorno actual hacen que la construcción de una marca sólida y una estrategia publicitaria efectiva sean esenciales para destacar. La publicidad se ha adaptado a lo largo de la historia, convirtiéndose en un medio para generar ingresos en los medios de comunicación y permitiendo llegar de manera eficiente a audiencias específicas. El valor de una marca se evalúa considerando aspectos como su reconocimiento, la actitud de los consumidores, la lealtad y el impacto en las decisiones de compra. En conjunto, la influencia de marca y publicidad desempeñan un papel crucial en la percepción del consumidor y el éxito

-Motivadores de compra

Los motivadores de compra son elementos fundamentales de investigación que se utilizan para comprender qué motiva a las personas a adquirir productos o servicios es esencial para las empresas que desean desarrollar estrategias efectivas y satisfacer las necesidades de su mercado objetivo. Los motivadores pueden variar ampliamente, desde necesidades básicas como la alimentación y el refugio hasta deseos de estatus, pertenencia social o autoexpresión.

Los motivadores de consumo son las fuerzas o razones que llevan a una persona a iniciar el proceso de compra. Desde una perspectiva psicológica, la motivación se refiere a la búsqueda de la satisfacción de una necesidad para reducir la tensión que esta genera. En otras palabras, la motivación impulsa a las personas a realizar acciones en el mercado con el fin de satisfacer sus necesidades. Existen numerosos motivos para comprar, y cada individuo puede tener diversos y diferentes impulsos para la acción de compra y consumo. (Vitand, 2016)

Por otra parte Tena (2016) en su trabajo investigativo señala que ‘‘La motivación de compra se describe como un proceso interno o una situación interna que inicia o impulsa el comportamiento, dándole un propósito específico y manteniendo su nivel de energía’’ también continúa diciendo que la motivación muestra variaciones tanto en su intensidad como en su orientación. La orientación de la motivación se refiere a los factores fundamentales que generan un comportamiento particular. En un extremo, la motivación intrínseca es una forma de motivación que surge de manera espontánea y se considera una inclinación innata.

Finalmente, esta información desempeña un papel fundamental en la planificación estratégica del diseño, ya que permite establecer objetivos claros y garantizar que las acciones de diseño se ajusten a las condiciones y requisitos específicos del entorno comercial. Al comprender quiénes son los destinatarios, cuáles son sus necesidades y cómo se alinean con las señales del mercado, las agencias y estudios de diseño pueden crear productos o servicios que satisfagan eficazmente a su audiencia, maximizando así sus posibilidades de éxito en el mercado (Paris, 2021)

Los motivadores de compra según los autores expuestos anteriormente demandan que estas motivaciones pueden variar ampliamente, desde necesidades básicas hasta el deseo de estatus o autoexpresión. Conceptualmente, la motivación proviene de buscar satisfacer necesidades para reducir la ansiedad, motivando a las personas a actuar en el mercado para satisfacer esas necesidades. Diferentes personas pueden tener diferentes motivaciones para comprar. Esta comprensión profunda de los motivadores de compra juega un papel fundamental en la planificación estratégica, ya que permite a las empresas establecer objetivos claros y crear productos o servicios que se alineen con las necesidades y deseos de su mercado objetivo.

-Competencia Europea: Sector Indumentario

Europa ha sido durante mucho tiempo un epicentro de innovación y creatividad en diseño de prendas, con una tradición que se remonta a siglos atrás. Las marcas europeas son conocidas por su calidad, estilo y artesanía, lo que las ha convertido en líderes en el mercado global de la moda. La región cuenta con una variada gama de estilos y tendencias que van desde el lujo de alta costura hasta la moda de calle accesible, y su capacidad para adaptarse a las cambiantes preferencias del consumidor la sitúa en una posición de vanguardia en la industria.

Existe una gran relación entre artes, cultura y educación en cuanto se habla de la competencia europea. Pues en un mundo cambiante, en donde a diario ocurren desafíos y nuevos emprendimientos, en cuanto el sector indumentario esta competencia tanto cultural como artística toma relevancia al apreciar las diferentes manifestaciones que tienen los consumidores sobre el producto, las marcas globales o gigantes de la

industria se encargan de un modelo de negocio mucho más rápido en donde se presentan nuevos diseños y colecciones cada trimestre. (Hayes, 2014)

Como dato de gran relevancia Martínez (2013) señala que, hasta hace una década, las ciudades españolas solían estar llenas de diversos comercios locales, minoristas y tradicionales, pero en la actualidad, es común encontrar las mismas cadenas de tiendas en la mayoría de las grandes y medianas ciudades, así como en los modernos centros comerciales. Algunas de estas cadenas son parte de grupos multinacionales como C&A, Benetton, H&M, Calzedonia, entre otros, lo que ha aumentado las importaciones. Esta transformación ha alterado la dinámica entre productores y comerciantes, otorgando más poder a estos últimos y creando presiones en términos de costos, diseño, variedad y tiempos de entrega de productos.

La distribución organizada se ha convertido en un cambio significativo en el sector indumentario. Su principal ventaja radica en su eficiencia, lo que resulta en costos de transformación más bajos y, como consecuencia, precios más asequibles para los consumidores. Este enfoque ha dado lugar a diferentes tipos de establecimientos comerciales, como cadenas de tiendas, franquicias, hipermercados y supermercados. Un ejemplo emblemático de este modelo de distribución es el grupo INDITEX, que incluye marcas como Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear, Bershka, Stradivarius, Oysho que ha tenido un impacto global significativo en la industria de la moda. (Martinez, 2013)

El sector indumentario europeo se caracteriza por ser altamente competitivo y diversificado. Europa cuenta con una larga tradición en la moda y la confección, albergando algunas de las marcas más reconocidas a nivel mundial. Esta competencia se sustenta en la capacidad de la región para combinar la innovación en diseño con una sólida infraestructura de fabricación y distribución. Además, la industria se esfuerza por mantener altos estándares de calidad y sostenibilidad, lo que la sitúa en una posición destacada en el mercado global. (Galárraga, 2019)

Las marcas europeas se han ganado su renombre gracias a la calidad de sus productos y su habilidad para adaptarse a las cambiantes preferencias de los

consumidores. Sin embargo, en un mundo en constante evolución, esta competencia se ve desafiada por la globalización y la distribución organizada, lo que ha llevado a una transformación en la dinámica entre productores y comerciantes. A pesar de estos desafíos, la industria se mantiene en una posición de vanguardia en el mercado global, manteniendo altos estándares de calidad y sostenibilidad. La combinación de arte, cultura y educación sigue siendo un motor importante en esta competencia, permitiendo que la moda europea siga siendo una influencia destacada en todo el mundo.

1.8.2 Variable Independiente

1.8.2.1 Diseño

El diseño es una disciplina creativa y multifacética que desempeña un papel fundamental en la creación de productos, experiencias y entornos que impactan en nuestras vidas diarias. Desde objetos cotidianos hasta interfaces digitales y espacios arquitectónicos, el diseño se basa en la combinación de creatividad, funcionalidad y estética para satisfacer las necesidades y deseos de las personas. A lo largo de la historia, el diseño ha evolucionado y se ha adaptado a las cambiantes demandas de la sociedad, influyendo en cómo interactuamos con el mundo que nos rodea.

Según señala García (2013) El diseño es un proceso creativo y estratégico que implica planificar y crear soluciones para resolver problemas o satisfacer necesidades específicas. Se puede reflejar en varias disciplinas diferentes como el diseño gráfico, el diseño industrial, el diseño interactivo, etc. El diseño es la generación de ideas y la toma de decisiones que produzcan resultados visualmente atractivos, funcionales y efectivos.

También se agrega que el diseño considera factores como la estética, la usabilidad, la accesibilidad y la innovación. Los diseñadores se esfuerzan por equilibrar la forma y la función, creando soluciones que sean atractivas estéticamente y al mismo tiempo prácticas y adecuadas para su propósito. Se considera que todo aquello que conocemos está diseñado por lo tanto tiene un proceso que va detrás de cada objeto (Gómez, 2018)

Finalmente, Lupton (2015) determina que el diseño se refiere a un proceso creativo y deliberado que implica la planificación, conceptualización y configuración de elementos con el propósito de crear productos, sistemas, entornos o experiencias que sean funcionales, atractivos, eficientes y efectivos. El diseño se caracteriza por su enfoque en la solución de problemas, la mejora de la usabilidad y la satisfacción del usuario, así como la consideración de aspectos estéticos y emocionales.

Por lo tanto, el concepto de diseño no es un mero adorno, sino un medio efectivo para expresar y comunicar mensajes, así como para crear productos que sean funcionales y atractivos. El diseño es una herramienta poderosa para influir en cómo percibimos el mundo que nos rodea y cómo interactuamos con él. Un buen diseño no solo es visualmente agradable, sino que también cumple su función de manera eficaz, lo que lo convierte en una pieza clave en la comunicación y la satisfacción del usuario.

1.8.2.2 Diseño de indumentaria

El diseño de indumentaria es un arte que combina creatividad y funcionalidad para crear prendas que no solo visten a las personas, sino que también las ayudan a expresar su identidad y estilo personal. Los diseñadores de moda, a través de su visión y destreza técnica, dan vida a colecciones de ropa y accesorios que capturan la esencia de una época, cultura o subcultura.

El diseño textil e indumentaria es un campo creativo y técnico que se centra en la creación de prendas de vestir y tejidos. La intersección de la moda, la funcionalidad y la expresión personal se manifiesta de manera única en este ámbito. “El diseño de indumentaria es una actividad creativa que se ocupa del proyecto, planificación y desarrollo de los elementos que constituyen el vestir” (Carvajal, 2017)

La evolución constante de las tendencias de la moda y la influencia de la cultura y la sociedad hacen que el diseño textil e indumentaria sea un campo dinámico y en constante cambio. Los diseñadores deben mantenerse al tanto de las últimas tendencias y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado. Esto requiere una combinación

de visión artística, habilidades técnicas y un profundo conocimiento de los materiales y las técnicas de confección en donde “La moda se refiere a las tendencias actuales en ropa, accesorios y estilos de vida que son populares en una determinada época y cultura” (Villacis, 2018)

El diseño de indumentaria es una forma de expresión artística y funcional que se concentra en la creación de prendas de vestir y accesorios que satisfagan tanto las necesidades prácticas como los deseos estilísticos de los consumidores. Los diseñadores de moda fusionan su creatividad con una comprensión profunda de la construcción de prendas, la elección de materiales y la estética, con el fin de confeccionar colecciones únicas y relevantes. Además de abordar aspectos visuales y de moda, el diseño de indumentaria considera aspectos técnicos, ergonómicos y culturales para crear prendas que se ajusten al cuerpo, reflejen las tendencias actuales y comuniquen un mensaje a través del estilo. (González, 2013)

La moda no se limita únicamente a la ropa y los accesorios, sino que también abarca los estilos de vida, la belleza y las tendencias culturales en general. Define cómo nos presentamos al mundo y cómo nos identificamos con un grupo o una subcultura. Además, la moda tiene la capacidad de influir en nuestra autoexpresión y en la forma en que percibimos a los demás.

1.8.2.3 Identidad de marca-producto

La identidad de marca-producto y producto juega un papel esencial en el entorno empresarial y de marketing. Consiste en la representación simbólica de una empresa, producto o servicio, cuyo objetivo no solo es destacarse en el mercado, sino también establecer una conexión significativa con su público objetivo. Desarrollar una identidad sólida implica la definición de valores, atributos y ventajas que resuenen con la audiencia, así como la creación de una narrativa coherente que transmita la esencia y la misión de la marca. En esta perspectiva, la identidad de marca-producto se convierte en una potente herramienta para influir en la percepción y la lealtad de los consumidores.

El desarrollo de la identidad comienza con la internalización, que se basa en la reflexión de las características únicas de la empresa, como su cultura y visión de marca. A partir de estos aspectos, se moldea la personalidad de la marca, que los consumidores identificarán cuando entren en contacto con ella. Luego, la externalización se encarga de dar expresión visual a la marca a través de elementos como la identidad visual y la identidad verbal, lo que facilita la conexión con el público interesado. En el proceso de diseñar los elementos de la internalización, un aspecto crucial en la gestión de la marca es la estrategia. En este sentido, es fundamental considerar que no se pueden definir la misión, visión y valores de la marca (Cruz et al., 2017)

En este contexto la identidad de una marca se define según Ávalos (2013) como una representación simbólica que se manifiesta a través de una promesa de marca, con el propósito de cumplir las expectativas de su público específico. La estructura de una marca, que debe comunicar su esencia, incluye elementos como valores, atributos y beneficios. Los valores intangibles adquieren vida a través de una narrativa. La construcción de la marca se basa en la creación de su propia historia, utilizando las narrativas disponibles. La coherencia y la longevidad de una marca dependerán en gran medida de la historia que respalde su identidad. Una marca que carece de historia presenta una identidad débil y valores ambiguos. Por lo tanto, contar historias se ha convertido en una estrategia eficaz para ocupar un espacio positivo en la mente de los consumidores, ya que estas historias ayudan a hacer los valores que la marca está dispuesta a respaldar más tangibles y concretos.

“La marca no es sino la versión visual del nombre: entre ambos hay equivalencia exacta. La firma materializa esa equivalencia sea o no legible el nombre al que representa” (Chaves, 2015) Cada marca imprime la firma de su creador, sin importar su contenido, siempre comunica de alguna manera, "aquí ha dejado su marca alguien". Dentro de todas estas marcas, algunas tienen la tarea específica de representar a su dueño o autor, estas son las marcas identificadoras. Cuando estas marcas se hacen presentes, transmiten el mensaje de "soy yo", "esto es mi declaración" o "esto me pertenece". En esencia, lo que expresan es "yo". La marca destaca y revela la identidad del emisor, autor o protagonista de un hecho público, cumpliendo su función

primordial de señalar y convertirse en un signo que, por acuerdo, se asocia a un sujeto específico, otorgándole una identidad única.

La identidad de producto es un elemento fundamental en el entorno empresarial y del marketing, ya que va más allá de ser una mera representación simbólica de una empresa, producto o servicio. Su propósito se extiende hacia el establecimiento de conexiones significativas con el público objetivo, lo que se logra mediante la definición de valores, atributos y ventajas que resuenen con la audiencia, así como a través de la creación de una narrativa coherente que transmita la esencia y la misión de la marca. La estrategia, en conjunto con la misión, visión y valores, juega un papel crucial en la gestión de la marca. En última instancia, la identidad no solo distingue y posiciona una marca en el mercado, sino que también comunica de manera efectiva la presencia del creador o dueño, otorgando a la marca una identidad única y sólida en la mente de los consumidores.

1.8.2.3 Historia y Evolución Paqocha

La historia y evolución de la marca Paqocha es un testimonio inspirador de cómo la pasión por la sostenibilidad, la cultura y la preservación de las tradiciones textiles locales se puede transformar en una marca exitosa y valorada. Esta marca de ropa ecuatoriana ha tenido un extraordinario recorrido desde sus inicios, marcado por un profundo compromiso con el medio ambiente y un respeto inquebrantable por las raíces culturales del Ecuador.

Paqocha fue fundada hace una década por Lorena Pérez y Felipe Segovia con un objetivo claro: salvar y promover la producción de textiles derivados de la alpaca en la Sierra Norte, Ecuador. Desde sus inicios, la marca se ha centrado en la sostenibilidad, apostando por la producción de prendas confeccionadas con materiales ecológicos y procesos manuales. Este enfoque pionero de la moda sostenible sentó las bases para su evolución y reconocimiento en el mercado de la confección. (Velasco, 2013)

A lo largo de los años, Paqocha ha mantenido su profunda conexión con las culturas indígenas de Ecuador. Su compromiso de preservar las tradiciones textiles locales se refleja en cada prenda que crean. La marca ha incorporado elementos culturales y étnicos en su identidad y diseño, celebrando la riqueza de las raíces indígenas del país. Esta conexión cultural no sólo ha enriquecido sus diseños, sino que también ha establecido una autenticidad única en el mercado. (Escobar, 2017)

Según el diario el diario el comercio en su artículo ‘‘Tres marcas ecuatorianas están en la Bienal Iberoamericana de Diseño’’ Paqocha no se limita a las fronteras de Ecuador. Sus productos, elaborados con tanto mimo y pasión, han llegado a prestigiosas tiendas de Inglaterra, España, Francia y otros países europeos. La marca ha participado en eventos internacionales de moda como el Ethical Fashion Show de París y fue seleccionada como finalista de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) en la categoría Diseño de Moda, Textil y Complementos. Esta presencia y reconocimiento internacional es testimonio de su desarrollo y crecimiento.

La historia y evolución de Paqocha ejemplifica la importancia de mantener una visión sostenible y una conexión profunda con las raíces culturales en el mundo de la moda. Desde sus inicios como defensora de la sostenibilidad en la confección hasta su proyección y reconocimiento internacional en eventos de moda, Paqocha ha demostrado que la autenticidad y el respeto por la cultura son factores clave para el éxito en el competitivo mundo de la moda. La marca sigue siendo una fuente de inspiración para quienes buscan combinar la moda con un propósito significativo.

-ADN de la marca

Comprender y definir el ADN de una marca es esencial para forjar una presencia sólida en el mercado, construir relaciones duraderas con los consumidores y transmitir un mensaje coherente que resuene con su público objetivo. El ADN de una marca es el código genético que define su carácter, personalidad y propósito en el mundo empresarial y del marketing. Es el conjunto de elementos esenciales que distingue a una marca en el mercado, incluyendo sus valores, historia, visión y misión. La comprensión y la articulación de este ADN son cruciales para la construcción de una

marca sólida y duradera, ya que ayuda a conectar de manera significativa con los consumidores

“La identidad es el ADN de la marca. Un conjunto de elementos particulares que están entrelazados de una manera particular y permite que el mercado lo perciba de cierta manera” (Arellano, 2014) continúa diciendo que la esencia de una marca, su ADN, constituye la propia identidad de la marca, y está compuesta por atributos que influyen en la experiencia del cliente con la marca. Estos atributos pueden considerarse como la "genética" de la marca, definiendo su carácter, ya sea que la marca sea extrovertida, pasiva, activa o inactiva, entre otras posibilidades.

Por otro lado se dice que el propósito que orienta una marca puede ser descifrado al responder la pregunta fundamental de por qué existe o cuál fue su objetivo original al ser creada. El ADN de la marca, a su vez, proporciona estas respuestas al delinear la narrativa y las características que la marca aspira a transmitir, encapsulando sus valores, principios y antecedentes. El propósito se presenta como el elemento más amplio entre los factores que definen la marca, siendo todo aquello que la marca defiende y representa, y es lo que el consumidor debe sentir como una identificación genuina (Calvo, 2016)

En este contexto la marca Paqocha se caracteriza por su compromiso con la producción de prendas elaboradas con materiales ecológicos y procesos manuales, lo que refleja su preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad, tiene como objetivo rescatar y promover la producción textil derivada de la alpaca en la Sierra Norte del Ecuador, lo que resalta su interés en preservar y promover las tradiciones textiles locales. Además, la marca Paqocha destaca por su narrativa cultural que refleja las tradiciones indígenas de Ecuador a través de sus productos y diseños, incorporando elementos culturales y étnicos en su identidad y propósito. (Escobar, 2017)

Comprender y definir el ADN de una marca es esencial para establecer una presencia sólida en el mercado, construir relaciones duraderas con los consumidores y comunicar un mensaje coherente que resuene con el público objetivo. El ADN de una marca abarca valores, historia, visión y misión, y actúa como un código genético que define su carácter y propósito en el mundo empresarial y del marketing. En el caso de

Paqocha, este se refleja en su compromiso con la sostenibilidad, la preservación de las tradiciones textiles locales y una narrativa cultural que destaca las raíces indígenas de Ecuador, lo que muestra cómo este elemento da forma a la identidad de la marca y su conexión con la audiencia.

-Valores de Marca

Los valores de marca son los cimientos sobre los que se construye la personalidad y la identidad de una empresa o producto. Estos son los pilares sobre los que se construye la reputación y la relación con los consumidores. A través de la incorporación de valores sólidos y coherentes en su identidad, una marca no solo establece una conexión emocional con su audiencia, sino que también guía sus acciones y decisiones en el mercado. Los valores de marca pueden abarcar una amplia gama de aspectos, desde la sostenibilidad y la responsabilidad social hasta la innovación y la calidad.

Según Calvo (2016) en su trabajo investigativo dice que una marca es un tipo especial de relación que origina esa clase de confianza que solo existe cuando dos personas creen que hay una conexión directa entre sus sistemas de valores. Finalmente, los valores son los que mayor componente emocio-aspiracional tienen, ya que muestran el ideario de la organización y, en consecuencia, los que matizan todas las diferencias establecidas hasta ahora, convirtiendo a la marca en única ante sus consumidores actuales o potenciales. Son el elemento diferenciador por excelencia.

Por otro lado, se determina que la identificación y selección de cuáles son los principios que debe simbolizar la marca son factores clave para conseguir que los clientes confíen y respondan a esta. El acoplamiento entre sus valores y los de la compañía debe ser completo. Además, una marca debe representar no solo sus principios valores sino también los del segmento del mercado que desea que sus productos accedan. (Buil et al., 2013)

Continuando con esta idea Manzano (2013) expresa que la notoriedad de la responsabilidad social de una marca, es decir, que los consumidores sean conscientes de su compromiso social, es un atributo de marca apreciado por las personas y, como

resultado, tiene un impacto positivo en la reputación y el prestigio de la empresa. Es por esto que los valores que definen a la marca Paqocha se centran en la sostenibilidad, el respeto por las tradiciones textiles locales y la promoción de la cultura indígena de Ecuador. Paqocha se compromete con la producción de prendas elaboradas con materiales ecológicos y procesos manuales, lo que refleja su profunda preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad.

Además, su objetivo de rescatar y promover la producción textil derivada de la alpaca en la Sierra Norte del Ecuador muestra un fuerte compromiso con la preservación de las tradiciones textiles locales y el empoderamiento de las comunidades. La narrativa cultural que incorpora en sus diseños y productos pone de manifiesto su interés en destacar y celebrar las raíces indígenas de Ecuador. Estos valores fundamentales definen la identidad y la misión de Paqocha, conectando la marca con aquellos que comparten su compromiso con la sostenibilidad, la cultura y el respeto por las comunidades locales.

Estos valores actúan como pilares que guían la relación con los consumidores y establecen una conexión emocional. La autenticidad y la coherencia en la incorporación de estos valores son fundamentales para construir una marca fuerte y duradera en el mercado. Pueden abarcar una amplia gama de aspectos, desde la sostenibilidad hasta la responsabilidad social, y representan el ideario de la organización. Además, la identificación de los valores de la marca y su alineación con los valores del mercado objetivo son clave para establecer la confianza y la lealtad de los clientes. En el caso de Paqocha, sus valores se centran en la sostenibilidad, el respeto por las tradiciones textiles locales y la promoción de la cultura indígena de Ecuador, lo que muestra su compromiso con la preservación de la herencia cultural y el medio ambiente. Estos valores no solo definen su identidad, sino que también conectan a la marca con aquellos que comparten su compromiso con la sostenibilidad, la cultura y el respeto por las comunidades locales.

-Filosofía de marca

La filosofía de marca no solo influye en la forma en que una marca se presenta al mundo, sino que también impacta en la percepción de los consumidores y en su lealtad

a largo plazo. Esta filosofía representa un conjunto de principios, valores y creencias fundamentales que guían todas las acciones y decisiones de la marca. Se trata de una visión profunda que va más allá de la simple comercialización de productos o servicios; es la esencia que define quién es la marca, qué representa y cómo se relaciona con su audiencia.

Por un lado, Cucchiari (2019) establece que la Filosofía de marca es una estrategia que abarca tanto la expansión como la comunicación. Sirve como un reflejo completo de la empresa y se considera un activo valioso vinculado directamente al plan de negocio y al mercado al que se dirige. Esta identidad se compone de tres elementos esenciales: branding, comunicación y cultura corporativa. Cuando una marca sigue fielmente su filosofía, puede construir una reputación sólida y ganarse la confianza de sus clientes. Además, la filosofía de marca puede evolucionar con el tiempo para adaptarse a cambios en la empresa o en el entorno empresaria

Según lo acotado Fuente (2019) entonces continua esta idea determinando que la filosofía de marca es el conjunto de principios y valores básicos que definen la identidad y el propósito de una marca en los negocios y el marketing. Estos principios sirven como guía para la toma de decisiones, la comunicación y las acciones de marca. Esta misma constituye la base de su cultura y su relación con los consumidores. Incluye elementos como la misión de la marca, sus valores fundamentales, su visión a largo plazo y su compromiso con la responsabilidad social. En definitiva, la filosofía de marca es el “corazón” de una marca, influyendo en su comportamiento, posicionamiento en el mercado y conexión con el público.

La filosofía de marca de Paqocha se basa en la promoción de la sostenibilidad, la preservación de las tradiciones textiles locales y la valorización de la cultura indígena de Ecuador a través de su producción de prendas de vestir. Paqocha se esfuerza por ser una marca que no solo crea productos de calidad, sino que también se compromete con la responsabilidad social y ambiental al utilizar materiales ecológicos y procesos manuales. Además, busca empoderar a las comunidades locales, en particular a las mujeres, mediante la producción de prendas con materiales derivados de la alpaca en la Sierra Norte de Ecuador. Finalmente, la filosofía de Paqocha se centra en la

sostenibilidad, la preservación cultural y el compromiso social, todo ello reflejado en su producción y diseño de prendas. (Escobar, 2017)

La filosofía de marca Define la identidad y el propósito de una marca a través de un conjunto de principios, valores y creencias que guían todas sus acciones y decisiones. Esta filosofía va más allá del simple marketing de un producto o servicio y representa la esencia de una marca, definiendo quién es, qué representa y cómo se relaciona con su público. La coherencia y autenticidad de esta filosofía es crucial para influir en la percepción del consumidor y su lealtad a largo plazo. Además, la filosofía de marca puede evolucionar con el tiempo para adaptarse a los cambios en la empresa y el entorno laboral, convirtiéndose en una herramienta dinámica para el crecimiento de la marca. Un ejemplo de la filosofía de la marca Paqocha, que se centra en la sostenibilidad, la preservación cultural y el compromiso social, esta filosofía se traduce en la producción y el diseño de ropa que refleja estos valores.

-Personificación de marca

La personificación de marcas se presenta como una poderosa herramienta para lograr este objetivo, ya que consiste en dotar a las marcas de atributos y cualidades humanas, transformándolas en entidades con personalidad, valores y características distintivas. Esta técnica no solo busca crear una conexión emocional entre la marca y su público, sino que también permite que las empresas se destaquen en un mercado abarrotado.

El autor Córdoba (2022) en su libro los secretos de las marcas detallan que, al personificar una marca, se le asignan cualidades humanas como amigable, confiable, innovadora, divertida, seria, etc. Esto ayuda a que los consumidores se relacionen mejor con la marca y la perciban de manera más cercana. La idea detrás de la personificación de la marca es que las personas tienden a relacionarse y conectarse más con otras personas que con entidades abstractas, por lo que humanizar la marca puede mejorar la percepción de esta y fomentar la lealtad del cliente. Se puede lograr a través de diversos elementos de marketing, como el lenguaje y tono de comunicación, el diseño de logotipos y mascotas, la elección de voceros o embajadores

de la marca, y la creación de historias de marca que reflejen la personalidad y los valores humanos.

La personificación de la marca es una estrategia de marketing y branding que consiste en atribuir características humanas a una marca o empresa. Esta técnica busca crear una conexión emocional y una identificación más fuerte entre la marca y su audiencia, tratando de que la marca sea percibida como si fuera una persona real con personalidad, valores y características distintivas. Es por esto que la marca se convierte en una herramienta para humanizar a las empresas y establecer una conexión emocional con los consumidores. De esta manera, la marca se vuelve un elemento clave para diferenciarse de la competencia y establecer una posición en la mente de los clientes. (Conejo, 2013)

Según Pol (2017) Una marca se constituye a partir de la acumulación de todas las sensaciones, percepciones y vivencias que una persona experimenta al interactuar con una organización y sus ofertas, que incluyen productos y servicios. En esta perspectiva, la marca desempeña un papel esencial al actuar como un catalizador de emociones, siendo una herramienta efectiva para generar sentimientos y conexiones emocionales en los consumidores. Por tanto, la marca se convierte en un elemento crucial para establecer una relación emocional con los clientes y promover su lealtad hacia la empresa.

Es por esto que la personificación de marca de Paqocha la representa como una marca comprometida con la sostenibilidad, la cultura y el respeto por las comunidades locales, lo que la hace única y auténtica en su enfoque y propósito. La personificación de marca de Paqocha ejemplifica este enfoque al reflejar su compromiso con la sostenibilidad, la preservación de las tradiciones textiles locales y la valorización de la cultura indígena de Ecuador. Paqocha se presenta como una marca con conciencia ambiental y social, lo que la distingue y la conecta con aquellos que comparten estos valores. La autenticidad de su enfoque y propósito le permite establecer una conexión emocional con su audiencia y resalta la importancia de la personificación de marca en la construcción de una identidad sólida y duradera.

-Influencia cultural

La cultura ejerce una influencia constante y omnipresente en nuestra vida diaria, dejando una huella profunda y en gran medida inconsciente en la forma en que vemos el mundo, nuestros valores y nuestras acciones. Desde las rutinas y tradiciones diarias que seguimos hasta la forma en que nos comunicamos y entendemos nuestro entorno, la cultura actúa como una influencia invisible pero poderosa que da forma a nuestra identidad y relaciones. A medida que navegamos por un mundo cada vez más diverso y globalizado, la apreciación de cómo las influencias culturales dan forma a nuestra existencia se ha vuelto esencial para fomentar la comprensión mutua, el respeto y la comunicación efectiva en nuestras relaciones con personas de diferentes orígenes y orígenes culturales.

La influencia cultural se refiere a la influencia que las normas, valores, creencias, tradiciones, costumbres y otros aspectos culturales tienen en la forma en que las personas piensan, se comportan y se relacionan con su entorno. Estos elementos culturales pueden influir en las percepciones, decisiones y acciones de las personas, así como en la forma en que interactúan con otros individuos y grupos. La influencia cultural puede ser particularmente importante en el contexto de la diversidad cultural, donde diferentes culturas interactúan y se entremezclan, lo que da como resultado dinámicas y perspectivas únicas. (Mei & Angulo, 2018)

A raíz de lo mencionado también se puede decir que la cultura ejerce una influencia tan significativa en nuestra forma de ver el mundo y comportarnos que, en muchas ocasiones, ni siquiera somos conscientes de su impacto, y consideramos nuestras perspectivas como la norma. En ambientes más diversos, estas creencias son arraigadas, pero no cuestionadas pueden ocasionar conflictos innecesarios y desperdiciar tiempo valioso. Nuestras creencias culturales establecen las normas que gobiernan nuestra conducta, definen lo que es apropiado y moldean nuestra visión del mundo. Desde el lenguaje que hablamos hasta las tradiciones que celebramos, la cultura ejerce un poderoso impacto en cómo experimentamos la vida y nos relacionamos con los demás. (Vallejo, 2016)

Paqocha, como marca de ropa ecuatoriana, está profundamente arraigada en la cultura y tradiciones textiles de la región. Esta influencia se evidencia en la elección de materiales, técnicas de producción y diseño, incorporando elementos de la cultura ecuatoriana y de los pueblos indígenas. Los productos de Paqocha son el resultado de una cuidadosa consideración de la cultura local, que se esfuerza por preservar y promover las tradiciones textiles y al mismo tiempo ayudar a las comunidades involucradas en la producción. Cada prenda es un reflejo tangible de las influencias culturales que abrazan la marca, haciéndola única y auténtica en su enfoque y propósito. Esto da como resultado productos que no sólo son estéticamente agradables, sino que también transmiten una narrativa cultural y un profundo respeto por las raíces indígenas del Ecuador. (Velasco, 2013)

Comprender estas influencias culturales se ha vuelto crucial para promover la comprensión mutua, el respeto y la comunicación efectiva en nuestras relaciones con personas de diferentes orígenes culturales. La marca Paqocha honra las tradiciones textiles locales y las raíces indígenas del Ecuador con sus productos e incorpora elementos culturales en el diseño y la producción. Esto no sólo lo hace único en su enfoque y propósito, sino que también muestra cómo la influencia cultural puede ser una fuente de autenticidad y conexión con su audiencia. La cultura es una parte esencial de la creación de una marca que traspasa los límites y crea una conexión emocional y significativa con sus consumidores.

-Origen Paqocha

La marca de ropa Paqocha, cuyo nombre evoca la naturaleza y la cultura indígena, tiene su origen en la Sierra Norte de Ecuador. El término "Paqocha" proviene de la lengua quechua hablada en la región andina de América del Sur. Su significado encaja perfectamente con la filosofía de la marca, que une la naturaleza y el rico patrimonio cultural del lugar.

La elección del nombre "Paqocha" es muy importante. En quechua "paqocha" se traduce como "naturaleza". Esta elección refleja la profunda conexión de la marca con el entorno natural y su compromiso con la sostenibilidad. El quechua es hablado por comunidades indígenas de la región andina de América del Sur, incluido Ecuador.

Paqocha se inspira en este patrimonio cultural, reconociendo la importancia de preservar y promover las tradiciones locales, tanto en términos de textiles como de su conexión con la naturaleza. (Pérez, 2023)

Los orígenes de Paqocha están arraigados en la cultura indígena del Ecuador, particularmente en la Sierra . La región tiene una rica tradición textil y Paqocha se inspira en las prendas tejidas a mano y en la belleza del material de alpaca. Las técnicas artesanales y el uso de materiales orgánicos se han convertido en pilares de la marca y honran el patrimonio cultural local. Desde sus inicios, Lorena Pérez, fundadora de Paqocha, ha trabajado para preservar y promover la producción de textiles derivados de la alpaca, reflejando su compromiso con la preservación del patrimonio textil de la región. (Escobar, 2017)

La marca Paqocha encarna la fusión de sostenibilidad y cultura. Cada prenda que lleva su nombre no solo es un producto de alta calidad, sino también una representación tangible de la influencia de la cultura indígena y la apreciación por la naturaleza. El uso de la lengua quechua en el nombre también es un homenaje a las comunidades indígenas de la región, que han desempeñado un papel fundamental en la producción de textiles y en la conservación de las tradiciones textiles locales. (Velasco, 2013)

Esta marca representa un compromiso sólido con la sostenibilidad y la promoción de las tradiciones textiles locales. La elección del nombre "Paqocha" refleja su profunda conexión con la naturaleza y la cultura indígena. Desde sus inicios, Paqocha ha luchado por preservar y promover la producción textil derivada de la alpaca, y su narrativa cultural ha dejado una huella en la escena de la moda sostenible a nivel internacional. La marca continúa siendo un faro de autenticidad y respeto por la cultura y la naturaleza, demostrando que su origen y propósito son intrínsecamente ligados a la tierra y la tradición.

-Desarrollo Paqocha

La marca de indumentaria ecuatoriana Paqocha ha experimentado un importante crecimiento empresarial desde sus inicios. La historia de la marca muestra perseverancia, un compromiso con la sostenibilidad y la promoción de la cultura indígena del Ecuador. A lo largo de los años, Paqocha ha crecido desde sus humildes comienzos en las montañas del norte de Ecuador hasta convertirse en un referente en la industria de la moda sostenible.

Desde su fundación hace una década, Paqocha se ha centrado en la producción de prendas elaboradas con materiales ecológicos y procesos manuales. Lo que comenzó como un proyecto impulsado por los fundadores se ha transformado en una marca de renombre internacional. La elección de utilizar materiales sostenibles y técnicas artesanales no solo refleja el compromiso de la marca con la preservación del medio ambiente, sino que también demuestra una dedicación para mantener viva la tradición textil derivada de la alpaca en la Sierra Norte de Ecuador. (Pérez, 2021)

A medida que Paqocha crecía, también se volvía más prominente en la promoción de la cultura indígena de Ecuador. La marca se convirtió en un defensor activo de las comunidades locales, en particular de las mujeres que participan en la producción de sus prendas. Este enfoque no solo contribuyó al empoderamiento de estas comunidades, sino que también enriqueció la narrativa de la marca. Paqocha se convirtió en un vehículo para dar a conocer y celebrar las raíces indígenas del país, incorporando elementos culturales y étnicos en sus diseños y productos. (Yalta, 2014)

Paqocha continuó creciendo en el mercado ecuatoriano y consolidaba su posición en la industria de la moda sostenible, la marca comenzó a mirar hacia oportunidades en el ámbito internacional. Su compromiso con la sostenibilidad y la calidad de sus productos la convirtieron en un atractivo participante en el mercado global de la moda ética. La marca comenzó a explorar la posibilidad de expandirse más allá de las fronteras ecuatorianas y llegar a audiencias internacionales que valoraran la producción responsable y la autenticidad cultural. (Escobar, 2017)

La historia y evolución de Paqocha es un testimonio del compromiso, la persistencia y la pasión de sus fundadores por crear una marca de moda sostenible con raíces culturales profundas. Desde sus modestos comienzos en las montañas del norte de Ecuador, Paqocha ha crecido y se ha convertido en un referente en la industria de la moda ética a nivel internacional. Su enfoque en la producción de prendas con materiales ecológicos y técnicas artesanales no solo refleja su preocupación por el medio ambiente, sino que también demuestra una dedicación inquebrantable para preservar las tradiciones textiles locales.

-Adaptación Paqocha

La decisión de Paqocha de ingresar al mercado europeo no fue una tarea fácil. La marca tuvo que enfrentar desafíos logísticos, regulatorios y competitivos al expandirse a un nuevo continente. Sin embargo, su compromiso con la sostenibilidad y la calidad de sus productos la ayudó a destacarse en un mercado donde los consumidores valoran cada vez más la producción responsable y los productos únicos. Además, la narrativa cultural incorporada en los diseños de Paqocha resonó con un público europeo que aprecia la diversidad y la autenticidad.

El proceso de migración de Paqocha hacia mercados internacionales fue un paso estratégico. Se involucraron en actividades de promoción en ferias de moda ética y eventos sostenibles en Europa, lo que les permitió exponer sus productos y narrativa única a una audiencia global. Esto marcó el inicio de una nueva etapa en la historia de Paqocha, donde la marca no solo se enfocaba en producir prendas sostenibles, sino también en transmitir una historia cultural significativa. (Yates, 2021)

Paqocha también se adaptó a las preferencias de los consumidores europeos. Aunque mantuvo su enfoque en materiales ecológicos y procesos manuales, la marca incorporó pequeños elementos de diseño que se alinean con la moda europea, sin perder la esencia de la marca que se basa en la cultura de la sierra del Ecuador. Esto permitió que sus productos fueran aún más atractivos para el público local. Además, la marca diversificó su oferta para incluir prendas adecuadas para las estaciones y climas europeos, lo que demostró su capacidad de adaptación a las necesidades específicas del mercado. (Segovia, 2023)

La marca comenzó a exportar sus productos a países como Inglaterra, Suecia y Francia, donde encontraron una recepción entusiasta por parte de consumidores conscientes de la sostenibilidad y apreciativos de la autenticidad cultural. Esta migración no solo impulsó la expansión de la marca, sino que también permitió que Paqocha contribuyera a una mayor conciencia sobre la moda sostenible y la valorización de las tradiciones textiles locales. El crecimiento y la migración de Paqocha demostraron que una marca puede trascender fronteras geográficas cuando su mensaje y valores resuenan con audiencias en todo el mundo. (Pérez, 2021)

La adaptación de Paqocha al mercado europeo es un ejemplo de cómo una marca con una fuerte filosofía de sostenibilidad y un profundo respeto por la cultura puede trascender fronteras y conectar con audiencias internacionales. Su compromiso con la calidad, la autenticidad y la responsabilidad social ha sido fundamental para su éxito en Europa. Paqocha no solo ha expandido su presencia en el mercado europeo, sino que también ha contribuido a promover la moda ética y la diversidad cultural en la región.

-Producto Indumentario

La indumentaria, como parte esencial de la vida cotidiana de las personas, es mucho más que simple vestimenta. En la actualidad, la industria de la moda desempeña un papel significativo en la sociedad, no solo como un medio de protección y expresión personal, sino también como una forma de arte, cultura y comunicación. La ropa y los accesorios que usamos no solo nos protegen del clima, sino que también reflejan nuestras identidades, valores y gustos.

En su definición más básica, se refiere al conjunto de prendas de vestir y accesorios que una persona utiliza para cubrir y adornar su cuerpo. Sin embargo, va más allá de la simple utilidad de protegerse del entorno, ya que la indumentaria desempeña un papel fundamental en la expresión de la identidad, la cultura y el estilo personal. A lo largo de la historia, la indumentaria ha evolucionado constantemente, reflejando los cambios en las tendencias, las normas sociales y las necesidades prácticas de la sociedad. A través de la elección de colores, diseños, tejidos y accesorios, las personas

comunican sus preferencias estéticas, afiliaciones culturales y estados de ánimo. (Lombardi & Vaisman, 2021)

Los ponchos son prendas de indumentaria tradicionales que han resistido la prueba del tiempo y se han convertido en un elemento icónico de la moda en muchas culturas alrededor del mundo. Estas piezas de vestir, caracterizadas por su diseño rectangular con una abertura en el centro para la cabeza, ofrecen versatilidad y comodidad. Los ponchos son apreciados por su capacidad para proporcionar abrigo en climas fríos y, al mismo tiempo, permitir la libertad de movimiento. A menudo, están ricamente decorados con patrones y colores que reflejan la herencia cultural de la región de la que provienen. Los ponchos han trascendido las fronteras culturales y se han incorporado en la moda contemporánea, lo que demuestra su atemporalidad y su influencia duradera en la indumentaria a lo largo de la historia. (Iwasaki, 2023)

El poncho ha sido un elemento esencial en la vida cotidiana de las personas en América desde tiempos antiguos, y a lo largo de los siglos, ha evolucionado con influencias culturales diversas para convertirse en un símbolo distintivo de identidad. Su historia abarca un amplio espectro, desde su producción en las misiones jesuíticas para el comercio hasta su uso en tolderías y fortines para proporcionar protección y abrigo. En el contexto de Ecuador, el poncho desempeñó un papel destacado en la floreciente industria textil a principios del siglo XIX. Al examinar la producción de materias primas, la manufactura de estos textiles y las rutas comerciales que conectaban los centros de producción con las ciudades, podemos comprender aspectos sociales y económicos que contribuyeron a la consolidación de la República y fortalecieron la identidad cultural. (Gonzales, 2020)

La indumentaria trasciende su función básica de vestir y proteger, convirtiéndose en una expresión profunda de identidad, cultura y estilo personal. A través de la elección de prendas, colores y accesorios, las personas comunican sus preferencias estéticas y su afiliación cultural, lo que refleja la evolución de las tendencias y las normas sociales a lo largo de la historia. Además, prendas emblemáticas como los ponchos, con su diseño versátil y rica herencia cultural, han perdurado a lo largo del tiempo, sirviendo como un símbolo de identidad en diversas culturas alrededor del mundo. La historia del poncho también ilustra cómo la industria textil ha sido un motor

importante en la construcción de identidades culturales y en el desarrollo económico en diferentes regiones.

-Procesos Productivos de Paqocha

La creación de los "Ponchos Paqocha" es un proceso artesanal que combina habilidad, tradición y cuidado en cada etapa. Este proceso, que comienza con el trasquilado de las alpacas y culmina en la elaboración de tejidos de alta calidad, es una expresión de la cultura y las costumbres de las comunidades locales en Ecuador. Las artesanas de Paqocha se dedican a cada paso del proceso, desde la selección de la lana hasta el tejido en el telar de cintura. A lo largo de los años, este proceso se ha convertido en un símbolo de identidad cultural y un testimonio de la habilidad artesanal de las mujeres indígenas de la región.

El trasquilado de las alpacas es el primer y crucial paso en la creación de los "Ponchos Paqocha". Este proceso requiere una dedicación constante por parte de las artesanas, ya que el cuidado de los animales es esencial para garantizar la calidad de la lana de alpaca. Las alpacas son atendidas diariamente, asegurando su bienestar y salud. Para evitar que la lana se deteriore, se aplica sal mineral en las puntas de las fibras, lo que actúa como protector. Es un proceso que se lleva a cabo con un profundo respeto por la naturaleza y los recursos que brinda. Tras un año y medio de cuidados, la lana de alpaca se considera lista para su extracción. Este enfoque en la calidad y la sostenibilidad no solo refleja el compromiso de Paqocha con la preservación de la cultura local, sino también su respeto por el medio ambiente. (Velasco, 2013)

Luego del trasquilado, el siguiente paso es el cardado de la lana de alpaca. En esta etapa, la lana es sometida a un proceso de purificación y limpieza. Se sumerge en una olla de barro con agua caliente para eliminar cualquier impureza y grasa animal. El uso de una olla de barro tradicional es un testimonio del respeto por las prácticas ancestrales y las técnicas tradicionales. El agua caliente y el recipiente de barro actúan como agentes naturales para purificar la lana. Una vez que se completa esta etapa, la lana se coloca en un mate, un recipiente obtenido del zambo, y se deja enfriar y secar. El cardado es un proceso que asegura que la lana de alpaca esté libre de cualquier

impureza y lista para su transformación en hilo, un paso crucial en la creación de los productos Paqocha. (Yates, 2021)

El hilado en el huango o huso es la tercera etapa en la creación de los "Ponchos Paqocha" a partir de la lana de alpaca. El huango, una herramienta cilíndrica con mayor anchura en el centro, se utiliza para hilar y devanar la lana. Es una actividad que las artesanas realizan en casi cualquier parte, lo que demuestra su dedicación constante al proceso de producción. Utilizan el huango incluso durante sus tareas diarias, como el pastoreo o el cultivo. Durante esta etapa, el hilo se elabora en diferentes grosores, lo que se conoce como trama. Esta variedad de grosores en el hilo es esencial para la creación de los tejidos finales. El hilado en el huso representa la autenticidad y la preservación de las tradiciones textiles locales, que son fundamentales en la filosofía de marca de Paqocha. (Pérez, 2023)

La creación de los productos de paqocha es un testimonio de la dedicación y el respeto por la cultura y las costumbres de las comunidades locales en Ecuador. Cada etapa del proceso, desde el trasquilado de las alpacas hasta el hilado en el huso, refleja una profunda conexión con la naturaleza y los recursos que proporciona. La lana de alpaca, cuidadosamente tratada y purificada, se convierte en un hilo de alta calidad que es esencial para la creación de los tejidos finales. La preservación de las tradiciones textiles locales y la autenticidad cultural son fundamentales en la filosofía de marca de Paqocha. A lo largo de los años, este proceso artesanal se ha convertido en un símbolo de identidad cultural y un testimonio de la habilidad artesanal de las mujeres indígenas de la región, fortaleciendo aún más el compromiso de la marca con la sostenibilidad y la promoción de la cultura local.

-Materiales

La alpaca es una fuente de tesoro natural en Ecuador, y su fibra es altamente valorada en la confección de prendas y accesorios por su excepcional combinación de ligereza, suavidad, calidez y durabilidad. Sin embargo, para apreciar completamente este recurso, es esencial entender su origen y cómo se obtiene. La alpaca, un animal afín a la vicuña salvaje y la llama, se encuentra en las altas mesetas de los Andes

ecuatorianos, en condiciones climáticas extremas que han influido en la calidad y resistencia de su pelaje.

La lana de alpaca es una fibra natural obtenida del pelo de la alpaca, un mamífero sudamericano relacionado con la llama y la vicuña. Es apreciada por su suavidad, ligereza, calidez y durabilidad. La lana de alpaca se distingue por su amplia gama de colores naturales, que varían desde el blanco hasta el negro, lo que la convierte en un recurso versátil para la confección de ropa, accesorios y tejidos. Esta fibra es particularmente valorada por su finura y calidad además es altamente respetuosa con el medio ambiente, proporciona aislamiento térmico y es parte de la creciente tendencia de la moda sostenible. (Cebra et al., 2014)

La fibra de alpaca se subdivide en varios tipos, cada uno con características específicas que determinan su uso. La Alpaca Fleece es el tipo de fibra más común y se obtiene del esquilado anual regular de alpacas adultas. Esta fibra, que tiene un diámetro de aproximadamente 26.5 micrones, se utiliza para confeccionar sacos y abrigos.

La Baby Alpaca, por otro lado, proviene del primer esquilado que se realiza en alpacas adultas después de haber alcanzado los tres años de edad. Esta fibra es increíblemente fina, con un diámetro de 22.5 micrones, y se emplea para crear prendas delicadas, como jerseys y chales.

La Royal Alpaca es una selección de las mejores fibras de baby alpaca, con un diámetro aún más fino de entre 19 y 19.5 micrones, lo que la convierte en una fibra ultra suave y exclusiva que representa solo el 1% de la producción mundial de fibra de alpaca. Además, existen otros tipos de fibra, como la Huarizo, utilizada para tejidos de punto, y la Gruesa, que se emplea en la confección de alfombras, tapicerías y forros. (Réndon, 2014)

La elección de la alpaca como materia prima para la confección de prendas y accesorios se basa en una serie de motivos convincentes. En primer lugar, la alpaca es considerada una de las fibras naturales más ecológicas, ya que su producción se rige por técnicas ancestrales respetuosas con el medio ambiente y es 100% biodegradable.

Además, las prendas de alpaca proporcionan una ventilación natural, aíslan del calor y protegen del frío, al tiempo que son altamente resistentes a hongos y microorganismos, lo que las convierte en una opción más saludable e higiénica. En la actualidad, la alpaca está en tendencia como parte de la "ropa sostenible", ya que es un recurso respetuoso con la naturaleza y ofrece bienestar tanto a los productores como a los consumidores. (Pérez, 2023)

La alpaca, con su fibra excepcional, se alza como un recurso valioso y sostenible que representa la riqueza natural de Ecuador. Su origen en las altas mesetas de los Andes ecuatorianos y su cuidadoso proceso de obtención resaltan su calidad y durabilidad. Con una diversidad de tipos de fibras que abarcan diferentes categorías, la alpaca ofrece una gama de opciones en la moda y la confección. Su elección como materia prima se basa en una combinación de factores, incluida su eco-amigabilidad, propiedades saludables, compromiso con el comercio justo y la tendencia en moda sostenible. La alpaca, más que una fibra, es un símbolo de la sostenibilidad, la tradición y la calidad en la moda, siendo un verdadero tesoro de Ecuador.

-Diseño Étnico

El diseño étnico y cultural es un enfoque creativo que se sumerge en la riqueza de las tradiciones, creencias y expresiones culturales de diferentes grupos étnicos y comunidades en todo el mundo. En este contexto, se busca no solo respetar y celebrar la diversidad cultural, sino también rescatar y preservar la identidad de estas comunidades a través del diseño. Este enfoque puede abarcar una amplia gama de expresiones artísticas y de diseño, desde la moda y la indumentaria hasta la arquitectura, la artesanía, la ilustración y mucho más.

Cuando se aborda el concepto de diseño étnico, autóctono o multiétnico, comúnmente se plantea la idea de preservar la identidad cultural de un grupo en un esfuerzo que, en ocasiones, es liderado por individuos que no pertenecen directamente a esa comunidad cultural. Este enfoque ha dado lugar a una corriente de diseño que, a primera vista, podría parecer efímera, pero en realidad se nutre de las expresiones artísticas contemporáneas que encuentran inspiración en las manifestaciones culturales originarias. En los últimos años, en América Latina, ha habido un crecimiento

significativo en los estudios relacionados con las representaciones gráficas precolombinas y los motivos étnicos. (Castaño, 2020)

A pesar de la considerable cantidad de información recopilada en investigaciones, se han observado distorsiones en la utilización de estas representaciones ancestrales por parte de los sectores creativos. Esto no solo ha resultado en la apropiación de estas expresiones visuales, sino que, en muchos casos, se ha perdido de vista el contexto cultural y el significado original de estos elementos pertenecientes a grupos específicos. (Valarezo, 2019)

El diseño étnico y cultural se refiere a un enfoque creativo que busca incorporar elementos, motivos y expresiones visuales de una comunidad cultural o grupo étnico particular en obras de diseño. Este enfoque tiene como objetivo principal preservar y celebrar la identidad cultural de un grupo, ya sea indígena, tribal o de cualquier otra procedencia étnica. Se basa en el respeto y la autenticidad cultural, y suele involucrar la incorporación de símbolos, patrones, colores y técnicas tradicionales en productos o creaciones artísticas, lo que a menudo conlleva la narración de historias y la promoción del patrimonio cultural de la comunidad en cuestión. El diseño étnico y cultural busca fusionar lo contemporáneo con lo tradicional, brindando una plataforma para el intercambio cultural y el reconocimiento de la diversidad étnica y cultural en el ámbito del diseño. (Segovia, 2023)

Paqocha, como marca de ropa ecuatoriana, aplica el diseño étnico en sus prendas de diversas maneras. En primer lugar, la marca incorpora elementos culturales y motivos de la cultura indígena de Ecuador en sus diseños. Esto puede incluir patrones textiles tradicionales, iconografía indígena, colores significativos y técnicas de tejido ancestrales que reflejan la identidad de las comunidades locales. Además, trabaja en colaboración directa con artesanos indígenas y comunidades locales para crear sus prendas. Esto no solo garantiza la autenticidad cultural de los diseños, sino que también brinda apoyo a estas comunidades y promueve sus tradiciones textiles. La marca también se esfuerza por contar historias a través de sus prendas, lo que implica una narrativa cultural en sus diseños. Cada prenda no solo es un producto de moda, sino también una forma de transmitir la rica herencia cultural de Ecuador y las historias de las comunidades indígenas.

1.9 Formulación de hipótesis

Se plantea que la construcción de una identidad de producto culturalmente arraigada desempeña un papel crítico en la exitosa posición de Paqocha en el mercado. Se espera que la incorporación de elementos culturales auténticos y significativos en el diseño y la comunicación de la marca haya establecido una conexión emocional y una percepción de autenticidad entre los consumidores europeos. En consecuencia, esto ha generado una mayor aceptación y preferencia por parte de los consumidores en el nicho de mercado, contribuyendo así al éxito de ventas del producto.

1.10 Señalamiento de las variables

Tabla 1 Identificación del señalamiento de variables

Identificación del tipo de variable	Definiciones	Preguntas
Nicho de mercado europeo	Se requiere identificar los factores clave en cuanto a las tendencias de consumo que el nicho de mercado europeo busca al momento de adquirir prendas	¿Cómo se han modificado las preferencias del consumidor en el nicho de moda europeo en los últimos años y qué impulsa estos cambios?
Identidad de Producto	Determinar los elementos clave que conforman la identidad de marca-producto Paqocha en sus creaciones que hacen posible su éxito en el mercado extranjero	¿Cómo se reflejan los valores y la narrativa de la marca Paqocha en la confección y presentación de sus productos para atraer a consumidores en el mercado internacional?

1.10.1 Variable dependiente

Variable Identidad de producto: Contrastar las ventas de la marca Paqocha y el criterio de su público objetivo a través del análisis de datos estadísticos para la verificación de su éxito.

1.10.2 Variable independiente

Variable Nicho de mercado europeo: Interpretar las tendencias de consumo para la caracterización del nicho de mercado europeo a través de una matriz comparativa estudios de caso

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Método

Método cualitativo, Diseño investigación/acción.

2.1.1 Enfoque de la investigación

2.1.1.1 Cualitativo

El modelo de investigación con enfoque cualitativo es un método de investigación social, en donde se considera que busca una verdad comprobable, una proposición o enunciado tiene sentido solo si es verificable en la experiencia y observación. El enfoque cualitativo en la investigación se caracteriza por la recolección y análisis de datos no numéricos, buscando comprender en profundidad los fenómenos estudiados desde la perspectiva de los participantes. En lugar de utilizar métodos cuantitativos que se centran en la medición objetiva y la estadística, el enfoque cualitativo se orienta hacia la exploración de significados, experiencias, percepciones y contextos. (Galeano, 2020)

Las investigaciones cualitativas suelen emplear métodos como entrevistas abiertas, observación participante, análisis de documentos y análisis de contenido. Estos métodos permiten capturar la complejidad y la riqueza de los datos, así como comprender la diversidad de opiniones y perspectivas presentes en un fenómeno. (Maxwell, 2019)

El enfoque cualitativo es especialmente útil cuando se busca explorar nuevas áreas de conocimiento, comprender la dinámica social, investigar fenómenos poco estructurados o cuando se pretende dar voz a las experiencias de los participantes. A través de la interpretación y contextualización de los datos cualitativos, los investigadores pueden generar teorías, identificar patrones y ofrecer descripciones

detalladas que contribuyen a una comprensión más holística y profunda del fenómeno estudiado. (Ñaupas et al., 2014)

Esta tesis adopta un enfoque cualitativo debido a su pertinencia para explorar en profundidad la complejidad de la relación entre la identidad de producto, la experiencia del consumidor y la estrategia empresarial en el mercado europeo. El método cualitativo permite una investigación detallada de las percepciones y experiencias subjetivas de los consumidores de Paqocha, así como una comprensión interna de la empresa. Esta elección metodológica es crucial para capturar matices culturales y de diseño, así como para generar teorías exploratorias que puedan informar estrategias de marca efectivas en este mercado específico. La flexibilidad inherente a los métodos cualitativos también permite adaptarse a las dinámicas cambiantes del estudio, asegurando una investigación más completa y contextualizada.

2.1.1.2 Cuantitativo

El enfoque cuantitativo en la investigación se caracteriza por la recopilación y el análisis de datos numéricos para describir, analizar y entender fenómenos, así como para verificar hipótesis y establecer patrones y relaciones causales. En este enfoque, se emplean métodos estadísticos y técnicas de medición para cuantificar variables y generalizar los resultados a poblaciones más amplias. (Maxwell, 2019)

Un aspecto fundamental del enfoque cuantitativo es su capacidad para proporcionar resultados que pueden generalizarse a poblaciones más amplias. Al recopilar datos numéricos representativos, los investigadores pueden inferir tendencias y patrones en la población en su conjunto. Esto es particularmente valioso para establecer correlaciones y causas, así como para realizar comparaciones sistemáticas. La investigación cuantitativa también es crucial en el ámbito experimental, donde se manipulan variables independientes para observar y medir sus efectos en variables dependientes, permitiendo así un análisis más preciso y cuantitativo de las relaciones causa-efecto. (Galeano, 2020)

Esta tesis considera pertinente para una investigación con un enfoque cuantitativo debido a su capacidad para medir de manera precisa variables específicas y cuantificables, como el impacto numérico de la identidad de producto en las métricas de ventas. Un enfoque cuantitativo también sería apropiado si el objetivo es generalizar los resultados a una población más amplia, realizar comparaciones sistemáticas y analizar tendencias a través de datos numéricos. Además, la investigación cuantitativa sería eficaz para validar hipótesis específicas y proporcionar una eficiencia en la recopilación de datos, especialmente cuando se busca obtener una visión cuantificable de la relación entre la identidad de producto y el éxito de ventas en un contexto de mercado europeo.

2.1.1.3 Mixta (Cualitativo y Cuantitativa)

La investigación mixta también es conocida como combinada o integrada, Gadea et al. (2018) determina que “La investigación de métodos mixtos es el complemento de la investigación cualitativa y cuantitativa” (p.165) también agrega que “La metodología mixta es formalmente definida aquí como la utilización de los métodos cuantitativos y cualitativos en una investigación social”(p.165) y finalmente concluye “Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una visión completa del fenómeno a estudiar” (p.166).

Al combinar métodos cualitativos y cuantitativos se podrá recopilar y analizar datos numéricos y estadísticos presentados en informes de ventas y exportaciones de producto ecuatoriano además de información proporcionada de los consumidores y actores relevantes tanto en el mercado como en las estrategias y cimientos de Paqocha. Mediante la aplicación cuantitativa mediante datos de análisis estadísticos se podrá obtener referencias numéricas acerca de la situación de ventas de la empresa en el nicho de mercado europeo además de reflejar la percepción de la identidad de producto y resultados en ventas estableciendo resultados que podrán ser abordados e interpretados conjuntamente con la investigación de carácter cualitativo como entrevistas explorando a las opiniones, experiencias y percepciones de los consumidores, además

de la revisión y evaluación de su contenido promocional y los componentes de diseño de sus prendas. (Galeano, 2020).

La investigación mixta permitirá combinar y contrastar los resultados obtenidos de ambos enfoques enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado brindando de tal forma una visión más completa de la relación de la identidad de producto y su éxito en ventas creando una base sólida para determinar la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de nuevas aristas que permiten el éxito de la empresa Paqocha internacionalmente.

2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación

2.1.2.1 Etnográfica

Según Barbolla (2013) define la investigación etnográfica como:

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe.(p. 3).

La investigación etnográfica, a través de la observación participante y las entrevistas en profundidad, brindará una perspectiva cualitativa valiosa sobre cómo los consumidores europeos interactúan con los productos, cómo perciben y atribuyen significados a la identidad de producto, y cómo esto se traduce en sus decisiones de compra. Al sumergirse en el entorno del mercado y establecer relaciones cercanas con los participantes, se podrán identificar prácticas, rituales, valores y normas que afectan la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas.

La investigación etnográfica será de gran utilidad en el estudio de caso de Paqocha, ya que permitirá una inmersión profunda en el contexto cultural y social del mercado europeo, brindando una comprensión enriquecedora de cómo la identidad de producto influye en el éxito de ventas. Esto proporcionará información valiosa para la empresa

Paqocha y otros interesados en el mercado europeo, ayudándoles a desarrollar estrategias de marketing más efectivas y adaptadas a las particularidades culturales y sociales de este nicho de mercado.

2.1.2.2 Documental

La investigación documental es un enfoque de investigación que se basa en la recopilación, revisión, análisis y síntesis de información proveniente de documentos existentes, ya sean impresos o electrónicos. Este tipo de investigación se centra en la revisión crítica y la interpretación de fuentes secundarias, como libros, artículos, informes, tesis, documentos oficiales y cualquier otro material escrito disponible. (Muñoz, 2013)

El proceso de investigación documental implica la revisión exhaustiva de la literatura existente sobre un tema específico con el objetivo de obtener una comprensión profunda de la materia en cuestión. Los investigadores documentales buscan identificar y analizar las contribuciones previas de otros estudios, así como evaluar la relevancia y validez de la información recopilada. (Díaz, 2018)

Este enfoque es valioso en diversas disciplinas y puede ser utilizado tanto de manera independiente como complementaria a otros métodos de investigación. La investigación documental es particularmente útil en la fase inicial de un proyecto de investigación, ya que permite establecer el estado actual del conocimiento sobre un tema, identificar lagunas en la literatura existente y fundamentar la necesidad de llevar a cabo nuevas investigaciones. Además, proporciona un contexto histórico y teórico que enriquece el marco conceptual de un estudio. (Kripka et al., 2015)

Es relevante la implementación de una investigación documental debido a la necesidad de establecer un fundamento teórico sólido y contextualizar la relación entre la identidad de producto y el éxito de ventas en el mercado europeo. La metodología documental permitirá realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente, abordando temas clave como diseño textil, estrategias de mercado y comportamiento del consumidor. Además, posibilitará el análisis detallado de casos y estudios previos relacionados con marcas de moda exitosas en Europa, proporcionando lecciones

aprendidas y perspectivas valiosas para informar la estrategia de Paqocha. La investigación documental también facilitará la contextualización histórica y cultural del diseño textil en Europa, permitiendo comprender las tendencias a lo largo del tiempo. En conjunto, este enfoque respaldará una investigación robusta, enriqueciendo el marco teórico y proporcionando información esencial para comprender y abordar la dinámica del mercado europeo desde una perspectiva contextualizada.

2.1.3 Nivel o tipo de Investigación

2.1.3.1 Aplicada

La investigación aplicada tiene como objetivo aplicar conocimientos, teorías y técnicas para la resolución de problemas. Lozada (2014) determina que “La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento a corto mediano o largo plazo en la sociedad y en el sector productivo”(p.35). Esta afirmación resalta la importancia del impacto práctico y tangible de este tipo de investigación en la formulación de soluciones concretas que velan por la mejora de la sociedad y la industria.

La investigación aplicada es uno de los métodos que permite al tema de tesis “Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: estudio de caso Paqocha” enfocarse en la generación de conocimiento con aplicabilidad inmediata, pues busca obtener conocimientos específicos y prácticos sobre la identidad de producto y su influencia en un mercado en particular.

Al aplicar métodos de investigación como análisis de mercado, entrevistas y estudios de caso se podrá recopilar datos relevantes permitiendo comprender el comportamiento del mercado objetivo. Los resultados obtenidos a través de esta investigación aplicada proporcionarán información aplicable para nuevos emprendimientos e incluso la mejora de la comercialización, promoción y distribución de productos en la industria textil e indumentaria Ecuatoriana.

2.1.3.2 Descriptiva

Según Grajales (2020) “Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o descripción del fenómeno estudiado a partir de sus características”(p.2) Este tipo de estudio según lo acotado por Grajales se utiliza para obtener una comprensión detallada y exhaustiva de un fenómeno o tema en particular. Este tipo de estudio se centra en describir y analizar en detalle características, comportamientos y percepciones de participantes o elementos involucrados en el fenómeno de estudio.

Grajales determina “Describir es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómenos bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica”(p.2) Este tipo de investigación tiene la finalidad de proporcionar una descripción detallada y precisa de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas del mercado europeo permitiendo a este enfoque metodológico recopilar datos descriptivos que asistan a la comprensión de la analogía de los elementos de la identidad del producto (diseño , marca, ADN) con el impacto de las preferencias y decisiones de compra de los usuarios, obteniendo una imagen descrita identificando patrones, tendencias y factores clave que puedan influir en el rendimiento de la empresa Ecuatoriana Paqocha en el mercado europeo.

2.1.3.3 Finalidad del diseño

-Investigación A través del diseño

La investigación a través del diseño es un enfoque metodológico que combina la creatividad del diseño con los rigores de la investigación científica para abordar problemas complejos. Según Seidel y Fixson (2013), este enfoque involucra la generación iterativa de soluciones y la evaluación de prototipos para obtener una comprensión profunda y práctica del fenómeno estudiado.

En el tema de tesis planteado se implementa la investigación a través del diseño para analizar cómo la identidad del producto de Paqocha se transmite a través del diseño, materiales y presentación de sus prendas. Este enfoque podrá examinar en

profundidad cómo los aspectos visuales, estéticos y funcionales de las prendas de Paqocha transmiten la identidad del producto a manera de contar la historia de una cadena productiva responsable y con comercio justo y cómo esto influye en las decisiones de compra de los consumidores en el mercado europeo. A través de la evaluación y análisis producto e imagen de Paqocha como marca en términos de diseño, materiales, colores y otros elementos visuales, se podrá obtener una comprensión más completa de cómo la identidad del producto se refleja en la oferta de productos. Esta investigación a través del diseño proporcionará información valiosa para optimizar el diseño de las prendas y fortalecer la identidad de producto, lo que a su vez puede aumentar el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Según Arias et al. (2016) "La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados" (p.201). La población de estudio en el tema de tesis "Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: estudio de caso Paqocha" se centra en dos grupos principales en donde se ven inmersos consumidores amantes de la artesanía, de alto poder adquisitivo, clientes de cartera de Paqocha.

En primer lugar, la población de estudio estará compuesta por consumidores europeos que han adquirido productos de Paqocha. Para seleccionar una muestra representativa de esta población, se utilizará un muestreo estratificado específico de consumidores nativos europeos, dividiendo a los consumidores en grupos según la frecuencia de compra y seleccionando un número adecuado de participantes de cada estrato para formar parte de las entrevistas, se debe tomar en cuenta que se realizará un muestreo estratificado según la frecuencia de compra.

Al llevar estas entrevistas con consumidores europeos, se identificará sus percepciones y opiniones sobre la identidad de producto de Paqocha. Se seleccionarán participantes que representen diferentes segmentos demográficos y de comportamiento de compra, con el objetivo de obtener una variedad de perspectivas, teniendo en cuenta el estudio de carácter cualitativo, con una muestra de participantes

reducida.

En cuanto a las estadísticas de ventas, la unidad de análisis será el ingreso neto del año de ventas fiscal, ya que se considera un período representativo para evaluar el rendimiento de ventas de Paqocha en el mercado europeo. Los datos de ventas se obtendrán directamente de los registros financieros de la empresa y se analizarán utilizando técnicas estadísticas descriptivas y comparativas como modelo cuantitativo de verificación de su éxito.

También por otro lado, se realiza una selección entre los emprendimientos ecuatorianos que han podido migrar sus negocios internacionalmente para realizar un análisis comparativo con la selección de cinco casos de estudio que serán parte fundamental para comprender las tendencias de consumo con un patrón significativo,

Por último, la unidad de observación para el análisis de las prendas de Paqocha más significativas y mayor vendida de la empresa será la ficha de observación de producto. Se realizarán una categorización y selección de toda la bodega de producto para la selección de forma que se pueda comprender cómo se desarrolla y gestiona la identidad de producto en la organización, con esta herramienta se proporcionará una visión interna valiosa y se analizarán cualitativamente para identificar tendencias y patrones en la gestión de la identidad de producto de Paqocha.

2.2.2 Muestra

La muestra estadística es un conjunto de elementos representativos tomados de una población mucho más grande, utilizada para realizar inferencias y conclusiones sobre la población en su conjunto. “Una muestra es una parte de la población cuyos elementos se eligen de modo que sean representativos de todo el colectivo.” (Pérez et al., 2013)

Para el presente estudio la muestra se compone de un grupo clave de participantes, tratándose en primera instancia de los consumidores de paqocha que han adquirido este producto en el mercado europeo es por este motivo que el proyecto de investigación estará definido por la muestra que cumple con los requerimientos de

trabajo escrito, el muestreo indicado a aplicar es no aleatorio, mediante informantes clave . Se requiere un grupo específico de individuos que puedan proporcionar información de forma más profunda acerca de su experiencia de compra y producto de Paqocha

El primer grupo, compuesto por consumidores de Paqocha del mercado europeo, seleccionado de forma representativa para obtener una visión precisa de su experiencia de compra y su percepción de la identidad del producto de la marca. Estos consumidores proporcionarán información valiosa sobre cómo el diseño de ropa de Paqocha influye en sus decisiones de compra en el contexto europeo.

Además de la selección de los productos dentro de la cartera de bodega de paqocha serán categorizados por conveniencia, de modo que se puedan analizar las prendas más icónicas y mayor vendidas de la marca con la finalidad de comprender los aspectos más relevantes que hacen de estas prendas un atractivo potencial para los clientes extranjeros

Finalmente, dentro de la gran cantidad de emprendimientos ecuatorianos que han podido migrar y expandirse al extranjero se seleccionaran cinco estudios de caso con características similares, valores y principios similares a los de paqocha para de esta forma poder comprar y contrastar las similitudes y diferencias dentro del mismo nicho de mercado y consumidores. Además de la selección de los datos contables por año a partir del año 2006 hasta la actualidad para verificar su crecimiento en ventas a partir de la incorporación de estrategias de marca e identidad de producto.

2.2.2.1 Cálculo de la muestra

La muestra estará definida por los consumidores de Paqocha en donde se trabajará con un estrato de individuos para recopilar información valiosa para la construcción de datos relevantes para esta investigación. El cálculo de la muestra se realizará mediante un enfoque de muestreo no aleatorio estratificado. Primero, se estratificará a la población en grupos distintos según cada herramienta seleccionada, los

consumidores de Paqocha en el mercado europeo, selección de prendas indumentarias para su análisis y datos estadísticos de ventas de la empresa. Luego, los contribuyentes serán seleccionados de cada estrato, asegurando que la muestra sea representativa de estas poblaciones. El tamaño de la muestra se determinará para cada estrato mediante los parámetros establecidos para cada caso, (entrevista (mínimo 10 entrevistados), casos de estudio (5 casos a profundidad), fichas de observación (mínimo 30 elementos sometidos a análisis)) considerando los niveles de precisión y confianza deseados. Este enfoque garantizará que los datos recopilados sean confiables y representativos de todas las perspectivas clave del estudio.

2.3 Unidades de Análisis/Unidades de Observación

Unidades de Análisis: Nicho de Mercado Europeo

Unidades de Observación: Identidad de producto (Producto Paqocha)

Las unidades de análisis y observación se centran en encontrar los elementos claves que permiten que esta marca ecuatoriana tenga éxito en el mercado, analizar el mercado europeo y observar el diseño y narrativa de los productos indumentarios de paqocha permite poder asociar estos dos factores pretendiendo conseguir la información necesaria para la sustentación de la hipótesis planteada anteriormente.

2.3 Operacionalización de variables

Variable independiente: Nicho de mercado europeo

Tabla 2 Operacionalización de variable independiente

Contextualización	Dimensión	Indicador	Unidad	Técnicas	Instrumentos
<i>Se necesita interpretar las tendencias de consumo que mueven a las masas del nicho de mercado europeo para comprender y anticipar las preferencias de los consumidores, lo que permitirá a las empresas adaptar estrategias efectivas y alineadas con las dinámicas del mercado.</i>	Tendencias de consumo	Social	¿Cómo la diversidad cultural en Europa influye en la adopción de estilos y preferencias de consumo dentro del nicho de mercado?	Observación Fuente Bibliográfica	Matriz comparativa Estudios de caso
		Económico	¿En qué medida las comunidades en línea y las redes sociales impactan las tendencias de consumo y las decisiones de compra en la moda europea?		
		Cultural	¿Cómo las iniciativas de responsabilidad social corporativa influyen en las decisiones de compra de los consumidores europeos y en las estrategias de las empresas de moda?		
		Ambiental	¿Cómo las condiciones económicas actuales, como la inflación y el empleo, están afectando las preferencias de compra y las estrategias de precios en el nicho de mercado europeo?		
			¿Cómo las tendencias económicas recientes han influido en la percepción de valor de los consumidores y en la disposición a gastar en productos de moda en Europa?		

			<p>¿Cómo las expresiones culturales contemporáneas, como el arte urbano y la música, están influyendo en la moda y en las preferencias de los consumidores europeos?</p> <p>¿Cuál es el papel de la identidad cultural y la diversidad en la configuración de las tendencias de consumo y en las estrategias de marketing en el mercado europeo?</p> <p>¿Cómo las festividades y eventos culturales afectan las decisiones de compra y las estrategias de lanzamiento de productos en la industria de la moda?</p> <p>¿Cómo la creciente conciencia ambiental está impulsando la demanda de productos sostenibles y cómo las empresas europeas están respondiendo a esta tendencia?</p> <p>¿En qué medida las iniciativas ambientales de las empresas, como la reducción de residuos y el uso de materiales sostenibles, están influyendo en las preferencias de los consumidores en el nicho de mercado europeo?</p> <p>¿En qué medida la disponibilidad de opciones de moda sostenible afecta las preferencias de los consumidores y las estrategias de las empresas en el nicho de mercado europeo?</p> <p>¿Se percibe una innovación notable en los elementos de diseño de las prendas de Paqocha?</p> <p>¿Qué aspectos constructivos de las prendas de Paqocha resaltan en cuanto a la atención a los detalles y la habilidad artesanal?</p>		
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

--	--	--	--	--	--

Variable dependiente: Identidad de producto-marcaPaqocha

Tabla 3 Operacionalización de variable dependiente

Contextualización	Dimensión	Indicador	Unidad	Técnicas	Instrumentos
<i>Se necesita conocer acerca del criterio del público objetivo de Paqocha acerca de los elementos de diseño y componentes constructivos de los productos estrella para la verificación de su éxito en el mercado europeo</i>	Indumentaria Cultural Diseño Étnico	Público objetivo	<p>¿Qué aspectos culturales de los productos de Paqocha, como los diseños o patrones, le atraen más?</p> <p>¿Cómo percibe la autenticidad de los productos de Paqocha en términos de representación de la cultura ecuatoriana?</p> <p>¿Cree usted que la narrativa cultural de la marca, como el uso de materiales locales o la promoción de tradiciones indígenas, es un factor atractivo para la compra?</p> <p>¿La sostenibilidad y las prácticas éticas de la marca influye en su decisión de compra?</p> <p>¿Cómo percibe la relación entre la cultura ecuatoriana y la cultura europea en los productos de Paqocha?</p> <p>¿La comunicación y el marketing de la marca, incluyendo sus redes sociales y sitio web, le parece efectivos en la transmisión de su identidad cultural?</p>	Observación directa	Entrevista a profundidad Ficha de observación

		Indumentaria	<p>¿Qué opinión tiene sobre la adaptación de Paqocha a las tendencias de la moda europea sin perder su identidad cultural?</p> <p>¿Los acabados de las prendas, como las costuras y los bordados, reflejan claramente el uso de técnicas artesanales en su confección?</p> <p>¿Se pueden identificar detalles específicos de la construcción de las prendas que indican un proceso de fabricación artesanal, como costuras a mano o tejidos tradicionales?</p> <p>¿Los materiales utilizados en las prendas, como textiles y fibras, destacan por su calidad y autenticidad?</p> <p>¿Existen detalles constructivos que resalten la singularidad y autenticidad de las prendas en comparación con opciones más convencionales en el mercado?</p> <p>¿Los materiales utilizados, como textiles únicos o fibras naturales, muestran un nivel de atención y cuidado en su selección durante la observación de las prendas?</p> <p>¿Cómo se percibe la coherencia y armonía en los elementos de diseño, como patrones y colores, de las prendas de Paqocha?</p> <p>¿Se pueden identificar elementos culturales específicos en el diseño de las prendas que puedan atraer la atención del público objetivo europeo?</p>		
--	--	--------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		artesanal	¿Los detalles de diseño, como bordados y aplicaciones, se integran de manera estética y complementaria en las prendas de Paqocha?		
--	--	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

2.4. Técnicas de recolección de datos

2.4.1 Análisis de contenido/datos

“El análisis de contenido es una técnica de investigación que implica examinar y codificar sistemáticamente el contenido de diversos materiales, como textos, imágenes o vídeos, con el fin de identificar patrones, temas y significados”. (Krippendorff, 2014. p.320), el análisis de contenido es una herramienta valiosa para comprender cómo se comunica y representa la identidad de producto en diferentes medios y contextos.

En el tema de tesis "Análisis de la identidad de producto y su influencia en el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo: estudio de caso Paqocha", se implementa el análisis de contenido para examinar cómo se presenta la identidad de producto de Paqocha en su estrategia de marketing, en su página web, en sus redes sociales y en otros materiales de comunicación. Este enfoque permitirá identificar los elementos clave de la identidad de producto, cómo se comunican y cómo se perciben por parte de los consumidores europeos. Además, el análisis de contenido brindará una visión detallada de cómo la identidad de producto se alinea con las preferencias y expectativas del nicho de mercado europeo, lo que ayudará a ajustar y optimizar la estrategia de identidad de producto de Paqocha para mejorar su éxito de ventas en este mercado específico.

2.4.2 Entrevista a profundidad

“La entrevista a profundidad es una técnica de investigación cualitativa que permite obtener información detallada y en profundidad sobre las experiencias, opiniones y percepciones de los participantes” (Kvale, 2013. p.85).

La entrevista a profundidad busca explorar y comprender los significados que los individuos atribuyen a sus experiencias y fenómenos específicos. En el tema de tesis se implementa la entrevista a profundidad para obtener perspectivas directas de los consumidores europeos sobre la identidad de producto de Paqocha y su influencia en sus decisiones de compra.

A través de las entrevistas a profundidad, se podrá indagar sobre los factores que los consumidores consideran importantes al evaluar y seleccionar productos en el nicho de mercado europeo, así como comprender cómo la identidad de producto de Paqocha se alinea con sus necesidades y preferencias. Estas perspectivas enriquecerán el estudio de caso y brindarán información valiosa para mejorar la estrategia de identidad de producto y aumentar el éxito de ventas en el mercado europeo.

2.4.3 Ficha de Observación de Producto

La ficha de observación de producto es una herramienta esencial en estudios de mercado que permite registrar de manera sistemática las observaciones y evaluaciones de un investigador sobre un producto específico. Esta ficha se estructura con secciones destinadas a detallar características físicas, funcionales, estéticas y otros aspectos relevantes del producto en cuestión. Durante la observación directa, el investigador utiliza la ficha para documentar elementos como el diseño, la calidad de los materiales y el embalaje, entre otros. El propósito central de esta herramienta radica en recopilar información estructurada que facilite una evaluación objetiva y comparativa de los productos, permitiendo así la identificación de tendencias y fortalezas en el mercado. (Bordas, 2015).

Durante la fase de observación, el investigador utiliza la ficha para recopilar datos específicos que luego pueden ser analizados para identificar tendencias, puntos fuertes y áreas de mejora en el producto. Esta información detallada y estructurada contribuye significativamente a la evaluación objetiva y comparativa de productos, brindando así elementos valiosos para la toma de decisiones en estrategias comerciales y de diseño. La ficha de observación de producto emerge como una herramienta indispensable para comprender la posición de un producto en el mercado y mejorar su competitividad mediante la identificación de elementos clave que impactan en la percepción y aceptación por parte de los consumidores. (Galeano, 2020).

La utilización de fichas de análisis de productos Paqocha en esta tesis es pertinente por varias razones cruciales para el desarrollo de la investigación. Primero, las fichas de análisis proporcionarían una estructura sistemática y uniforme para evaluar

elementos específicos de los productos de Paqocha, como diseño, calidad de los materiales y características distintivas. Esto facilitaría la recopilación y comparación de datos de manera coherente a lo largo del estudio. Además, las fichas de análisis permitirían la creación de una base de datos organizada que serviría como referencia centralizada para el análisis de resultados y la identificación de patrones. Además, al utilizar estas fichas, se podrían capturar detalles específicos que podrían ser esenciales para comprender la relación entre la identidad del producto y el éxito de ventas.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los resultados

Los instrumentos de recolección de datos que han sido utilizados pertinentemente para esta investigación son tales como; entrevistas estructuradas a profundidad, matriz comparativa de estudios de casos de las tendencias de consumo europeas y fichas de observación del producto para estudiar el impacto de la identidad de producto-marca paqocha en el nicho de mercado extranjero con la finalidad de encontrar los elementos más idóneos que contribuyen con su éxito.

3.1.1 Entrevista estructurada

Según la herramienta de entrevista estructurada se ha podido recolectar los datos de los consumidores fieles y más frecuentes de Paqocha que radican en diferentes países y ciudades que conforman la Unión Europea (UE) mediante la selección de una muestra de la población no aleatoria de informante clave, esta entrevista que se conforma por 12 preguntas de carácter específico sobre la experiencia de compra, producto y afinidad por Paqocha se pretende recabar información acerca de aquellos factores que incentivan a los consumidores extranjeros a consumir productos indumentarios ecuatorianos, las preguntas van direccionadas a los aspectos del diseño de la prenda, materiales y aspectos que van direccionados a cumplir con el objetivo de la investigación presente y presentan los resultados a continuación:

Tabla 4 Resultados obtenidos entrevista estructurada

Preguntas	Informante 1 Alexander Müller	Informante 2 Eleonor Garrido	Informante 3 Alex Velastegui	Informante 4 Keria Gallego	Informante 5 Martin Soler	Síntesis
¿Cómo llego a conocer acerca de la marca Paqocha?	Me gustan las cosas hechas a mano, lo rustico y pues conocí la marca por una amiga que tenía un poncho hermoso	Fue a través de recomendaciones de amigos que conocí en Paqocha.	He visto sus productos en la ciudad de Quito	Fui a un viaje de mochila con mis amigos y pasé por algunos lugares andinos como Perú y Ecuador	Conocí Paqocha mientras buscaba opciones de regalos para unos amigos que quería que conocieran los productos ecuatorianos.	Los informantes han conocido la marca Paqocha a través de diversas fuentes, destacando la influencia de recomendaciones personales y experiencias compartidas. La autenticidad y la artesanía hecha a mano, han sido factores clave en el descubrimiento. La presencia física de los productos en lugares como la ciudad de Quito y las experiencias de viaje por regiones andinas también desempeñaron un papel importante en la familiarización con la marca. La combinación de recomendaciones personales, la presencia física de productos y experiencias de viaje contribuyeron a la difusión y conocimiento de la marca Paqocha.
¿Qué lo atrajo inicialmente hacia la marca Paqocha?	Creo que saber que está hecho por personas que le dedican tiempo a hacer las cosas, me gusta que en la etiqueta venga escrito el	Su historia y también la información que encontré sobre ellos por internet	Me atrajo su manera de realizar las prendas pues se encargan desde la crianza de la alpaca, asegurando que	La forma en la que inician en proceso de diseño y producción de las prendas	Inicialmente, la autenticidad de la marca Paqocha fue lo que me atrajo, especialmente su compromiso con la artesanía	Los informantes fueron atraídos por Paqocha debido a la dedicación artesanal, la inclusión de los nombres de los artesanos en las etiquetas, la historia y la información en línea, la preocupación por el bienestar animal desde la crianza de las alpacas, el proceso integral de

	nombre de los artesanos que tejen		no exista maltrato animal			diseño y producción, y el compromiso auténtico de la marca con la artesanía. Estos aspectos resaltan la conexión personal, la transparencia, y los valores éticos y sostenibles de Paqocha, lo que contribuye a su atractivo para una variedad de consumidores.
¿Con qué frecuencia compra productos de esta marca ecuatoriana?	Tal vez unas 2 a 3 veces al año por temporadas de frío	2-3 veces cada dos años tal vez, solo cuando visito Ecuador	1 vez al año tal vez	Habitualmente pero no sabría decir cuantas veces, me gusta la marca	Compro productos de la marca Paqocha ocasionalmente, dependiendo de nuevas colecciones o necesidades específicas.	Los informantes tienen una frecuencia variable en la compra de productos de Paqocha, que oscila entre 1 y 3 veces al año. Sus decisiones de compra están influenciadas por las temporadas de frío, las visitas a Ecuador y las preferencias personales, indicando que la frecuencia está determinada por factores estacionales y necesidades específicas.
¿Podría hablarnos de su experiencia de compra en el sitio web o de ser el caso de forma presencial en el Show room de Paqocha?	Es un ambiente muy ameno, me gusta que es un ambiente rustico y la presentación de las prendas y la historia que cuenta. El sitio web detalla bien los productos	Pues no estoy muy familiarizada con el sitio web, pero me gusta mucho que la tienda de paqocha es super rústica y pues es en la vivienda de los dueños	He comprado mediante el sitio web, el sitio web es bastante fácil de usar, pero no veo mucha variedad a menos de que me contacte directamente, además el envío tarda un poco	Me gustó mucho la forma en la que se encuentran ubicados en ferias de artesanías donde también se venden variedad de productos	Visité el Showroom de Paqocha y quedé impresionado. La atención personalizada del personal y la oportunidad de explorar las prendas de cerca me ayudaron a tomar decisiones más informadas.	Los informantes han tenido experiencias diversas al comprar en Paqocha, ya sea a través de su sitio web o de forma presencial en el Showroom. Aprecian la atmósfera amena y rústica del lugar, así como la presentación detallada de las prendas y la historia detrás de la marca. Algunos informantes valoran la facilidad de uso del sitio web. La experiencia en el Showroom ha dejado una impresión positiva, destacando la atención

						personalizada, la ubicación en ferias de artesanías y la oportunidad de explorar las prendas de cerca.
¿Puede mencionar un producto específico de Paqocha que lo haya impresionado?	El poncho de mi amiga, era muy hermoso, tenía un diseño muy bonito que combina diferentes colores	Las bufandas infinitas son de mis favoritas porque vienen en más colores y tipos de tejido	Me llaman bastante la atención los chalecos tejidos a mano	Me gustaron los bolsos y la ropa de bebe	La bufanda infinita bicolor de Paqocha me impresionó con su combinación de tonos y la calidad del tejido a mano.	Los informantes destacan varios productos de Paqocha que les han impresionado. Los ponchos son sus prendas estrella por su diseño atractivo y la combinación de colores, mientras que las bufandas infinitas son mencionadas como atractivas debido a la variedad de colores y tejidos disponibles. Los chalecos tejidos a mano y los productos para bebé, como bolsos y ropa, también llaman la atención por su atractivo. La calidad del tejido a mano y la combinación de tonos son favorecedores entre el público
Con respecto al diseño de estas prendas ¿Qué aspectos estéticos de los productos Paqocha son los más atractivos para usted?	Lo que me gusta es que nada se parece. Le quería regalar uno a mimamá, pero no encontré el mismo	El juego de los colores y también la combinación de tejidos	Me gusta mucho que las prendas son tejidas a mano	Yo creo que la manera en que juegan con patrones y formas, manteniendo una armonía visual	La combinación de colores y texturas en las prendas Paqocha es lo más atractivo para mí. La paleta y los detalles texturizados resaltan su singularidad.	Los aspectos estéticos más atractivos de las prendas Paqocha destacados por los informantes incluyen la singularidad de cada producto, donde ninguna prenda se parece a otra, lo que añade un toque exclusivo. Además, la apreciación por el tejido a mano se destaca como un elemento distintivo y atractivo. La combinación de colores y texturas en las prendas es especialmente elogiada, resaltando la paleta y los detalles texturizados

						que contribuyen a la singularidad y atractivo visual de las creaciones de Paqocha.
¿Cree usted que la narrativa cultural de la marca, como el uso de materiales locales o la promoción de artesanía y comercio justo, es un factor atractivo para la compra?	En sí no es mi cultura, pero me gustan detalles que manejan y como dije valoro mucho el trabajo de los artesanos	Me gusta que sea confeccionado con materiales naturales y me alegra saber que contribuyo con manos ecuatorianas	Si, me parece interesante porque las historias que cuentan son admirables	Absolutamente. El hecho de que se comprometan con materiales locales y promuevan la artesanía y el comercio justo me parece importante	Sí, considero que la narrativa cultural de Paqocha es un factor atractivo	La narrativa cultural de Paqocha, que incluye el uso de materiales locales, la promoción de la artesanía y el comercio justo, es percibida como un factor atractivo para la compra según las respuestas de los informantes. Aunque no pertenezcan a la misma cultura, valoran los detalles y el trabajo de los artesanos, destacando la contribución positiva al optar por productos confeccionados con materiales naturales y mano de obra ecuatoriana.
¿De qué manera el comercio justo y las prácticas éticas de la marca influye en su decisión de compra?	Muy positiva creo yo	De manera positiva porque pues si no supiera todo el proceso que hay por detrás no compraría	Si, influyen definitivamente	La ética y el comercio justo son factores clave en mi elección de compra. Contribuir al bienestar de las comunidades y apoyar prácticas sostenibles	Comprar productos Paqocha no solo significa adquirir prendas de calidad, sino también contribuir positivamente a condiciones laborales justas y sostenibilidad.	Se destaca que el enfoque en el comercio justo y las prácticas éticas de Paqocha influye de manera positiva en su decisión de compra. Consideran estos aspectos como factores clave, valorando no solo la calidad de las prendas, sino también la contribución positiva a condiciones laborales justas y prácticas sostenibles. La transparencia en el proceso y el conocimiento de las prácticas éticas detrás de la marca son percibidos como elementos esenciales que afectan

						positivamente la elección de compra de los informantes.
¿Existen detalles constructivos que resalten la singularidad y autenticidad de las prendas en comparación con opciones más convencionales en el mercado?	Creo que sí, porque algunos tienen patrones muy bonitos.	Pues claro, todo se ve hecho a mano, las demás prendas son industrializadas, aparte que todo el mundo las tiene	Si, me parece bastante diferente a las demás opciones de ropa que hay en el mercado	Si, los patrones singulares y también que cada prenda es única y no se vuelve a repetir	El diseño de las prendas son diferentes y el estilo es lo más característico además de los patrones de las costuras tejidas	Los entrevistados mencionan la presencia de patrones únicos y la evidente artesanía hecha a mano como elementos distintivos. La percepción de que cada prenda es única y no se repite refuerza la idea de que los detalles constructivos contribuyen significativamente a destacar la originalidad de las prendas Paqocha en comparación con opciones más comunes e industrializadas en el mercado de la moda.
¿Qué opinión tiene sobre la adaptación de Paqocha a las tendencias de moda europea sin perder su identidad cultural?	Pues creo que estos productos ecuatorianos son bonitos y favorecen la adaptación de su cultura por el hecho de que los tejidos son únicos.	Yo pienso que los colores y los tejidos van muy bien, porque se ve la esencia de la marca, pero no deja de ser comercial	Al ser prendas minimalistas, pueden adaptarse fácilmente a las tendencias de la moda	La capacidad de Paqocha para seguir las tendencias europeas sin perder su identidad cultural muestra una estrategia inteligente y respetuosa de mantener su autenticidad.	Los materiales usados hacen que no se pierda la identidad de la marca, y las prendas son sutiles entonces se pueden adaptar	Destacan la belleza y unicidad de los tejidos ecuatorianos, considerando que los colores y tejidos reflejan la esencia de la marca. La capacidad de Paqocha para incorporar elementos minimalistas es vista como una ventaja para adaptarse fácilmente a las tendencias de la moda europea. Además, se percibe como una estrategia inteligente y respetuosa que permite a la marca mantener su autenticidad cultural mientras sigue las corrientes europeas

<p>¿Cree usted que los productos de Paqocha ofrecen una buena relación calidad-precio en el mercado europeo?</p>	<p>Para mí está bien, existen otras marcas que venden algunos productos similares a precios mayores y de menor calidad, sin embargo, el hecho de saber que cada poncho o cada prenda es única lo hace especial.</p>	<p>Relativamente, depende de la situación económica de cada persona</p>	<p>Sus productos si tienen buena relación pues hay que considerar también que el proceso empieza desde el cuidado de los animales</p>	<p>Absolutamente, la relación calidad-precio de los productos de Paqocha es notable y competitiva</p>	<p>En mi opinión es una buena relación precio calidad porque son productos únicos</p>	<p>Los informantes concuerdan en que los productos de Paqocha ofrecen una buena relación calidad-precio en el mercado europeo. Aprecian que, a pesar de existir marcas que venden productos similares a precios más altos y de menor calidad, la singularidad de cada prenda de Paqocha la hace especial. La percepción de la relación calidad-precio también depende de la situación económica individual</p>
<p>¿Que podría mejorar la marca, o cual sería su retroalimentación acerca de los productos Paqocha?</p>	<p>Tal vez que tenga colores más variados y otro tipo de prendas</p>	<p>Creo que pueden mejorar o diversificar en cuestión de bordados o colores de la lana de sus productos</p>	<p>Son prendas atemporales por lo que perdurarán en el tiempo. me gusta que este tipo de marcas se den a conocer en el mundo para esparcir la cultura ecuatoriana</p>	<p>Me gustaría que hagan seguimiento al cliente o que envíen un catálogo personalizado</p>	<p>Yo creo que se podría mejorar por ejemplo más diseño y colores distintos</p>	<p>Entre las recomendaciones se encuentran la diversificación en colores y tipos de prendas, la posibilidad de mejorar o diversificar los bordados y colores de la lana, así como la implementación de un seguimiento al cliente o el envío de catálogos personalizados. La retroalimentación destaca la importancia de la variedad y la atención personalizada en la mejora continua de la marca.</p>

Tabla 5 Resultados obtenidos entrevista estructurada

Preguntas	Informante 6 Abraham Gil	Informante 7 Marco Pierre Gallego	Informante 8 Isabella Fischer	Informante 9 Steph Moyo	Informante 10 Paul Portilla	Síntesis
¿Cómo llego a conocer acerca de la marca Paqocha?	Descubrí la marca gracias a las redes sociales. Vi unas fotos de unos amigos que habían ido de viaje y pues también vi la página de Paqocha	Conocí a Paqocha al buscar opciones de moda sostenible y ética en línea, porque también me gusta la moda	Vi mucho la marca en redes sociales primero, luego en publicidad de su tienda física	Me enteré de la marca porque fui de viaje a Ecuador con unos amigos y en una de las ferias en la ciudad de Quito vi el stand	No había escuchado mucho, pero me pareció interesante cuando me hablaron sobre esta marca	Los informantes han conocido a Paqocha principalmente a través de las redes sociales, tanto por publicaciones de amigos que han viajado y compartido fotos como por la búsqueda activa de opciones de moda sostenible en línea. La presencia de la marca en ferias y su publicidad en tiendas físicas también han sido puntos de contacto, destacando la importancia de la visibilidad en redes sociales y la participación en eventos físicos para la difusión de la marca.
¿Qué lo atrajo inicialmente hacia la marca Paqocha?	Pues su historia principalmente, a primera vista me gustaron las prendas, pero al escuchar la historia fue mucho mejor	Paqocha me atrajo inicialmente por su enfoque ético. El compromiso con el comercio justo y las prácticas sostenibles que comentan en sus redes sociales	Me llamó mucho la atención sus diseños artesanales, también saber que son realizados con lana de alpaca	Los abrigos de lana son los que más me gustaron porque se veía un trabajo super artesanal	Yo creo que principalmente el material del que están compuestas las prendas y pues claro su historia	Lo característico es la historia de la marca que resalta su enfoque ético, el compromiso con el comercio justo y prácticas sostenibles. Además, la apreciación por diseños artesanales y la utilización de lana de alpaca como material principal fueron elementos clave que captaron su atención. La combinación de prendas de calidad artesanal y una narrativa ética contribuyó a generar un interés

						significativo entre los informantes.
¿Con qué frecuencia compra productos de esta marca ecuatoriana?	Yo diría que cada año hago una compra un tanto grande,	Mi frecuencia de compra de productos de Paqocha varía, pero suelo adquirir algo de la marca cada temporada de invierno	Aproximadamente una vez cada 2-3 temporadas	En la feria compre algunas cosas para mi familia y también suelo pedir vía on Line	Pues yo compro 1 o 2 veces por año la verdad	Los informantes revelaron que la frecuencia de sus compras de productos Paqocha varía, pero en general, tienden a realizar compras una o dos veces al año, principalmente durante las temporadas de invierno. Además, indicaron que también aprovechan la oportunidad de comprar durante ferias o eventos especiales, mientras que otros prefieren realizar pedidos en línea
¿Podría hablarnos de su experiencia de compra en el sitio web o de ser el caso de forma presencial en el Show room de Paqocha?	La página web me parece interesante de fácil acceso, sin embargo, creo que ya no está activa porque ya no me deja ingresar	Mi experiencia de compra en el sitio web de Paqocha fue excelente. La variedad de productos, las imágenes detalladas y la información sobre materiales me proporcionaron la confianza necesaria para realizar la compra	La compra en su tienda online es muy buena, el envío es muy rápido. Su tienda representa de manera exacta a Ecuador, la atención de los trabajadores es muy buena y agradable	Personalmente prefiero el stand porque me explicaron toda la historia, la comunicación humana es importante y pues la experiencia es inmersiva	El sitio web me pareció interesante presentan muchas cosas que me gustaron bastante y la información es completa	Los entrevistados compartieron sus experiencias de compra con Paqocha, destacando la facilidad de acceso y la variedad de productos en el sitio web. Algunos expresaron que prefieren la experiencia presencial en el showroom, valorando la comunicación directa y la inmersión en la historia de la marca. Además, se elogió la rapidez en el envío para las compras en línea y se destacó la representación fiel de Ecuador a través de la tienda online.
¿Puede mencionar un producto específico de	Me encanta la ropa infantil, siempre compro como	El suéter de lana de alpaca con detalles bordados de Paqocha me	Los diseños minimalistas y los cortes de los ponchos me	Sus ponchos que se ven muy artesanales	Yo creo que todos, los abrigos uff son preciosos de	Los entrevistados mencionaron la admiración por la ropa infantil, la suavidad y los detalles meticulosos de un suéter de lana de alpaca, la

Paqocha que lo haya impresionado?	un regalo para mi sobrina pequeña	impresionó por su suavidad y los detalles meticulosos en las mangas.	impresionaron cuando los vi, son muy tradicionales de Ecuador		verdad son bellísimos	apreciación por los diseños minimalistas y los cortes de los ponchos, así como el elogio generalizado a los abrigos de la marca. La diversidad de productos y la artesanía detallada fueron aspectos destacados
Con respecto al diseño de estas prendas ¿Qué aspectos estéticos de los productos Paqocha son los más atractivos para usted?	Yo creo que las prendas son diferentes y pues también que se ven productos artesanales	La elegancia en la simplicidad del diseño de Paqocha es lo que más me atrae. Los cortes simples y las tonalidades suave	¡Me llama mucho la atención los diseños artesanales, los colores que lleva y los terminados que tienen sus prendas son lo más atractivo para todos!	De los productos que compre me gusta las formas que combinan en el tejido, se parece a una mándala	Pues que son prendas muy singulares, y también como los botones que usan se ven bastante artesanales	Se destacó positivamente la singularidad y artesanía de las prendas Paqocha, resaltando los diseños artesanales, los colores atractivos y los terminados detallados. La elegancia en la simplicidad del diseño, los cortes simples y las tonalidades suaves fueron aspectos que atrajeron a los entrevistados. La retroalimentación general fue positiva, con aprecio por la singularidad y artesanía de los productos Paqocha
¿Cree usted que la narrativa cultural de la marca, como el uso de materiales locales o la promoción de artesanía y comercio	Para mi sin duda, sobre todo porque yo soy muy ambientalista y he trabajado en empresas de moda rápida y me parece muy injustas	Saber que estoy apoyando prácticas sostenibles y comunidades locales hace que la experiencia de compra sea más significativa.	Si, no son materiales que se consiguen fácilmente, hasta donde sé el proceso de obtención de la lana de alpaca es muy cuidadoso para ellos, por lo que al unir los	Definitivamente si, a mí me cautivó la historia de cómo se hacen estas prendas	¿Pues si, yo creo que le da ese toque especial que atrae al cliente no?	La narrativa cultural de Paqocha, incluyendo el uso de materiales locales, la promoción de la artesanía y el comercio justo, es un factor altamente atractivo para la compra. Valoraron la conciencia ambiental y ética de la marca, destacando que apoyar prácticas sostenibles y comunidades locales hace que la experiencia de compra sea más significativa. Además, la historia

¿justo, es un factor atractivo para la compra?	algunas situaciones		diseños con las tradiciones indígenas llega a llamar más la atención de personas que no conocen este tipo de prendas			detrás de cómo se hacen las prendas y la combinación de diseños con tradiciones indígenas fueron aspectos que cautivaron a los entrevistados
¿De qué manera el comercio justo y las prácticas éticas de la marca influye en su decisión de compra?	Realmente yo creo que al momento de pagar, porque estos precios al conocer como se hace la prenda se pagan solos	Apoyar una marca que se preocupa por las comunidades y el medio ambiente es esencial para mí.	Si, además de tener diseños únicos la sostenibilidad es muy importante para mí por lo que me gusta más consumir prendas de este tipo	La verdad no era un tema que me interesaba mucho, pero si le da un plus	Sinceramente no me había puesto a pensar en eso, pero si me parece importante y creo que los demás clientes lo valoran	Algunos mencionaron que los precios justos se justifican al conocer el proceso de elaboración de las prendas, mientras que otros valoraron la importancia de apoyar una marca preocupada por comunidades locales y el medio ambiente. La sostenibilidad y el compromiso ético de Paqocha fueron considerados factores significativos en la elección de adquirir productos de la marca
¿Existen detalles constructivos que resalten la singularidad y autenticidad de las prendas en comparación con opciones	Podrían ser los bordados de las prendas, o tal vez las puntadas de costura	SI DEFINITIVAMENTE creo que son productos únicos que no se pueden comparar con la moda rápida	Si, sus diseños artesanales y el material de alpaca con el que está hecho no se los encuentra fácilmente en cualquier lugar	Pues sí, es muy difícil ver esto en Barcelona y es la primera vez que veo un emprendimiento así	Yo creo que pues las etiquetas y también el tipo de tejido y el material resaltan todo este trabajo artesanal de lo industrial	Se mencionaron bordados y puntadas de costura como aspectos destacados. Además, destacaron que los productos de Paqocha son únicos y no comparables con la moda rápida, atribuyendo esta distinción a los diseños artesanales y al uso de materiales como la lana de alpaca, que no son comunes en el mercado convencional. En general, los detalles constructivos fueron percibidos como elementos que

más convencional es en el mercado?						resaltan el trabajo artesanal frente a la producción industrial.
¿Qué opinión tiene sobre la adaptación de Paqocha a las tendencias de moda europea sin perder su identidad cultural?	Siento que son prendas que se pueden combinar fácilmente	Opino que la habilidad de Paqocha para adaptarse a las tendencias europeas sin perder su identidad cultural es una muestra de su versatilidad y autenticidad	Son tan básicos los diseños de la marca que se puede adaptar a cualquier cultura	Me parece que es bastante versátil	Son prendas básicas que se pueden utilizar en cualquier momento yo creo que no tienen temporada	Consideran que las prendas son versátiles y fáciles de combinar, lo que refleja la habilidad de la marca para integrarse en diferentes contextos culturales. Además, señalan que los diseños básicos de Paqocha permiten una adaptación a cualquier cultura, destacando la versatilidad de la marca sin estar limitada por temporadas específicas. En general, la percepción es favorable hacia la capacidad de Paqocha para mantener su autenticidad mientras se ajusta a las tendencias europeas.
¿Cree usted que los productos de Paqocha ofrecen una buena relación calidad-precio en el mercado europeo?	Tomando en cuenta que aquí ganamos bien, si pero no hay que dudar que también es un producto lujoso	Los precios son elevados si pero realmente valen la pena	Si, sus artesanías al ser hechas a mano agregan un valor adicional el cual es conforme a la calidad-precio	si lo vez de primera no, pero al conocer la historia y la producción es un valor justo	Si está bastante caro la verdad, pero comprendiendo todo lo que hay detrás pues es un precio justo	Los informantes reconocen que los productos de Paqocha pueden tener precios elevados en el mercado europeo, pero coinciden en que la calidad y el valor artesanal justifican la inversión. Aunque algunos consideran que los precios son altos, aprecian la historia, producción artesanal y ética detrás de la marca, lo que contribuye a una percepción de una buena relación calidad-precio. En general, valoran la

						autenticidad y singularidad de los productos, lo que compensa el costo.
¿Qué podría mejorar la marca, o cual sería su retroalimentación acerca de los productos Paqocha?	Arreglo de página web porque al momento quiero realizar una compra	Me gustaría que se introduzca de mejor manera o se cuente la historia de estos productos de una forma mucho más presente. que este en todos lados	Desde la obtención de la materia prima hasta su producto final es un proceso que merece más conocimiento, las manos artesanas de Ecuador son impresionantes a mi parecer para darnos esos productos con sus diseños.	Me gustaría que exista mucha más difusión, no he escuchado hablar tanto sobre la marca aquí	Sería interesante ver una línea con diferentes estilos mucho más urbanos para poder llegar a mas personas	Se destaca la necesidad de mejorar la página web para facilitar las compras, así como la importancia de una mayor difusión y visibilidad de la marca. También se sugiere una narrativa más destacada que cuente la historia detrás de los productos, resaltando el proceso desde la obtención de la materia prima hasta el producto final. Además, algunos expresan el deseo de ver una línea más urbana para ampliar la audiencia

La realización de entrevistas a los consumidores de Paqocha ha sido fundamental para desentrañar la complejidad de la identidad del producto de Paqocha y su impacto en el mercado europeo. A través de las experiencias y opiniones de los informantes, se ha logrado capturar la esencia de la autenticidad y la artesanía que definen a la marca. La identificación de factores clave, como la conexión personal con la historia de la marca, la transparencia en los procesos y la preocupación por aspectos éticos y sostenibles, brinda una visión detallada de los elementos que contribuyen al atractivo de Paqocha en el mercado internacional.

Los testimonios de los informantes han subrayado la diversidad de canales a través de los cuales los clientes conocieron Paqocha, desde recomendaciones personales y experiencias de viaje hasta la presencia física de los productos en ferias y tiendas. Además, se ha resaltado cómo la narrativa cultural de la marca, incluido el uso de materiales locales y la promoción del comercio justo, ha sido un factor atractivo para los consumidores, incluso aquellos que no comparten la misma cultura. La ética y el comercio justo de Paqocha también han sido identificados como elementos influyentes en las decisiones de compra de los entrevistados.

En cuanto a la experiencia de compra, las entrevistas han revelado aspectos significativos, como la preferencia por la atención personalizada en el Showroom, la valoración de la presentación detallada de las prendas y la historia de la marca, así como las percepciones variadas sobre la facilidad de uso del sitio web. La diversidad de productos que han dejado impresiones duraderas, como los ponchos, bufandas infinitas y productos para bebés, ha sido otro punto clave emergente.


La conexión personal con la historia de la marca, la transparencia en los procesos de producción, desde la crianza ética de las alpacas hasta el compromiso sostenible, han sido fundamentales en la formación de la percepción positiva de Paqocha. Además, la narrativa cultural de la marca, incluyendo el uso de materiales locales y la promoción del comercio justo, ha resonado de manera significativa, incluso entre aquellos que no comparten la misma cultura. Estos aspectos han sido identificados como determinantes en la elección de los consumidores europeos, destacando la

importancia de estos valores éticos y sostenibles en la estrategia de internacionalización de Paqocha.

3.1.2 Matriz comparativa de estudios de caso

A través de la herramienta de una matriz de estudios de caso se han recabado datos de cinco estudios de caso de emprendimientos o empresas de indumentaria y textil similares al caso de estudio principal Paqocha que han tenido éxito en el mercado europeo, en esta matriz constan algunas variables de carácter importante para la evaluación de este estudio como los aspectos culturales, económicos, público objetivo, tipología de prendas, productos, marketing , entre otros. Para de esta forma evaluar y analizar su relación, similitudes y diferencias con el caso de estudio principal para obtener información relevante que va direccionada al cumplimiento de los objetivos de la presente investigación.

Tabla 6 Matriz comparativa de estudios de caso

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE ARTE Y ARQUITECTURA					
Matriz comparativa de estudios de caso					
Objetivo	El objetivo de la matriz comparativa es examinar cómo las empresas ecuatorianas se adaptan a las tendencias de consumo en el mercado europeo, identificar patrones y estrategias exitosas, y proporcionar una comprensión detallada de cómo estas prácticas pueden informar decisiones estratégicas para empresas actuales y futuras en este contexto específico.				
ASPECTOS A EVALUAR	CASO 1 OLGA FISCH FOLKORE	CASO 2 SUSPIRO	CASO 3 SIMMONE	CASO 4 SEZ	CASO 5 ALBA
Industria y Producto	Moda femenina y masculina que se centra en la cultura ecuatoriana y las técnicas artesanales, se ve inmersa en el mundo de la moda y promueve productos locales como ponchos y carteras	Innovación y mejoramiento de los procesos textiles, desarrollo de telas, colecciones de accesorios de moda enfocada en el diseño artesanal contemporáneo	Moda femenina de aguda sensibilidad arquitectónica de origen lojano desarrolla prendas básicas atemporales parte de la industria de la moda y la confección de prendas semi formales.	Moda femenina y masculina con un enfoque en tejidos tradicionales propios de la cultura ecuatoriana con influencia global con productos pulcros entre moda casual y contemporánea	Firma de diseño cuencana se caracteriza por su diseño textil e indumentaria que fusiona la tradición con la modernidad con toques locales que se ven presentes en prendas icónicas
Impacto Ambiental	Compromiso con materiales sostenibles en gran parte de sus prendas icónicas, aunque con gran variabilidad	Producción textil artesanal, compromiso con personal local utilizando materiales naturales biodegradables amigables con el medio ambiente	Destaca por su compromiso con la sostenibilidad en los procesos y materiales de la confección de indumentaria además de manejar la moda	Uso de tejidos duraderos, como la fibra de cáñamo en sus colecciones amigables por otro lado, su fuerte es el enfoque en la producción local con personal nacional	Alba tiene como directriz los dictámenes de lo sostenible, mantiene un. Proceso de producción ético, respetuoso con la naturaleza y los

			lenta como base de su industria		materiales utilizados para sus colecciones;
Impacto Cultural	Enfatiza la tradición ecuatoriana en el diseño de sus prendas como un representativo referente para los consumidores extranjeros mediante la utilización de sus materiales, tipología de prendas, accesorios y paleta de color.	Celebra la tradición de los pueblos indígenas del Ecuador como es el caso de la comunidad indígena artesanal del Cuicuno, Conceptualizando las tradiciones y plasmándolas en sus diseños	Fusiona elementos contemporáneos con tradicionales, se enfoca más en plasmar la cultura arquitectónica del Ecuador de lugares emblemáticos de las ciudades principales del país	Prendas que buscan plasmar calma y suavidad sensación que deviene de la pulcritud y ligereza que definen el discurso de la marca, tienen sus cimientos en la naturalidad, que se refleja en la elección de sus tejidos, sobriedad en su paleta de color.	Alba representa la cultura de cuenca como uno de los pilares fundamentales dentro de su inspiración en el diseño, la marca es un reflejo de sus valores representando los colores, cortes y patrones que se ven en los atuendos tradicionales.
Público objetivo	Esta marca está orientada a adultos jóvenes y profesionales que gocen de prendas con sello cultural	Personas interesadas en la cultura y el diseño tradicional que busquen reflejar singularidad en su atuendo	Público que busque moda contemporánea cortes tradicionales geométricos, minimalismo	Mujeres adultas que valoran la autenticidad cultural y el diseño moderno	Enfocada en mujeres adultas con preferencia por la moda sostenible, toques locales, muy arraigada a sus orígenes
Canal de Compra	Tiendas físicas y plataforma online	Tiendas físicas y plataforma online	Tiendas físicas y venta por redes sociales	Ateliér- Tiendas físicas Barcelona- Quito	Tiendas físicas y venta por redes sociales
Precio	Rango Medio- Alto (100\$ o más)	Varia, con productos de alta gama (70\$-200\$)	Gama media- Gama alta (70\$-190\$)	Rango Alto (300\$ o más)	Rango medio (60\$-150\$)
Tipología	-Bolsos -Accesorios como collares, aretes pulseras. -Ponchos -Tapicería -Servilletería	-Textiles para la confección -Accesorios tejidos como collares y aretes -Bolsos -Mochilas	-Vestidos -Faldas -Tops -Capas -Camisones -Sombreros	-Vestidos -Conjuntos -ponchos -Capas -blazer -Faldas	-Bolsos -Salidas de baño -Tops -Vestidos -Conjuntos (Falda-Top) -Faldas

	-Buzos básicos -Ponchos	-Manual de tintura natural	-Blazer -Pañuelos	-Bolsos	-Pantalones -Camisas
Materiales	-Alpaca -Lana de oveja -Ikat -Cuero	-Lana de oveja -Lana de Alpaca -Lona -Cuero	-Paja Toquilla -Cuero -Algodón -Lino	-Fibra de cáñamo -Lana de oveja -Lana de alpaca ikat	-Cuero -Tela lino -Tela algodón -Forro algodón reciclado
Estilo	Cultural étnico	Minimalista	Minimalista Urban chic	Natural-Boho	Bohemio
Narrativa de Marca	Refleja la fusión de tradición y modernidad en cada diseño.	Celebra y preserva la riqueza cultural y las técnicas artesanales.	Narrativa contemporánea con toques de tradición y autenticidad.	Enfatiza la autenticidad cultural y la conexión con la moda moderna.	Llevar en la piel elementos que se vean arraigados a las raíces de un pueblo combinando cortes y estilos
Marketing	Se enfoca en la Calidad y origen de los materiales y la producción de cada prenda -Redes sociales -Ferias de artesanías -Festivales locales Existen también otros factores como videos promocionales acerca de cómo realizan sus prendas además de:	Estrategia de marketing centrada en la exclusividad de sus diseños tradicionales -Redes sociales -Museos -Lugares emblemáticos culturales (mitad del mundo, etc.) -Colaboración con Artesanos Y comunidades Local -Programas de lealtad y descuentos	Simonne se enfoca en resaltar en su publicidad la autenticidad cultural de la arquitectura y la singularidad en sus prendas -Redes sociales -Ferias locales -On line showroom -Videos difusión -Presencia en redes sociales	En el caso de sez resalta la alta gama de sus productos siendo un atelier con prendas únicas su difusión es marketing boca a boca porque no es un producto masivo -Marketing experiencial (Busca concientizar y promocionar información educativa a acerca de los programas de comercio justo) -Enfoque en la diversidad	En sus estrategias de marketing se centra en representar a la mujer como multifacética con manejando no solo la venta de sus productos sino la cultura cuencana con el empoderamiento de la mujer -Redes sociales -Ferias de artesanías -Festivales locales -Marketing de contenido con figuras públicas

	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales -Colaboraciones con marcas culturales -Eventos y desfiles de moda -Storytelling -Programas de lealtad y descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> -Tienda en línea y experiencia de compra -Marketing de contenido y promoción de sustentabilidad en redes sociales -Storytelling 	<ul style="list-style-type: none"> -Colaboraciones con marcas culturales -Eventos y desfiles de moda -Historias de marca con pelling -Sostenibilidad Cultural -Programas de apoyo a la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Redes sociales -Personalización cultural -Participación en eventos culturales -Colaboraciones locales 	<ul style="list-style-type: none"> -Eventos y desfiles de moda -Colabora con artesanos locales -Programas de lealtad y descuentos.
Características diferenciadoras principales	<ul style="list-style-type: none"> -Uso de materiales naturales -Representación de la cultura ecuatoriana -Diversificación de productos -Marketing Cultural -Producción local -Cuenta una historia 	<ul style="list-style-type: none"> -Uso de materiales naturales -Colaboración con artesanos locales -Diversificación de productos -Todos sus productos son hechos a mano -Todos sus productos son con material biodegradable 	<ul style="list-style-type: none"> -Conceptualización arquitectónica de sus diseños -Materiales comerciales -Narrativa contemporánea -Incorpora la cultura arquitectónica sutilmente -Variedad de prendas 	<ul style="list-style-type: none"> -Uso de materiales únicos -Prendas de diseñador que no se repiten -Hecho a la medida -Diversidad de productos -Producción artesanal -Detalles constructivos como avíos y apliques exclusivos 	<ul style="list-style-type: none"> -Pinceladas Bohemias -Amplitud y flojedad en sus prendas -Evita desperdicio textil A través del patronaje -Prendas que pueden ser adaptadas para otros usos -Adaptabilidad
Consciencia social	Compromiso con la producción local y apoyo a comunidades	Apoyo a comunidades locales y preservación de técnicas artesanales.	Explorando prácticas sostenibles, con foco en impacto positivo.	Compromiso con la sostenibilidad y el apoyo a artesanos locales.	Énfasis en la sostenibilidad y prácticas éticas en toda la cadena de producción.

Gráfico 6 Imágenes de la tipología de prendas de casos de estudio

Tipología de prendas
Accesorios



Tabla 7 Matriz síntesis y comparación caso paqocha

<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Matriz comparativa de estudios de caso			
Objetivo	El objetivo de la matriz comparativa es examinar cómo las empresas ecuatorianas se adaptan a las tendencias de consumo en el mercado europeo, identificar patrones y estrategias exitosas, y proporcionar una comprensión detallada de cómo estas prácticas pueden informar decisiones estratégicas para empresas actuales y futuras en este contexto específico.		
Aspectos a evaluar	Aspectos relevantes de casos de estudio	Aspectos relevantes de PAQOCHA	Conclusión
Industria y producto	<p>En cuanto a la industria textil e indumentaria se presenta un panorama diverso específicamente en la escena de la moda ecuatoriana llevada al extranjero, cada uno con su enfoque único y distintivo.</p> <p>En general, la mayoría de los diseñadores comparten un fuerte compromiso con la promoción de la cultura local y las técnicas artesanales, evidenciado por el uso de tejidos tradicionales y la inspiración en elementos ecuatorianos.</p>	<p>Paqocha opera en la industria de diseño textil e indumentaria, la empresa se sitúa en la intersección entre la moda, la artesanía y la representación cultural, destacándose por su enfoque en la identidad de marca-producto y la conexión con la cultura ecuatoriana.</p> <p>-Los productos de Paqocha se distinguen por su singularidad y autenticidad cultural además los productos que se presentan en Paqocha engloban la tipología de prendas tanto femeninas como masculinas, enfocándose en ponchos, chalecos y guantes que son parte del guardarropa diario.</p>	<p>A pesar de estas diferencias, todos estos casos reflejan el esfuerzo y la presencia del comercio justo y artesanal de la moda ecuatoriana equilibrando la tradición con la modernidad, creando así un panorama general de esta industria y su presencia en el mercado europeo y su constante evolución.</p> <p>Paqocha, al igual que los casos previos, se destaca por su compromiso con la fusión entre moda, artesanía y representación cultural en la escena ecuatoriana. Comparte con Olga Fisch Folklore y SEZ la orientación hacia la identidad de marca-producto y la conexión con la cultura local, utilizando textiles tradicionales y técnicas artesanales.</p> <p>Estas empresas comparten la búsqueda de una posición distintiva en la industria de la moda mediante la creación de productos que fusionan la riqueza cultural de Ecuador con las tendencias contemporáneas, subrayando su compromiso con la sostenibilidad y la autenticidad.</p>
Impacto Ambiental	De manera general se puede ver que la producción textil es	Paqocha demuestra un compromiso con la sostenibilidad y la ética a través de su	Todos los casos exhiben un compromiso firme con prácticas respetuosas con el medio ambiente, como el uso de materiales

	<p>artesanal enfocándose en el comercio local los cinco casos examinados comparten una destacada orientación hacia la sostenibilidad en la industria de la moda ecuatoriana.</p> <p>Todos exhiben un compromiso firme con prácticas respetuosas con el medio ambiente, como el uso de materiales sostenibles y la promoción de procesos éticos en la confección de prendas.</p> <p>Cada caso demuestra una preocupación por reducir su huella ambiental, ya sea mediante la elección cuidadosa de textiles amigables con el entorno o la implementación de enfoques de moda lenta para fomentar la durabilidad de las colecciones.</p>	<p>práctica de comercio justo y el uso exclusivo de lana de alpaca al 100%. La adopción de principios de comercio justo refleja la consideración de la marca hacia condiciones laborales equitativas y salarios adecuados a lo largo de su cadena de suministro.</p> <p>La elección de utilizar lana de alpaca al 100%, una fibra natural y renovable, sugiere un enfoque consciente hacia la reducción del impacto ambiental en comparación con materiales sintéticos.</p> <p>Estas prácticas, respaldadas por la transparencia y la autenticidad, refuerzan la posición de Paqocha en el ámbito del diseño textil e indumentaria como una entidad comprometida con valores de sostenibilidad y responsabilidad social.</p>	<p>sostenibles y la promoción de procesos éticos en la confección de prendas. Cada empresa demuestra una preocupación por reducir su huella ambiental, ya sea mediante la elección cuidadosa de textiles amigables con el entorno o la implementación de enfoques de moda lenta para fomentar la durabilidad de las colecciones.</p> <p>Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ y Alba revelan diferencias notables en cómo abordan la sostenibilidad, ya sea a través de la variabilidad en el uso de materiales sostenibles, la producción artesanal, la moda lenta, el énfasis en tejidos duraderos o la adherencia a criterios sostenibles rigurosos. Esta diversidad de estrategias subraya la riqueza y complejidad del compromiso sostenible dentro del panorama de la moda ecuatoriana. Sin embargo, las diferencias se manifiestan en las estrategias específicas adoptadas por cada marca.</p> <p>Estas marcas en su mayoría de productos utilizan materiales naturales, al usar la lana de alpaca para crear su productos garantiza un ciclo limpio en donde no intervienen otros textiles o combinaciones de algodón o poliéster lo que permite que este material sea compatible con sus orígenes y pueda biodegradarse lo mejor posible a través de los años garantizando una vida de producto sustentable.</p>
Impacto Cultural	<p>Cada una de estas marcas comparten sus raíces en el mercado extranjero como parte de su esencia de marca, enfatizando los materiales y prácticas de elaboración sostenibles que son</p>	<p>Paqocha es una de las marcas que maneja de manera sustancial su identidad donde representa al Ecuador como un país rico en todo sentido enfatizando en las prácticas de tejido ancestrales, motivo por el que no solo venden un producto más</p>	<p>En comparación de los demás casos se pueden ver similitudes muy marcadas sobre la representación de la cultura ecuatoriana, ya sea en la paleta de colores, materiales e incluso en los diseños otorgados para cada prenda, en los casos que se presentan a continuación tienen toques ecuatorianos ya sea en sus diseños, morfologías, promoción, historia o elaboración.</p>

	<p>acogidas por los consumidores extranjeros, también se habla del comercio justo y la incorporación de las comunidades indígenas del Ecuador</p> <p>Los casos seleccionados presentan también conjugaciones de representaciones de la cultura con elementos contemporáneos, y arquitectónicos en algunos casos, además estas marcas buscan reflejar naturalidad en la selección de sus tejidos y colecciones</p>	<p>bien venden toda la experiencia, por lo que las culturas de países ajenos se llevan grandes muestras de productos ecuatorianos.</p> <p>Paqocha enfatiza en su producción la creatividad y las manos artesanas de Ecuatorianos pertenecientes a las comunidades andinas de la región sierra, más específicamente del páramo. Por lo que al momento de la compra se entrega una historia completa acerca de los orígenes del indumento y las condiciones de trabajo de los hiladores y tejedores de Paqocha</p>	<p>El principal factor que comparten estas marcas son la promoción por Ecuador, lo representan de maneras variadas como la representación de la arquitectura cuencana o los materiales naturales como la lana de alpaca, pero lo más representativo de estas marcas que comparten con Paqocha, son las prácticas de comercio justo y la mano de obra andina que trabaja día con día para poder elaborar artesanalmente estas prendas.</p> <p>Paqocha y los casos anteriores comparten un fuerte compromiso con la cultura ecuatoriana a través de la moda. Tanto Paqocha como Olga Fisch Folklore, SEZ, y Alba integran elementos culturales, como tejidos tradicionales y técnicas artesanales, en sus diseños. Además, la tendencia hacia la producción artesanal y el uso de materiales naturales es una característica común entre Paqocha, Suspiro y Simmone. En conjunto, estos casos demuestran una convergencia en la preservación y expresión de la riqueza cultural ecuatoriana en la industria de la moda.</p>
<p>Público objetivo</p>	<p>Estos cinco casos tienen públicos objetivos específicos que reflejan sus enfoques únicos en la moda. Olga Fisch Folklore se orienta hacia adultos jóvenes y profesionales que valoran prendas con un fuerte sello cultural. Suspiro busca atraer a personas interesadas en la cultura y el diseño tradicional que deseen destacarse con singularidad en su atuendo. Simmone se dirige a</p>	<p>El público objetivo de Paqocha se caracteriza por aquellos que buscan prendas de moda que fusionen la identidad cultural ecuatoriana con tendencias modernas. La marca se dirige a individuos interesados en prendas auténticas y singulares, con un énfasis en la conexión con la cultura del Ecuador. La audiencia potencial de Paqocha incluiría a aquellos que valoran la artesanía local, la identidad y que buscan expresar su</p>	<p>Ambos conjuntos de información revelan la importancia estratégica de la segmentación del mercado en la moda ecuatoriana. Los cinco casos presentados muestran estrategias de orientación específicas, desde Olga Fisch Folklore dirigida a adultos jóvenes y profesionales con un fuerte sello cultural, hasta Alba enfocada en mujeres adultas con preferencia por la moda sostenible y toques locales arraigados a sus orígenes.</p> <p>Por otro lado, Paqocha se alinea con esta tendencia al dirigirse a individuos interesados en prendas auténticas y singulares que fusionan la identidad cultural con las tendencias modernas. Ambos enfoques subrayan la importancia de no solo ofrecer</p>

	<p>aquellos que buscan moda contemporánea con cortes tradicionales geométricos y minimalismo.</p> <p>SEZ se centra en mujeres adultas que aprecian la autenticidad cultural y el diseño moderno, mientras que Alba se enfoca en mujeres adultas con preferencia por la moda sostenible y toques locales, arraigada a sus orígenes.</p>	<p>estilo con elementos que reflejen la riqueza cultural de la región.</p> <p>Paqocha se dirige a una audiencia consciente de la importancia de la moda como vehículo para preservar y celebrar la identidad cultural, ofreciendo opciones de vestimenta que encarnan una fusión armoniosa entre lo tradicional y lo moderno. Este enfoque específico del público refleja la intención de Paqocha de ser más que una marca de moda</p>	<p>moda, sino también de actuar como embajadores culturales a través de sus creaciones, conectando a la audiencia con la riqueza cultural de la región. En conjunto, resaltan la diversidad de enfoques y la profundidad de conexión cultural que las marcas buscan establecer con sus respectivos públicos objetivos.</p> <p>Paqocha se distingue al dirigirse a individuos interesados en prendas auténticas que fusionan la identidad cultural ecuatoriana con las tendencias modernas, consolidándose no solo como una marca de moda, sino como una voz cultural que celebra la riqueza de la región. La conexión entre estos enfoques y la diversidad cultural que representan demuestra la complejidad y vitalidad de la moda</p>
Canal de Compra	<p>Estos cinco casos de moda ecuatoriana presentan una variedad de canales de compra que reflejan la adaptabilidad de las marcas a las preferencias y comportamientos de los consumidores. Olga Fisch Folklore y Suspiro optan por una estrategia dual, ofreciendo sus productos tanto en tiendas físicas como a través de plataformas en línea, brindando así opciones flexibles a su audiencia. Simmone y Alba se suman a esta tendencia al utilizar tiendas físicas y la venta por redes sociales, reconociendo la</p>	<p>Paqocha ha adoptado una estrategia de múltiples canales de compra para ampliar su alcance y brindar a los consumidores diversas opciones de adquisición. La marca no solo cuenta con puntos de venta físicos, permitiendo a los clientes experimentar con sus productos de manera tangible, sino que también opera una plataforma en línea para facilitar la compra a través de la web, ofreciendo comodidad y accesibilidad.</p> <p>Además, la participación de Paqocha en festivales y ferias añade un componente dinámico a su estrategia, permitiendo la interacción directa con los clientes en eventos especiales. Esta combinación de</p>	<p>Estos casos ilustran la variedad de enfoques que las marcas de moda ecuatoriana adoptan en sus estrategias de canales de compra. Mientras Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone y Alba incorporan la dualidad de tiendas físicas y plataformas en línea para ofrecer opciones flexibles a sus audiencias, Paqocha destaca al agregar una capa adicional de versatilidad.</p> <p>Paqocha no solo abarca puntos de venta físicos y una presencia online, sino que también integra la participación activa en festivales y ferias, aprovechando la oportunidad de interactuar directamente con los consumidores. Esta inclusión dinámica de eventos en vivo añade un componente experiencial único a la estrategia de Paqocha, resaltando la importancia de adaptarse no solo a las preferencias de compra, sino también a las experiencias que buscan los consumidores en la adquisición de moda. La diversidad en estas estrategias destaca la capacidad de las marcas</p>

	<p>importancia de la presencia digital en el mercado actual.</p> <p>Por otro lado, SEZ destaca con un modelo más exclusivo, operando a través de su atelier y tiendas físicas en ubicaciones específicas como Barcelona y Quito, enfocándose en una experiencia más personalizada para sus clientes.</p>	<p>canales, que abarca desde la experiencia en tiendas físicas hasta la conveniencia de las compras en línea y la participación en eventos en vivo, demuestra la versatilidad de Paqocha para adaptarse a diferentes preferencias de compra y maximizar su presencia en el mercado</p>	<p>para personalizar su enfoque y maximizar su presencia en un mercado cada vez más complejo y diversificado.</p> <p>Paqocha comparte similitudes con Olga Fisch Folklore y Suspiro al usar tanto tiendas físicas como plataformas en línea. A diferencia de SEZ, que se enfoca en ubicaciones exclusivas, Paqocha adopta un enfoque multifacético que incluye eventos en vivo. Esta versatilidad destaca la adaptabilidad de Paqocha, mientras que SEZ se destaca por su modelo más exclusivo.</p>
Precio	<p>Estos cinco casos de moda ecuatoriana presentan una notable diversidad en sus estrategias de precios. Mientras Olga Fisch Folklore y Alba se sitúan en rangos más accesibles, con productos de rango medio y medio-alto, respectivamente, Suspiro y Simmone ofrecen una variedad de opciones que abarcan desde alta gama hasta la gama media-alta. SEZ se distingue por su enfoque en productos de rango alto, posicionándose como una marca que apunta a consumidores dispuestos a invertir en prendas de alta calidad. Estas variaciones en los precios reflejan la adaptabilidad de las marcas para</p>	<p>Paqocha se destaca por su estrategia de precios que abarca un rango significativo, situándose entre los 100 y los 500 dólares. Este enfoque ofrece a los consumidores una variedad de opciones, desde prendas de gama media hasta productos más exclusivos de alta calidad. La amplitud en los precios muestra la versatilidad de Paqocha para adaptarse a diferentes segmentos del mercado, permitiendo que una audiencia diversa encuentre propuestas que se ajusten tanto a sus preferencias de estilo como a sus distintos presupuestos.</p> <p>La variabilidad en los precios de Paqocha refleja su compromiso al ofrecer opciones dentro de un amplio rango de precios, la marca busca atender a una audiencia</p>	<p>En la panorámica diversa de la moda ecuatoriana, estos casos revelan una estrategia variada en los precios adoptada por las marcas. Olga Fisch Folklore y Alba se dirigen a segmentos más accesibles en comparación de los precios de otras marcas sugeridas en los casos anteriormente expuestos posicionándose en rangos medio y medio-alto, respectivamente, mientras que Suspiro y Simmone ofrecen opciones que abarcan desde la alta gama hasta la gama media-alta. SEZ se distingue con un enfoque exclusivo en productos de rango alto, orientándose hacia consumidores que valoran la exclusividad y la calidad. En contraste, Paqocha destaca por su estrategia de precios más amplia, que oscila entre los 100 y los 500 dólares, evidenciando una adaptabilidad versátil para atender a diversos segmentos del mercado. Aunque Paqocha se esfuerza por ser inclusiva, su enfoque mayoritario en el estrato más alto del mercado sugiere una orientación hacia consumidores dispuestos a realizar inversiones más significativas en prendas de alta calidad y exclusividad.</p>

	<p>atender diferentes segmentos del mercado, desde aquellos que buscan opciones más accesibles hasta aquellos que valoran la exclusividad y la calidad en el ámbito de la moda.</p>	<p>diversa, garantizando que la singularidad de sus creaciones esté al alcance de diferentes estratos económicos, aunque su enfoque va mayoritariamente al estrato más alto.</p>	<p>En la moda ecuatoriana, la diversidad de estrategias de precios entre casos como Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ y Alba muestra un intento de adaptarse a diversos segmentos del mercado, desde opciones más accesibles hasta productos exclusivos. Paqocha destaca por su enfoque inclusivo con una amplia gama de precios, mostrando una tendencia hacia la democratización de la moda. En conjunto, estos casos evidencian la complejidad del mercado y la importancia de encontrar un equilibrio entre exclusividad y accesibilidad.</p>
Tipología	<p>Estos cinco casos de moda ecuatoriana destacan por su diversidad en términos de tipología de prendas y características distintivas. Olga Fisch Folklore se distingue por su enfoque en accesorios y prendas tradicionales como ponchos, fusionando la moda con elementos culturales. Suspiro, por otro lado, se especializa en textiles y accesorios tejidos, aportando a la moda contemporánea con una manualidad artesanal y un interés en la tintura natural.</p> <p>Simmone se posiciona con una propuesta femenina, ofreciendo una amplia gama de prendas que incluyen vestidos, faldas y</p>	<p>Paqocha se destaca en el panorama de moda ecuatoriana con una amplia tipología de prendas que abarcan desde bolsos y ponchos hasta buzos, suéteres, cardigans, guantes, gorras, ropa de bebé y niño, faldas y abrigos. Esta diversidad refleja la versatilidad de la marca para ofrecer soluciones completas y diversas para distintas necesidades y gustos. Los bolsos y ponchos resaltan el enfoque en accesorios tradicionales, mientras que la inclusión de buzos y suéteres sugiere una atención al confort y la practicidad en la moda de Paqocha.</p> <p>El compromiso con la moda sostenible también se evidencia en la oferta de prendas como cardigans y abrigos, que son elementos clave en un guardarropa duradero. Además, la inclusión de ropa para bebés y niños amplía la propuesta de</p>	<p>La moda ecuatoriana se presenta como un tejido diverso de expresiones creativas y compromisos particulares en la industria de la confección. Los casos de Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ, y Alba resaltan la riqueza cultural, artesanal y sostenible en sus propuestas, fusionando elementos tradicionales con la moda contemporánea. Cada uno aporta su singularidad, desde accesorios tradicionales hasta prendas con influencia global, evidenciando la variedad de enfoques dentro de la escena de la moda ecuatoriana.</p> <p>Por otro lado, Paqocha emerge como una marca integral, abarcando una amplia tipología de prendas desde bolsos hasta ropa de bebé, demostrando versatilidad y un compromiso con la sostenibilidad. Su atención al confort, la practicidad y la inclusión de moda para todas las edades indican una propuesta holística. Paqocha, a través de esta diversidad, refuerza su posición como una marca que no solo fusiona la identidad cultural con la contemporaneidad, sino que también busca llegar a un público diverso, promoviendo la sostenibilidad desde temprana edad y abordando distintas necesidades.</p>

	<p>blazers, fusionando la moda con una aguda sensibilidad arquitectónica. SEZ presenta una oferta variada que va desde vestidos hasta bolsos, con un énfasis en tejidos tradicionales ecuatorianos y una perspectiva contemporánea global. Alba se destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la fusión de lo tradicional</p>	<p>Paqocha hacia un mercado familiar, enfocándose en la sostenibilidad y autenticidad desde las edades más tempranas. En conjunto, la tipología de prendas de Paqocha demuestra un enfoque holístico y equilibrado.</p>	<p>Cada caso destaca por su enfoque particular, reflejando la riqueza y complejidad de la escena de la moda en Ecuador. Por otro lado, Paqocha emerge como una propuesta integral, abordando una amplia tipología de prendas y apuntando a la inclusividad demográfica. En conjunto, estos casos subrayan la diversidad y la adaptabilidad en la moda ecuatoriana, desde la preservación cultural hasta la respuesta a las cambiantes preferencias del mercado.</p>
Materiales	<p>Estos cinco casos de moda ecuatoriana comparten una base de sostenibilidad y autenticidad en la elección de materiales para sus prendas. La alpaca, lana de oveja, ikat, cuero, paja toquilla, algodón, lino y fibra de cáñamo son elementos comunes que reflejan un compromiso compartido con la utilización de recursos locales y naturales, estableciendo un fuerte vínculo entre la moda y la rica herencia textil de Ecuador.</p> <p>No obstante, las diferencias se manifiestan en las preferencias particulares de materiales, destacando la singularidad de</p>	<p>Paqocha, como marca comprometida con la sostenibilidad y el bienestar animal, se distingue por su enfoque exclusivo en la utilización de lana de alpaca en la confección de sus productos. La empresa se destaca por su ética en la producción, cuidando y respetando a las alpacas, de las cuales obtienen la lana de manera responsable y sostenible. Esta elección de utilizar exclusivamente lana de alpaca no solo refleja un compromiso con la calidad y autenticidad de los materiales, sino que también subraya la ética de Paqocha al asegurar prácticas respetuosas con los animales en todo el proceso de producción.</p> <p>La decisión de no combinar la lana de alpaca con otras fibras resalta la pureza de</p>	<p>Estas variaciones enfatizan la individualidad de cada marca, mostrando elecciones específicas de materiales que contribuyen a la construcción única de su identidad. La elección consciente de materiales como alpaca, lana de oveja, cuero, y otros, demuestra un compromiso compartido con los recursos locales y la rica herencia textil del país. Aunque estas marcas comparten esa base ética, sus diferencias en las preferencias específicas de materiales, como la inclusión de ikat, lona, fibra de cáñamo o forro de algodón reciclado, resaltan la singularidad de cada propuesta.</p> <p>Por otro lado, Paqocha se destaca como un referente en sostenibilidad y ética animal al optar exclusivamente por la lana de alpaca en sus productos. Su compromiso con el bienestar de las alpacas y la producción responsable subraya su enfoque ético en todo el proceso. La decisión de no combinar la lana de alpaca con otras fibras refuerza la pureza y autenticidad de sus productos, garantizando no solo la calidad, sino también la durabilidad de prendas que encarnan la responsabilidad ambiental y ética</p>

	<p>cada caso. Olga Fisch Folklore y Suspiro comparten la elección de lana de oveja y cuero, pero difieren en la incorporación de elementos como ikat y lona respectivamente. Mientras SEZ se distingue por la fibra de cáñamo, Alba destaca con la inclusión de forro de algodón reciclado.</p>	<p>los productos de Paqocha, ofreciendo a los consumidores prendas 100% alpaca. Este enfoque no solo garantiza la autenticidad de los productos, sino que también contribuye a la durabilidad y calidad de las prendas</p>	<p>En conjunto, estos casos ilustran la diversidad de enfoques que coexisten en la moda ecuatoriana, donde la sostenibilidad y la autenticidad se presentan como denominadores comunes, pero cada marca aporta su distintiva visión y ética. Desde la cuidadosa elección de materiales hasta la exclusividad en la utilización de lana de alpaca, las marcas no solo reflejan la riqueza cultural de Ecuador en sus prendas, sino que también abrazan valores éticos que resuenan en un mercado cada vez más consciente.</p>
Estilo	<p>Los cinco casos de moda ecuatoriana exhiben una rica diversidad de estilos, pero comparten el común denominador de fusionar la moda con elementos culturales y étnicos de Ecuador. Tanto Olga Fisch Folklore como SEZ incorporan toques étnicos en sus diseños, destacando la conexión con la herencia cultural del país.</p> <p>Por otro lado, Suspiro y Simmone comparten una inclinación hacia el minimalismo, optando por diseños elegantes y sencillos, aunque cada uno infunde su singularidad en esta estética. Además, Sez y Alba comparten un enfoque más relajado y</p>	<p>Paqocha, como marca emblemática de la moda ecuatoriana, se destaca por su estilo distintivo que fusiona lo bohemio con elementos minimalistas. En sus creaciones, se aprecia la influencia bohemia a través de diseños relajados y artísticos que reflejan un espíritu libre y creativo. Este estilo bohemio se manifiesta en la elección de colores, texturas y patrones que evocan una estética despreocupada y única. Además,</p> <p>Paqocha incorpora el minimalismo en sus diseños, enfocándose en la simplicidad y la elegancia. Las prendas de Paqocha destacan por líneas limpias, cortes sencillos y colores neutros, proporcionando un equilibrio armonioso entre lo bohemio y lo minimalista. Esta combinación de estilos no solo resalta la</p>	<p>La moda ecuatoriana muestra con diversos estilos que convergen en la integración de elementos culturales y étnicos. Mientras casos como Olga Fisch Folklore y SEZ incorporan toques étnicos resaltando la conexión con la herencia cultural, Suspiro y Simmone se destacan por su inclinación hacia el minimalismo, expresando elegancia en diseños sencillos. La similitud entre Sez y Alba en su enfoque relajado y natural, abrazando estilos natural-boho y bohemio respectivamente, demuestra la apreciación común por elementos orgánicos en la moda ecuatoriana.</p> <p>Paqocha, como representante destacada de la moda ecuatoriana, aporta su singularidad fusionando lo bohemio con el minimalismo. Su estilo distintivo se manifiesta en diseños relajados y artísticos que reflejan un espíritu libre y creativo, incorporando elementos bohemios a través de colores, texturas y patrones únicos. La inclusión del minimalismo se traduce en líneas limpias y cortes elegantes, ofreciendo una gama versátil que equilibra lo relajado y bohemio con lo refinado y minimalista. Paqocha, al fusionar estos estilos, destaca su compromiso con la autenticidad y la conexión con la cultura ecuatoriana, presentando</p>

	<p>natural, con Sez abrazando el estilo natural-boho y Alba adoptando un enfoque bohemio. Esta similitud revela la influencia de la naturaleza y la estética bohemia en algunos de los casos, mostrando una convergencia en la apreciación de elementos relajados y orgánicos en la moda.</p>	<p>versatilidad de Paqocha, sino que también ofrece a los consumidores opciones que van desde lo relajado y bohemio hasta lo elegante y minimalista. El estilo distintivo de Paqocha refleja su compromiso con la autenticidad y la conexión con la cultura ecuatoriana, al mismo tiempo que presenta una propuesta contemporánea.</p>	<p>una propuesta contemporánea que se destaca en el panorama de la moda.</p> <p>. La convergencia de estilos, desde lo étnico hasta lo minimalista, y desde lo bohemio hasta lo natural, muestra la capacidad del diseño ecuatoriano para abrazar la diversidad, ofreciendo a los consumidores opciones que trascienden las fronteras convencionales de la moda</p>
Narrativa de Marca	<p>En estos casos de indumentaria se distinguen por sus narrativas de marca que encapsulan la esencia de la riqueza cultural del país. Olga Fisch Folklore destaca por la fusión armoniosa de tradición y modernidad en sus diseños, mientras que Suspiro celebra y preserva la autenticidad cultural y las técnicas artesanales en cada prenda. Simmone, por su parte, teje una narrativa contemporánea con toques de tradición y autenticidad, destacando la conexión entre lo moderno y lo atemporal. SEZ enfatiza la autenticidad cultural y su vínculo con la moda moderna, mientras que Alba se sumerge en la idea de llevar en la piel elementos arraigados a las raíces de un</p>	<p>Paqocha emerge como una narrativa de marca distintiva que fusiona la identidad cultural ecuatoriana con las tendencias modernas. La marca se compromete a celebrar y preservar la rica herencia cultural del Ecuador a través de sus creaciones, estableciendo una conexión única entre la tradición y la contemporaneidad. Paqocha se destaca por llevar en sus productos elementos auténticos y arraigados a las raíces del país, mostrando un profundo respeto por la cultura local.</p> <p>La narrativa de marca de Paqocha se caracteriza por su énfasis en la autenticidad y la singularidad de cada prenda. La firma no solo se limita a ofrecer moda, sino que también actúa como una representante cultural a través de sus diseños. La fusión de elementos bohemios y minimalistas en sus</p>	<p>La narrativa de marca se revela como un hilo conductor que conecta la tradición cultural con la moda contemporánea. Cada marca, desde Olga Fisch Folklore hasta Alba, refleja un compromiso profundo con la autenticidad cultural y la preservación de las raíces locales a través de sus diseños únicos. Paqocha, en particular, destaca como una marca emblemática al fusionar la identidad cultural ecuatoriana con las tendencias modernas, mostrando una profunda conexión con la tradición y la contemporaneidad. La riqueza de estas narrativas demuestra cómo la moda puede ser un poderoso medio para expresar la identidad cultural y conectar con la audiencia a través de la autenticidad y la singularidad.</p> <p>La diversidad de narrativas de marca entre estos casos de moda ecuatoriana, desde la fusión armoniosa de tradición y modernidad hasta la celebración de la autenticidad cultural, refleja un compromiso profundo con la riqueza cultural del Ecuador. Paqocha, como destacada representante, destaca al fusionar la identidad cultural con las tendencias modernas</p>

	pueblo mediante la combinación de cortes y estilos.	creaciones añade una capa de modernidad,	
Marketing	<p>Las estrategias de marketing de estas marcas de moda ecuatoriana se centran en la autenticidad cultural, la calidad artesanal y la conexión con la identidad del país. Olga Fisch Folkore destaca en la calidad y origen de sus materiales, empleando redes sociales, ferias y festivales locales para difundir su enfoque artesanal, además de colaborar con marcas culturales y ofrecer programas de lealtad. Suspiro se enfoca en la exclusividad de sus diseños tradicionales, utilizando redes sociales, museos, lugares emblemáticos culturales y colaboraciones con artesanos locales, mientras promueve la sustentabilidad a través de programas de lealtad y descuentos. Simmone resalta la autenticidad cultural y la singularidad de sus prendas, utilizando canales como redes sociales, ferias locales, videos de difusión y colaboraciones con marcas culturales, además de</p>	<p>Paqocha, como destacada marca de moda ecuatoriana, ha desarrollado estrategias de marketing que reflejan su compromiso con la autenticidad cultural y la sostenibilidad. Aprovechando la potencia de las redes sociales, Paqocha ha establecido una sólida presencia en plataformas como Instagram y Facebook, compartiendo su narrativa de marca y exhibiendo sus productos de manera atractiva. Además de la venta en puntos de venta físicos y en su página en línea, la participación activa en festivales y ferias le permite a Paqocha interactuar directamente con sus clientes, creando experiencias dinámicas y fortaleciendo los lazos con la comunidad. La colaboración con artistas y artesanos locales subraya su compromiso con el talento regional, y sus programas de lealtad y descuentos añaden un incentivo adicional para construir relaciones duraderas con los consumidores.</p>	<p>Las estrategias de marketing de estas marcas de moda ecuatoriana convergen en su enfoque centrado en la autenticidad cultural, la calidad artesanal y la conexión con la identidad del país. Tanto Olga Fisch Folkore, Suspiro y Simmone utilizan diversos canales, como redes sociales, ferias locales y colaboraciones con artistas y artesanos, para difundir su compromiso con la cultura y atraer a sus audiencias. Cada una de estas marcas incorpora programas de lealtad y descuentos para fomentar relaciones duraderas con sus consumidores. En el caso específico de Paqocha, destaca por su sólida presencia en redes sociales y su participación activa en festivales y ferias, resaltando la importancia de la interacción directa con la comunidad. La colaboración con artistas locales y los programas de lealtad refuerzan su compromiso con la autenticidad cultural y la sostenibilidad, consolidando su posición como una marca líder en la moda ecuatoriana contemporánea.</p> <p>Estas marcas de moda ecuatoriana no solo comparten el objetivo de destacar la riqueza cultural y artesanal de Ecuador, sino que también demuestran su capacidad para adaptarse a las tendencias modernas a través de estrategias de marketing innovadoras. La diversidad de canales utilizados, desde redes sociales hasta ferias locales y colaboraciones con artistas, refleja su enfoque integral para conectarse con los consumidores y transmitir su narrativa única. Paqocha, en particular, se destaca por su presencia sólida en plataformas digitales y la creación de experiencias directas en eventos, reforzando su compromiso con la autenticidad y la sostenibilidad.</p>

	enfocarse en la sostenibilidad cultural y programas de apoyo a la comunidad.		
Características diferenciadoras principales	<p>En estos casos Olga Fisch Folklore se destaca con el uso de materiales naturales, la representación cultural y la narrativa que impulsa su marketing. Suspiro comparte la preferencia por materiales naturales, colabora con artesanos locales y presenta una variedad de productos hechos a mano con enfoque sostenible. Simone se diferencia al conceptualizar arquitectónicamente sus diseños y fusionar elementos comerciales con una narrativa contemporánea. SEZ se distingue con materiales exclusivos, prendas de diseñador hechas a medida y una producción artesanal. Alba, con un toque bohemio, destaca por prendas amplias y prácticas sostenibles, evitando el desperdicio textil y promoviendo la adaptabilidad.</p>	<p>Paqocha, como representante destacada de la moda ecuatoriana, se distingue por sus características únicas y compromiso con la sostenibilidad. La marca se especializa en prendas confeccionadas exclusivamente con lana de alpaca, evidenciando un enfoque ético y sostenible al cuidar y respetar a las alpacas, de las cuales obtiene la lana de manera responsable. Este compromiso se refleja en la decisión de no combinar la lana de alpaca con otras fibras, garantizando la pureza y autenticidad de sus productos.</p> <p>Paqocha ofrece una amplia tipología de prendas, que abarca desde bolsos y ponchos hasta buzos, suéteres, cardigans, guantes, gorras, ropa de bebé y niño, faldas y abrigos. La combinación de la autenticidad en la elección de materiales y la variedad en la tipología de prendas contribuyen al atractivo distintivo de Paqocha en el panorama de la moda ecuatoriana.</p>	<p>Estos casos de moda ecuatoriana comparten un enfoque en el uso de materiales naturales, la sostenibilidad y la representación cultural. Olga Fisch Folklore se destaca por su narrativa cultural y marketing que enfatiza la calidad y origen de los materiales. Suspiro comparte la preferencia por materiales naturales, la colaboración con artesanos locales y una variedad de productos hechos a mano con enfoque sostenible.</p> <p>Simone se diferencia conceptualizando arquitectónicamente sus diseños y fusionando elementos comerciales con una narrativa contemporánea. SEZ se distingue con materiales exclusivos, prendas de diseñador hechas a medida y una producción artesanal. Alba, con un toque bohemio, destaca por prendas amplias y prácticas sostenibles. En contraste, Paqocha se distingue en su compromiso exclusivo con la lana de alpaca, reflejando un enfoque ético y sostenible, y su amplia tipología de prendas que abarca desde bolsos hasta ropa de bebé, resaltando su versatilidad única.</p> <p>La variedad de estilos, estrategias de marketing y elecciones de materiales reflejan la adaptabilidad de la moda ecuatoriana para atender a diversos gustos y valores, consolidando la posición del país como un epicentro creativo en la escena internacional de la moda.</p>

<p>Conciencia social</p>	<p>Estas marcas ecuatorianas de moda comparten un fuerte compromiso con la conciencia social y la sostenibilidad. Olga Fisch Folklore destaca por su apoyo a la producción local y comunidades, mientras que Suspiro respalda a las comunidades locales y preserva técnicas artesanales. Simmone se distingue por explorar prácticas sostenibles con un enfoque en impacto positivo. SEZ demuestra un compromiso con la sostenibilidad y el respaldo a artesanos locales, y Alba prioriza la sostenibilidad y prácticas éticas en toda su cadena de producción. Estas marcas ecuatorianas reflejan una profunda conciencia social, evidenciada en su apoyo a comunidades locales, preservación de técnicas artesanales y un compromiso activo con prácticas sostenibles en la moda.</p>	<p>Paqocha, como destacada representante de la moda ecuatoriana, exhibe un compromiso sólido con la conciencia social y la sostenibilidad en su enfoque empresarial. La marca demuestra su responsabilidad social a través de prácticas éticas y sostenibles en toda su cadena de producción, destacando su decisión de utilizar exclusivamente lana de alpaca de manera responsable y respetuosa con el bienestar de las alpacas. Este compromiso se traduce en productos de alta calidad que reflejan la autenticidad y pureza de los materiales, al tiempo que fomenta un impacto positivo en las comunidades locales. Paqocha no solo resalta por su contribución a la sostenibilidad ambiental, sino que también se involucra activamente en apoyar a artesanos locales y preservar las tradiciones culturales, consolidando así su posición como una marca consciente y socialmente responsable en el ámbito de la moda.</p>	<p>Estas marcas ecuatorianas de moda comparten un fuerte compromiso con la conciencia social y la sostenibilidad, evidenciado a través de su apoyo a comunidades locales, la preservación de técnicas artesanales y un enfoque activo en prácticas sostenibles. Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ y Alba, cada una a su manera, reflejan una profunda conciencia social en la moda. Paqocha, como representante destacada, va más allá al exhibir un compromiso sólido con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Al centrarse en prácticas éticas y sostenibles en toda su cadena de producción, y al utilizar exclusivamente lana de alpaca de manera responsable, Paqocha demuestra un compromiso tangible con el bienestar de las alpacas y la preservación de las tradiciones culturales, consolidándose como una marca consciente y socialmente responsable.</p> <p>A través de sus propias narrativas, estrategias de marketing, elección de materiales y estilos distintivos, Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ, Alba y Paqocha aportan a la escena de la moda con un enfoque único. Mientras comparten un compromiso común con la conciencia social y la sostenibilidad, cada marca añade capas de singularidad, tejidas con el hilo de la tradición y la innovación, creando así un panorama diverso y enriquecido que refleja la riqueza cultural de Ecuador.</p>
---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

En el contexto de la moda ecuatoriana y su presencia en el mercado europeo, la diversidad de marcas, incluyendo a Paqocha, refleja un compromiso conjunto con el comercio justo y artesanal. A través de la fusión entre tradición y modernidad, estas marcas, como Olga Fisch Folklore, SEZ, y Alba, comparten la búsqueda de una identidad distintiva en la industria. La sostenibilidad es un denominador común, evidenciado por el uso de materiales amigables con el entorno y la promoción de prácticas éticas. Paqocha se distingue por su enfoque en prendas auténticas que fusionan la identidad cultural con las tendencias contemporáneas, destacando también por su estrategia versátil que incluye eventos en vivo para una conexión directa con los consumidores.

La segmentación del mercado en la moda ecuatoriana se manifiesta claramente en estrategias específicas adoptadas por marcas como Olga Fisch Folklore, dirigida a adultos jóvenes con un fuerte sello cultural, y Alba, enfocada en mujeres adultas con preferencia por la moda sostenible. Paqocha, al alinearse con la tendencia de prendas auténticas que fusionan identidad cultural y modernidad, se presenta como un representante cultural destacado en el mercado, subrayando la importancia de actuar no solo como marca de moda, sino como un vínculo cultural entre Ecuador y sus consumidores. La adaptabilidad en las estrategias de canales de compra, evidenciada por la participación activa en eventos en vivo, agrega un componente experiencial único a la propuesta de Paqocha, resaltando la complejidad y vitalidad de la moda ecuatoriana en el panorama europeo.

La moda ecuatoriana, representada por marcas como Olga Fisch Folklore, Suspiro, Simmone, SEZ, Alba y Paqocha, se caracteriza por su diversidad estratégica en precios, abarcando desde segmentos más accesibles hasta opciones exclusivas. La adaptabilidad de Paqocha, con su amplia variedad de precios y enfoque inclusivo, destaca como un ejemplo de la democratización de la moda. Esta diversidad de estrategias refleja la complejidad del mercado y la importancia de encontrar un equilibrio entre la exclusividad y la accesibilidad.

En términos de expresión creativa y compromiso social, estas marcas ecuatorianas comparten un firme compromiso con la sostenibilidad, la autenticidad cultural y la

responsabilidad social. Paqocha, al destacarse con su enfoque exclusivo en la lana de alpaca y su compromiso ético en toda la cadena de producción, representa una marca líder en la moda ecuatoriana contemporánea, enfatizando la importancia de la consciencia social y la sostenibilidad en la industria. En conjunto, estas marcas contribuyen a un panorama diverso y enriquecido que refleja la riqueza cultural de Ecuador, destacando la singularidad de cada propuesta en su conexión con la tradición y la innovación.

3.1.3 Análisis de datos

El análisis de historiales de ventas de la marca Paqocha desempeña un papel crucial en la sustentación de esta tesis al proporcionar una ventana única hacia la interacción de la identidad de producto con las preferencias y comportamientos de los consumidores a lo largo del tiempo. Examinar detalladamente las tendencias de ventas a lo largo de diferentes años permite identificar patrones consistentes o cambios significativos en la recepción del mercado ante la identidad cultural y el diseño de la marca. Además, este análisis facilita la comprensión de cómo Paqocha ha respondido a eventos externos, como crisis económicas o pandemias, ofreciendo una visión detallada de su resiliencia y estrategias de adaptación.

Este enfoque empírico no solo respalda la relación entre la identidad de producto y el éxito de ventas en el nicho de mercado europeo, sino que también enriquece la tesis al fundamentar las conclusiones y recomendaciones en datos tangibles y experiencias comerciales reales. El análisis de historiales de ventas no solo valida las hipótesis planteadas, sino que también arroja luz sobre las estrategias efectivas y áreas de mejora para Paqocha, brindando así una base sólida para las conclusiones finales y las proyecciones futuras de la marca en el mercado europeo, por lo que esta herramienta al ser analizada determina los siguientes resultados.

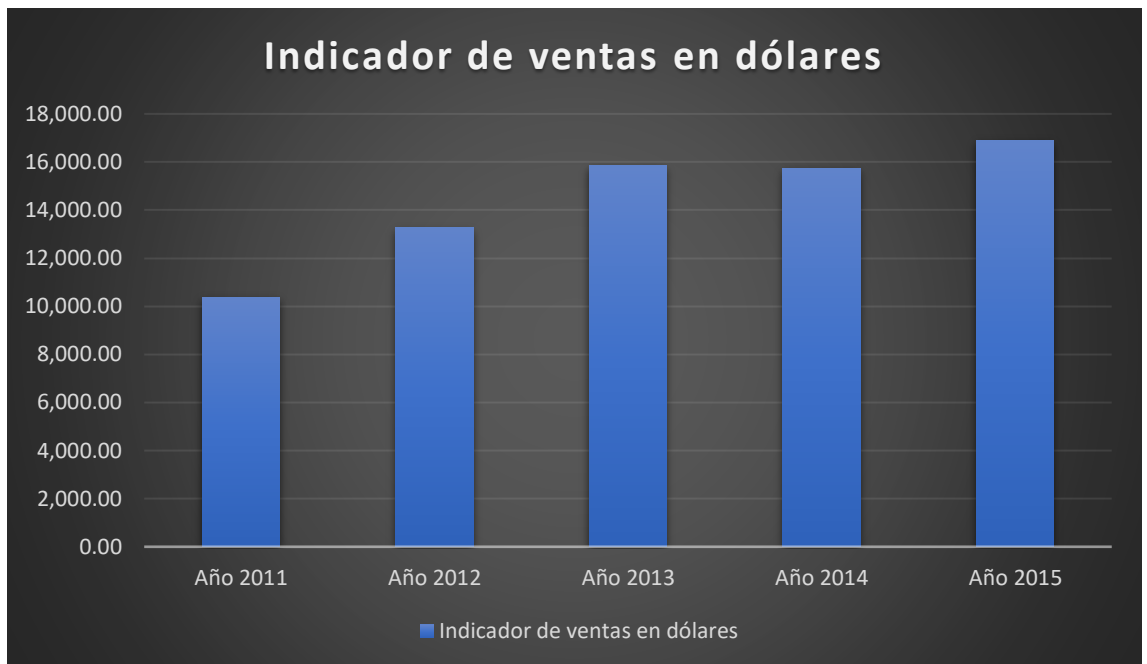
Gráfico 7 Histórico de ventas Paqocha 2006-2010



El gráfico estadístico que representa las ventas de Paqocha desde 2006 hasta 2010 revela patrones interesantes en el desempeño financiero de la marca. Se observa un aumento constante en las ventas desde 2006 hasta 2008, alcanzando un pico de 8.837,20 en este último año. Este crecimiento podría atribuirse a estrategias efectivas de marketing, así como a la creciente aceptación de la identidad de producto de Paqocha en el mercado europeo. Sin embargo, es notable el descenso en las ventas en 2008 a 6.304,50, indicando un posible impacto de la crisis económica global que afectó a numerosas industrias. Posteriormente, se registra un aumento en las ventas en 2009 y 2010, alcanzando 7.983,38 y 9.284,20 respectivamente, sugiriendo una recuperación y la capacidad de Paqocha para adaptarse a desafíos económicos.

El análisis detallado del gráfico destaca la importancia de considerar factores externos que puedan influir en las ventas de Paqocha. La variabilidad en los datos señala la sensibilidad de la marca a eventos económicos globales, y subraya la necesidad de estrategias comerciales resilientes y adaptables. Además, el crecimiento constante a lo largo de estos años refuerza la correlación positiva entre la identidad de producto de Paqocha y el éxito de ventas, subrayando la importancia de mantener y fortalecer esta identidad en futuras estrategias comerciales.

Gráfico 8: Histórico de ventas Paqocha 2011-2015

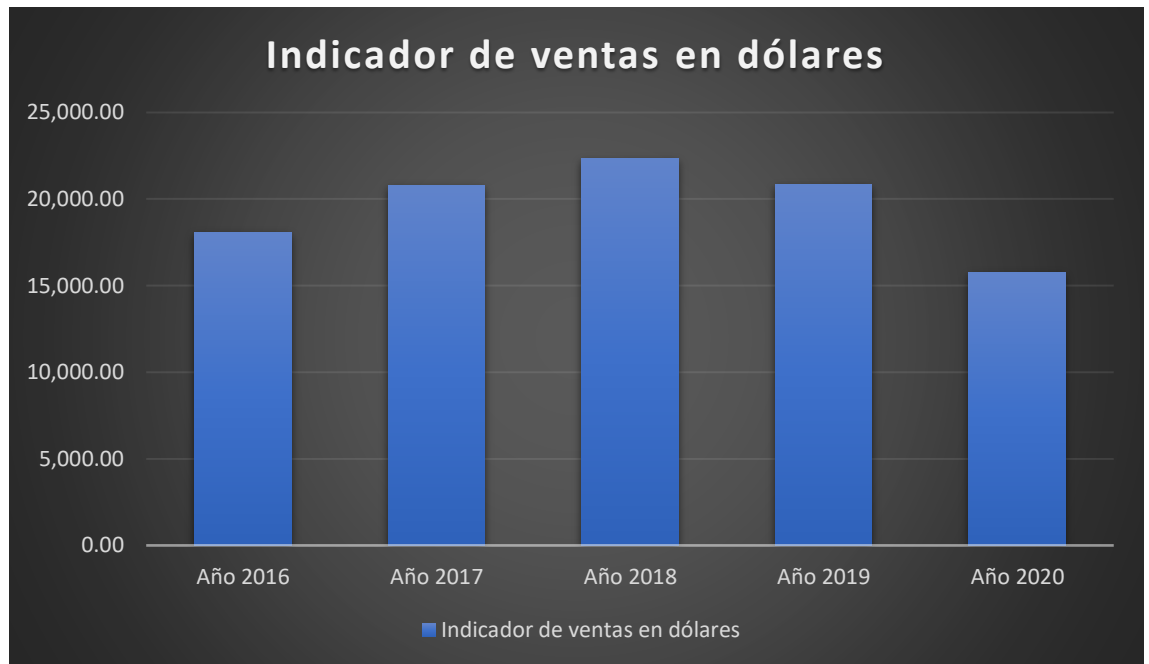


La observación detallada del gráfico estadístico que representa las ventas de Paqocha desde 2011 hasta 2015 revela un crecimiento gradual pero constante en el desempeño financiero de la marca durante este periodo. El año 2011 marcó un punto destacado con ventas alcanzando los 10.375,32, indicando un sólido impulso y posiblemente una mayor aceptación de la identidad de producto de Paqocha en el mercado europeo. Este aumento continuó en 2012, registrando ventas de 13.267,50, y en 2013, donde las ventas alcanzaron su punto máximo en este periodo con 15.848,50. Este ascenso se atribuye a la difusión exhaustiva de la historia de la marca y la cadena productiva de la prenda, así como al reconocimiento consolidado de la marca en el nicho de mercado.

Sin embargo, el análisis también señala una ligera disminución en las ventas en los años 2014 y 2015, descendiendo a 15.748,45 y 16.893,20 respectivamente. Aunque la caída no es significativa, sugiere la posibilidad de desafíos o cambios en el entorno del mercado que podrían haber afectado la demanda. Este declive podría requerir una evaluación más profunda para determinar la causa exacta y considerar ajustes estratégicos para mantener el crecimiento sostenido de Paqocha en el mercado

Europeo. En general, la visualización gráfica destaca la importancia de monitorear de cerca las tendencias de ventas para adaptarse proactivamente a las dinámicas cambiantes del mercado.

Gráfico 9: Histórico de ventas Paqocha 2016-2020

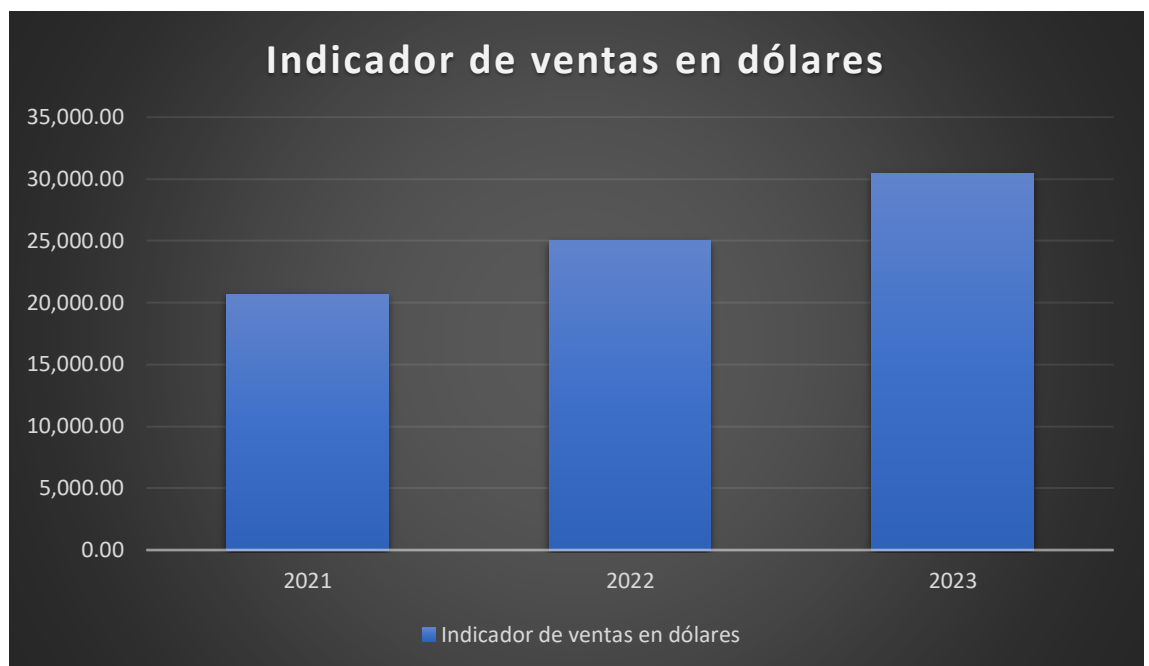


El aumento en las ventas de Paqocha durante los años analizados podría atribuirse a diversos factores que han contribuido al éxito comercial de la marca. Entre estos factores destacan la innovación constante en el diseño de productos, introduciendo elementos distintivos que capturan la atención del consumidor y generan interés continuo. Además, la calidad consistente de las prendas, respaldada por el compromiso de Paqocha con la utilización de materiales auténticos y artesanales, puede haber establecido una reputación sólida de la marca en términos de durabilidad y autenticidad percibida.

Sin embargo, el año 2019 muestra una ligera disminución en las ventas a 20,843,20, indicando la posibilidad de desafíos o cambios en las preferencias del consumidor. La disminución más significativa se evidencia en 2020, donde las ventas se redujeron a 10,384,20. Este descenso se le atribuye a la pandemia global, que generó interrupciones en la cadena de suministro, cambios en el comportamiento del

consumidor y una disminución general en la actividad económica. Este análisis subraya la importancia de la flexibilidad y adaptabilidad de Paqocha para enfrentar eventos externos y ajustar estrategias comerciales en respuesta a cambios significativos en el entorno del mercado.

Gráfico 10: Histórico de ventas Paqocha 2021-2023



La evaluación del gráfico estadístico que representa las ventas de Paqocha desde 2021 hasta 2023 indica un crecimiento continuo y sostenido en las ventas de la marca. En el año 2021, las ventas alcanzaron la cifra de 20,646,20, lo que sugiere una consolidación exitosa de la posición de Paqocha en el mercado europeo y posiblemente la continuidad de estrategias exitosas implementadas en años anteriores. Este aumento se amplió aún más en 2022, donde las ventas llegaron a 25,048,20, reflejando un impulso significativo. Este crecimiento podría deberse a la ampliación de difusión de la marca y mayor presencia en ferias, lugares turísticos y la adaptabilidad de la marca a las tendencias del mercado y una sólida conexión con los consumidores.

El año 2023 muestra un incremento adicional en las ventas, alcanzando los 30,475,20. Este aumento podría ser indicativo de una expansión exitosa hacia nuevos segmentos de mercado, una mayor notoriedad de la marca o innovaciones continuas en productos que mantienen el interés de los consumidores. Este análisis demuestra la capacidad de Paqocha para no solo mantener su posición en el mercado, sino también para seguir creciendo y adaptándose a las dinámicas cambiantes del mercado y las demandas de los consumidores.

Este crecimiento podría deberse a la persistencia en la aplicación de estrategias efectivas, la adaptabilidad de la marca a las tendencias del mercado y una sólida conexión con los consumidores. El año 2023 muestra un incremento adicional en las ventas, alcanzando los 30,475,20. Este aumento podría ser indicativo de una expansión exitosa hacia nuevos segmentos de mercado, una mayor notoriedad de la marca o innovaciones continuas en productos que mantienen el interés de los consumidores. Este análisis demuestra la capacidad de Paqocha para no solo mantener su posición en el mercado, sino también para seguir creciendo y adaptándose a las dinámicas cambiantes del mercado y las demandas de los consumidores.


En conclusión, el análisis de las ventas de Paqocha en el mercado europeo a lo largo de los años ha proporcionado una visión detallada de la evolución de la marca. La resiliencia de Paqocha frente a desafíos económicos y eventos externos, como la crisis global y la pandemia, destaca la solidez de su identidad de producto. La conexión entre la autenticidad, la artesanía y la calidad de las prendas ha sido un factor crucial en su éxito continuo. Las estrategias de difusión de la historia de la marca y su adaptabilidad a las tendencias del mercado han demostrado ser efectivas, respaldando un crecimiento sostenido en las ventas. La flexibilidad de Paqocha para ajustar sus enfoques estratégicos en respuesta a cambios en el entorno del mercado subraya la importancia de mantener una conexión dinámica con los consumidores y anticiparse a las tendencias del mercado.

3.1.4 Ficha de observación de producto

La herramienta de la ficha de observación de producto desempeña un papel crucial en la presente tesis al brindar un enfoque detallado y estructurado para analizar los productos de Paqocha. Esta metodología permite una recolección de datos concretos y observaciones directas sobre elementos específicos como el diseño, los materiales y los detalles constructivos, esenciales para comprender la identidad de producto de la marca. La aplicación de esta herramienta garantiza la obtención de datos empíricos que enriquecen la investigación, facilitando la conexión entre el diseño textil e indumentaria de Paqocha y su percepción en el mercado europeo.


La ficha de observación se presenta como un medio integral para evaluar la autenticidad cultural de los productos de Paqocha y para identificar factores determinantes en la decisión de compra de los consumidores europeos. Al enfocarse en aspectos como la narrativa cultural, la sostenibilidad y las técnicas artesanales, esta herramienta proporciona una visión detallada de cómo la identidad de marca-producto se manifiesta en los productos y cómo estos elementos influyen en la preferencia y elección de los consumidores. En conjunto, la ficha de observación se erige como un instrumento pertinente y valioso que fortalece la validez y profundidad de los hallazgos de la tesis.

Tabla 8 Ficha de observación de producto

<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	PP001	Precio: 361,00\$
	Descripción:	Suéter de cuello abullonado con botón de madera, mangas amplias con caída, de patrón amplio con diseño texturizado en bastas de manga	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Cuello Vuelto	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Paseo por áreas verdes -Eventos informales con amig@s -Casual Dia-Dia	Casual Wear	María Gladys Vaca Hilado por: Teresa Chembo
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Elegancia natural: En el centro de la narrativa visual se encuentra la alpaca, tejida a mano con destreza artesanal. La suavidad y la calidez de la alpaca se traducen en una experiencia visual y táctil única. La elección del color beige crudo	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es fina y sedosa al tacto, Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo natural, luce lujosa	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.


<p>refuerza la conexión con la naturaleza, evocando la sensación de suavidad y pureza.</p> <p>Cuello Abullonado: El cuello abullonado agrega un toque de romanticismo y feminidad, aportando una dimensión adicional a la prenda.</p> <p>Tejido a Mano: Los detalles intrincados y la atención puesta en cada puntada resaltan el valor de la habilidad manual, creando una conexión entre el consumidor y el artesano.</p> <p>Elementos Decorativos Texturizados: Los elementos decorativos en forma de bordados texturizados en las bastas de las mangas añaden un toque de sofisticación y originalidad, creando un juego visual de texturas.</p> <p>Viento y Baile: Esta es una de las prendas únicas que se puede ver en la colección de Paqocha, es importante recalcar que ninguna de estas prendas vuelve a repetirse, cada uno de los patrones son únicos por lo que su precio es elevado, las personas encargadas de tejer y representar a su pueblo</p>	<p>Ligereza: A pesar de ser cálida, la lana de alpaca es más ligera en comparación con otras fibras,</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Bordado a mano de sobrepuesto	Puntada a mano N200 Puntada Overlock N503	Lana de alpaca 100% colores -Beige -Café
			Insumos Botón de madera Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda impresos y traducidos al idioma inglés	La comunidad de Apagua, en Ecuador, ha tejido una rica narrativa cultural a través de la producción artesanal de lana de alpaca. El origen de esta tradición se arraiga profundamente en la conexión de la comunidad con la naturaleza y su entorno montañoso		
	Comunidad:	Apagua	

Tabla 9 Ficha de observación de producto

<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	PP002	Precio: 165,00\$
	Descripción:	Suéter con mangas ajustadas, de corte simétrico y bordes redondeados con juego de colores en tonos beige y crema con cuello de aletas pronunciadas	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Cuello de aletas redondeadas	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	Día de campo -Trabajo de oficina -Vista a familiares -Turismo	Casual Wear	Irene Yanza Hilado por: Olga Bastidas
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Elegancia Contemporánea: Este suéter encarna la elegancia contemporánea con su diseño limpio y simétrico. El corte preciso de las mangas ajustadas y los bordes	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es gruesa pero delicada al tacto Brillo: La lana de alpaca tiene un brillo natural, sin embargo se combina	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>redondeados crea una estética pulida y moderna</p> <p>Armonía de Tonos Neutrales: El juego de colores en tonos beige y crema añade una dimensión de sofisticación y versatilidad. La paleta neutral permite una fácil integración con diversas prendas y estilos</p> <p>Detalles Distintivos: Los bordes redondeados aportan un toque distintivo y suave al suéter, suavizando la línea del corte simétrico. Este detalle agrega un elemento visual interesante y femenino.</p> <p>Cuello de Aletas Pronunciadas: El cuello de aletas pronunciadas se convierte en el punto focal de la prenda, aportando un toque de dramatismo y modernidad. Este detalle no solo realza la estructura del suéter, sino que también ofrece la posibilidad de estilizar el cuello de diversas maneras</p> <p>Versatilidad y Estilo: La combinación de detalles precisos, una paleta de colores armoniosa y el cuello de aletas pronunciadas resulta en un suéter que va más allá de las tendencias momentáneas.</p>	<p>con colores crema que lo hacen ver mas opaco</p> <p>Ligereza: La lana de este tipo de suéter es de baby alpaca y posee un hilado más grueso por lo que es más pesada y cálida</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto cordón o santa clara Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Beige -Blanco
			Insumos
			Hilo Algodón Etiqueta
	Aspectos sostenibles y éticos		
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales	
	-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda	La comunidad de Abraspungo está situada en uno de los páramos de Ecuador donde yacen tejedoras natas, inspiradas por sus antecesores donde nace esta tradición con el arte del guango y el huso logrando rescatar estas prácticas de tejido. Esta comunidad presenta el mismo patrón de tejeduría de punto cordón o santa clara como parte de sus saberes artesanales, parte de la cultura de las comunidades que son parte del paramo andino del Ecuador.	
		Comunidad:	Abraspungo

Tabla 10 Ficha de observación de producto

<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	BF001	Precio: 45,00\$
	Descripción:	Bufanda infinita con tonos bicolors y combinación de punto tejida a mano, rectangular con acabados decorativo de hilos dispersos	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Bufanda -Prenda Superior -Carácter de tercera piel -Accesorio	-Boho -Minimalista	Silueta rectangular, agrega volumen a las prendas que se llevan en acompañamiento
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Dias de frio -Eventos en lugares abiertos -Visita a nevados -Dia a Dia en lugares ventosos	Casual Wear	Olga Bastidas
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Calidez Tejida a Mano: Esta bufanda infinita es más que una simple prenda, es una expresión de la calidez y la dedicación artesanal. El tejido a mano añade una dimensión de cuidado y atención, cada puntada cuenta una historia de habilidad y paciencia	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es fina y delegada sin relieve	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: A comparación de los tejidos para indumento, el tejido para bufanda es mucho mas resistente a la tensión lo que lo hace duradero y de muy buena calidad

<p>Armonía de Tonos Bicolores: La combinación de tonos bicolores aporta una rica paleta visual. La transición suave entre los colores crea un efecto armonioso, evocando la serenidad de la naturaleza. Esta elección de tonalidades permite una fácil integración con diversos conjuntos</p> <p>Estilo Infinito: El diseño rectangular y sin fin de la bufanda ofrece una versatilidad excepcional. Puede ser envuelta cómodamente alrededor del cuello en capas o usada de manera relajada. Este estilo infinito agrega practicidad</p> <p>Detalles Decorativos de Hilos Dispersos: Los acabados decorativos de hilos dispersos dan un toque artístico y bohemio. Los hilos que se entrelazan de manera libre añaden un elemento visual único, rompiendo con la uniformidad del tejido</p> <p>Versatilidad y Comodidad: Esta bufanda no solo es una declaración de estilo, sino también un accesorio práctico. Su diseño y materiales la convierten en un compañero versátil para cualquier temporada. La mezcla de estilo y comodidad es esencial</p>	<p>Brillo: Naturalmente brillante con combinación de tonos lo que acentúa esta característica</p> <p>Ligereza: La lana de esta bufanda es delgada y por su tipo de hilado es mucho más ligera que las demás prendas</p> <p>Resiliencia: En específico este tipo de hilado y tejido hace que esta prenda tenga una resiliencia alta y duración prolongada</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca Decoración de hilos dispersos en basta de bufanda</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Tejido en telar (romboide) Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Beige -Blanco -Café</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda Funda de papel biodegradable</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>La comunidad de Apagua, en Ecuador, ha tejido una rica narrativa cultural a través de la producción artesanal de lana de alpaca. El origen de esta tradición se arraiga profundamente en la conexión de la comunidad con la naturaleza y su entorno montañoso</p>		
	<p>Comunidad:</p>	Apagua	

Tabla 11 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP001	Precio: 381,00\$
	Descripción:	Poncho de tejido delgado de largo medio hasta por debajo de la cadera con pequeña costura apertura en mangas de corte geométrico y tonalidades claras neutras	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Poncho -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Dia de picnic -Eventos informales -Visita a ferias -Turismo en montañas	Casual Wear	Olga Bastidas
		Hilado por: Sara Chimbo	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Suavidad Táctil: El tejido delgado no solo proporciona ligereza visual, creando una sensación de confort y delicadeza. Inspiración Natural:	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es fina y sedosa al tacto, Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo natural, luce lujosa	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.


<p>Las tonalidades claras y neutras evocan la tranquilidad de la naturaleza, sugiriendo una conexión armoniosa con los tonos suaves de la tierra y el cielo. La prenda se convierte en una expresión visual de serenidad y simplicidad</p> <p>Estilo Atemporal: La simplicidad del diseño y la elección de colores neutros contribuyen a la atemporalidad del poncho. Se convierte en una pieza versátil que trasciende las tendencias, adaptándose a diferentes estilos y ocasiones a lo largo del tiempo.</p> <p>Adaptabilidad Estacional: La ligereza y la longitud del poncho lo convierten en una elección ideal para transiciones estacionales. Puede ser una capa cómoda en días frescos de primavera o un complemento elegante para las noches de verano, añadiendo versatilidad a la vestimenta.</p> <p>Juego de Transparencias: El tejido delgado permite un sutil juego de transparencias, añadiendo un elemento etéreo a la prenda. Esta característica agrega intriga visual, creando capas visuales que añaden interés al conjunto.</p>	<p>Ligereza: Para este tipo de tejido de ponchos se denota el material utilizado para implementar una prenda ligera</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto Escama combinado Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Beige -Blanco
	Aspectos sostenibles y éticos		
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda impresos	Paqocha destaca con las tejedoras de Simiatug, contribuyendo a esta comunidad en la producción de sus prendas, subrayando la autenticidad de la artesanía local y el impacto positivo en la economía y la preservación de tradiciones culturales. Además, de reconocer las prácticas sostenibles, como el respeto por el entorno y la utilización de métodos de producción que promueven la equidad y el bienestar de las comunidades locales		
	Comunidad:	Simiatug	

Tabla 12 Ficha de observación de producto



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

Ficha de observación de la prenda

Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP002	Precio: 389,50\$
	Descripción:	Poncho tipo capa con apertura central de tejido de grosor medio con bordado en laterales y perímetros de la prenda de tonalidad clara con contraste en bordado	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Poncho tipo capa -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Reunion con amigos -Visita al parque -Visita a eventos rústicos -Turismo	Casual Wear	Cecilia Guano
		Hilado por: Sara Chimbo	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Elegancia: Este poncho tipo capa no solo es una prenda de abrigo, sino una expresión de elegancia. La apertura central ofrece una silueta envolvente que crea una sensación de misterio y movimiento, mientras que el tejido de grosor medio	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es fina y sedosa al tacto, Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo natural, luce lujosa	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.


<p>proporciona calidez sin comprometer la fluidez del conjunto.</p> <p>Bordado Detallado: Los bordados detallados en los laterales y el perímetro de la prenda agregan un toque de artesanía y distinción. Los motivos bordados, en contraste con la tonalidad clara de la tela, se convierten en una declaración visual, creando un equilibrio armonioso.</p> <p>Contraste Visual: El juego de tonalidades claras con el contraste vibrante del bordado no solo añade impacto visual, sino que también resalta la artesanía y los detalles. Este contraste se convierte en un elemento focal</p> <p>Comodidad y Estilo: El tejido de grosor medio no solo proporciona calidez, sino también una sensación de comodidad y relajación.</p> <p>Narrativa Cultural: Los bordados podrían contar una historia cultural o simbolizar tradiciones específicas. Siendo una representación visual de la herencia y la artesanía.</p>	<p>Ligereza: Para este tipo de tejido de ponchos se denota el material utilizado para implementar una prenda ligera</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto Escama combinado Puntada a mano N200	<p>Lana de alpaca 100% colores -Beige -Blanco</p> <p>Insumos Hilo Algodón Etiqueta</p>
	Aspectos sostenibles y éticos		
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda</p> <p>Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda.</p>	<p>La comunidad de apagua y la lana de alpaca baby permite que los elementos que conforman este indumento sean 100% originales además de encontrar un patrón en cuanto a las tejedoras de esta comunidad siendo el punto de escama combinado en el que se torna repetitivo en sus creaciones con una variedad de colores que aporta elegancia.</p>		
	Comunidad:	Apagua	

Tabla 13 Ficha de observación de producto





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

Ficha de observación de la prenda

Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP003	Precio: 275,50\$
	Descripción:	Poncho tipo capa con apertura central combinación de tonos marrones oscuros, acabado de hilados entrelazados dispersos en bastas de poncho con corte geométrico en punta triangular	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Poncho -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Triangulo
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Visita a la sierra andina -Acudir a eventos tradicionales -Viajes en climas frios -Pasaje a caballo	Casual Wear	Unbelina Miñarcaja Hilado por: Angel pasta
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Reflejo de Tradiciones Artesanales: Los hilados entrelazados dispersos en las bastas del poncho no solo aportan textura, sino que también rinden homenaje a técnicas de tejido artesanal, destacando la habilidad y la riqueza cultural detrás de la prenda.	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada y un tanto rugosa, suave al tacto, Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Juego de Sutilezas y Contrastes: Los tonos marrones oscuros, aunque pertenecen a una paleta similar, se combinan de manera que crean sutiles contrastes. Este juego de matices añade profundidad visual y destaca la atención a los detalles en la elección de los colores</p> <p>Emoción Estacional: La elección de tonos marrones oscuros sugiere una conexión con las estaciones más frescas. El poncho se convierte en una expresión visual de la transición de estaciones, evocando la sensación de otoño e invierno.</p> <p>Paleta de Tactilidades: La combinación de tonos marrones oscuros y los hilos entrelazados crea una paleta de tactilidades, no solo visual sino también táctil. Los variados grosores y texturas ofrecen una experiencia multisensorial.</p> <p>Estilo Bohemio-Chic: La irregularidad de los hilos entrelazados, el corte geométrico y la paleta conforman una prenda acorde al estilo</p>	<p>al ser tinturada pierde un poco su brillo volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Para este tipo de tejido de ponchos el hilado que se utiliza tiene un grosor mayor por lo que es más pesado</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p> <p>hilados entrelazados dispersos en bastas de poncho</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Punto arroz simple o jersey derecho Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Marrón oscuro -Café</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda.</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>La comunidad de apagua y la lana de alpaca baby permite que los elementos que conforman este indumento sean 100% originales además de encontrar un patrón en cuanto a las tejedoras de esta comunidad siendo el punto de escama combinado en el que se torna repetitivo en sus creaciones con una variedad de colores que aporta elegancia.</p>		
	<p>Comunidad:</p>	<p>Apagua</p>	

Tabla 14 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	CC001	Precio: 165,50\$
	Descripción:	Chaleco entrelazado con cruce asimétrico con diferentes tipos de hilado de lana de alpaca en tonos terrosos con cuello redondo de borde medio además de ribete blanco de contraste en los cruces curvos de la prenda	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Chaleco con cruce asimétrico -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte orgánico curvo	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangulo
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Viajes urbanos -Dia a día -Reunión con amigos -Reuniones familiares	Casual Wear	Angela Chela Hilado por: Esteban Chelenchana
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Fusión de Texturas Naturales: Este chaleco es una celebración de las texturas naturales de la lana de alpaca, utilizando diferentes tipos de hilado para crear una superficie rica y táctil. Los tonos terrosos realzan la conexión con la	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada y lisa y suave al tacto	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>naturaleza, creando una paleta que evoca la calidez de la tierra.</p> <p>Cruce Asimétrico con Elegancia: El cruce asimétrico del chaleco agrega dinamismo visual y una dosis de elegancia. Los cruces curvos no solo rompen con la simetría convencional, sino que también crean líneas suaves y fluidas que se adaptan a la forma del cuerpo, resaltando la creatividad en el diseño.</p> <p>Paleta de Tonos Terrosos: Los tonos terrosos seleccionados para este chaleco generan una paleta que refleja la calidez y la serenidad de la naturaleza. Desde marrones profundos hasta tonos tierra más claros, la gama de colores sugiere una conexión armoniosa con el entorno natural.</p> <p>Contraste Dinámico con Ribete Blanco: El ribete blanco que adorna los cruces curvos del chaleco crea un contraste dinámico y llamativo. Este detalle no solo añade un elemento visual distintivo, sino que también resalta los contornos asimétricos, aportando un toque contemporáneo y fresco al diseño.</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Para este tipo de tejido de prendas como chalecos son mucho más livianas y suaves para el uso día con día</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Tejido en telar (motivo espina de pescado, romboide)	Lana de alpaca 100% colores -Marrón oscuro -Café -Beige
	Ribete incorporado en perimetrías del indumento	Puntada a mano N200 Puntada maquina ribeteadora	Insumos Hilo Algodón Etiqueta
	Aspectos sostenibles y éticos		
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales	
	-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca y tejedor de la prenda	La comunidad de apagua y la lana de alpaca baby permite que los elementos que conforman este indumento sean 100% originales además de encontrar un patrón en cuanto a las tejedoras de esta comunidad siendo el punto de escama combinado en el que se torna repetitivo en sus creaciones con una variedad de colores que aporta elegancia.	
		Comunidad:	Apagua

Tabla 15 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP004	Precio: 313,50\$
	Descripción:	Poncho tipo capa de talle medio con acabado de hilados entrelazados dispersos en bastas de poncho, corte central y botones de madera, corte de mangas de talla estándar	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Chaleco con cruce simétrico -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte estándar	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Reunión Familiar -Día a día -Día de campo -Turismo en zonas ventosas	Casual Wear	Teresa Chembo
		Hilado por: Olga bastidas	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Artesanía Natural: Este poncho tipo capa es una expresión de artesanía natural, donde los hilados entrelazados dispersos en las bastas no solo proporcionan textura, sino que también	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada y un tanto rugosa por los hilados de la tela	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>evocan la sensación de una creación hecha a mano</p> <p>Elegancia Funcional en el Corte Central: El corte central del poncho aporta una elegancia que se armoniza con su funcionalidad intrínseca. Esta apertura no solo facilita el movimiento, sino que también crea una silueta fluida adaptable a diversas fisionomías, proporcionando comodidad</p> <p>Conexión Orgánica con Botones de Madera: Los botones de madera alineados a lo largo del corte central no solo desempeñan un papel práctico, sino que también establecen una conexión visual y simbólica con la naturaleza. Confieren un matiz rústico y orgánico, introduciendo un elemento terroso y auténtico al conjunto.</p> <p>Interacción Estética de Texturas y Detalles Visuales: La interacción entre los hilados entrelazados y los botones de madera crea un juego estético de texturas y detalles visuales, confiriendo al poncho un atractivo visual distintivo. La fusión de elementos táctiles y visuales</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada de color negro en este caso pierde un poco su brillo volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Para este tipo de tejido de prendas como ponchos son un poco más gruesas para poder otorgar mayor abrigo</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido e hilado con bordes decorativos entrecruzados en bastas de poncho	Punto arroz simple o jersey derecho Puntada a mano N200	<p>Lana de alpaca 100% colores -Negro</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta Botones de madera</p>
	Aspectos sostenibles y éticos		
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca y tejedor de la prenda</p>	<p>La comunidad de apagua y la lana de alpaca baby permite que los elementos que conforman este indumento sean 100% originales además de encontrar un patrón en cuanto a las tejedoras de esta comunidad siendo el punto de escama combinado en el que se torna repetitivo en sus creaciones con una variedad de colores que aporta elegancia.</p>		
	Comunidad:	Apagua	

Tabla 16 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	PP003	Precio: 365,50\$
	Descripción:	Suéter de lana de alpaca con corte para mangas ceñidas, simétrico semi transparente con tallaje estándar en tonalidades claras	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter con corte central -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte simétrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Ir de compras -Viajes -Salida con amigos -Paseo con familia -Invitaciones casuales	Casual Wear	Angela Chela
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Transparencia Sutil y Sofisticada: Este suéter de lana de alpaca presenta una transparencia sutil que añade un toque sofisticado a la prenda. La ligera translucidez agrega un elemento visual	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada y lisa y suave al tacto	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>intrigante, sino que también permite sugerir capas y jugar con la luz de manera elegante.</p> <p>Equilibrio de ajuste: El corte para mangas ceñidas resalta la silueta de manera favorecedora. Este diseño ceñido ofrece un equilibrio entre comodidad y estilo.</p> <p>Simetría que Inspira Armonía: La simetría en el diseño del suéter genera una sensación de armonía visual. La disposición equitativa de elementos crea un suéter que no solo es estéticamente agradable, sino que también destaca la atención al detalle y la búsqueda de equilibrio en el diseño.</p> <p>Semi Transparencia para Juego de Texturas: La semi transparencia no solo es estética, sino que también crea un juego de texturas visualmente atractivo. La lana de alpaca se convierte en un lienzo que juega con la luz y la sombra, añadiendo una dimensión táctil</p> <p>Tonalidades Claras para Luminosidad: Las tonalidades claras elegidas para este suéter transmiten una sensación de luminosidad, también realzan la transparencia sutil.</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso</p> <p>Ligereza: Para este tipo de tejido de prendas como suéteres son mucho más livianas y suaves para el uso día con día</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Ninguna	Punto Jersey derecho Puntada a mano N200 Punto cordón o santa clara	Lana de alpaca 100% colores -Blanco
			Insumos Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda</p> <p>Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda impresos y traducidos al idioma inglés</p>		<p>Paqocha destaca con las tejedoras de Simiatug, contribuyendo a esta comunidad en la producción de sus prendas, subrayando la autenticidad de la artesanía local y el impacto positivo en la economía y la preservación de tradiciones culturales. Además, de reconocer las prácticas sostenibles, como el respeto por el entorno y la utilización de métodos de producción que promueven la equidad y el bienestar de las comunidades locales</p>	
		Comunidad:	Simiatug

Tabla 17 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	PP004	Precio: 255,00\$
	Descripción:	Poncho de corte ásimetrico con capucha incorporada, de tallaje estándar con tonalidades crema y caída del libre del tejido formando pliegues amplios	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Poncho con capucha -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Corte asimétrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Salidas nocturnas -Paseo en familia -Visita a las montañas -Cabalgata a caballos	Casual Wear	Cecilia Guano
			Hilado por: Sara Chimbo
Aspectos constructivos de la prenda			
Capucha Funcional y Estilizada: La capucha incorporada es un elemento funcional para brindar protección contra los elementos, añade un toque estilizado. Su integración en el diseño fluye de manera armoniosa con el conjunto, creando una fusión de moda y utilidad.	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada y lisa y suave al tacto Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Tallaje Estándar para Versatilidad: El tallaje estándar ofrece versatilidad en el ajuste, asegurando que el poncho se adapte cómodamente a diferentes tipos de cuerpo. Esta elección proporciona una prenda accesible que puede ser apreciada por una variedad de personas, resaltando la inclusividad en el diseño.</p> <p>Tonos Crema para Serenidad Visual: Las tonalidades crema seleccionadas para este poncho aportan una serenidad visual. Estos tonos suaves y neutros no solo crean una paleta armoniosa, sino que también resaltan la elegancia atemporal, convirtiendo al poncho en una declaración de moda.</p> <p>Caída Libre del Tejido: La caída libre del tejido añade un elemento de movimiento y fluidez al poncho. La tela, al caer de manera sin restricciones, forma pliegues amplios que generan un efecto visual atractivo. Este juego de pliegues agrega textura y también contribuye a una estética relajada y despreocupada.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Para este tipo de tejido de prendas como ponchos son bastante livianas por el tejido utilizado</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Ninguna</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Punto Escama combinado Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% color -Beige</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda</p> <p>Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda impresos y traducidos al idioma inglés</p>		<p>Paqocha destaca con las tejedoras de Simiatug, contribuyendo a esta comunidad en la producción de sus prendas, subrayando la autenticidad de la artesanía local y el impacto positivo en la economía y la preservación de tradiciones culturales. Además, de reconocer las prácticas sostenibles, como el respeto por el entorno y la utilización de métodos de producción que promueven la equidad y el bienestar de las comunidades locales</p>	
		<p>Comunidad:</p>	<p>Simiatug</p>

Tabla 18 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP005	Precio: 85,00\$
	Descripción:	Bufanda infinita en tonos marrones oscuros, con acabado de hilados entrelazados dispersos en bastas de bufanda, combinación de punto, tejida a mano.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Bufanda infinita -Prenda Superior -Carácter de Tercera piel -Accesorio	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Visita a familia -Paseo en zonas verdes -Viaje con amigos -Día de campo	Casual Wear	Angel Chela Hilado por: Angelina Bayas
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Exploración de Tonalidades Terrosas: Esta bufanda infinita se sumerge en una paleta de marrones oscuros, explorando las ricas profundidades terrosas. Estos tonos evocan una sensación de calidez invernal, añaden un toque de sofisticación	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Entrelazado en Bastas: El acabado de hilados entrelazados dispersos en las bastas revela una expresión artística. Cada hilo entrelazado se convierte en un detalle único que agrega textura y complejidad visual, mostrando la maestría artesanal en la confección de esta bufanda.</p> <p>Combinación Armoniosa de Punto: La combinación de punto en esta bufanda no solo proporciona una textura acogedora, sino que también crea una armonía visual. La transición suave entre los puntos destaca la destreza en la técnica de tejido a mano, resultando en una prenda que fusiona confort y estética.</p> <p>Tejido a Mano: Un Toque de Tradición: El hecho de ser tejida a mano aporta un toque de tradición y autenticidad. Cada puntada es una manifestación de destreza manual, creando una bufanda que va más allá de la moda, siendo también un tributo a la artesanía y al arte del tejido.</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto Santa Clara Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Marrón oscuro -Café -Beige
	Tejido e hilado con bordes decorativos entrecruzados en bastas de poncho		Insumos
			Hilo Algodón Etiqueta
	Aspectos sostenibles y éticos		
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales	
	-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda	La comunidad de Abraspungo está situada en uno de los páramos de Ecuador donde yacen tejedoras natas, inspiradas por sus antecesores donde nace esta tradición con el arte del guango y el huso logrando rescatar estas prácticas de tejido	
		Comunidad:	Abraspungo

Tabla 19 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP006	Precio: 392,00\$
	Descripción:	Suéter con mangas ceñidas, de patrón circular con combinación de colores terrosos, tejido a mano con corte semi circular y bordes redondeados	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silüeta
	-Suéter con bordes redondeados -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte semi circular	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Globo
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Paseo con familia -Reunión de amigos -Picnic -Visita al supermercado	Casual Wear	Manuel Pasto Hilado por: Gloria Cecilia
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Sinfonía Cromática en Punto Circular: Este suéter se presenta como una sinfonía cromática, combinando tonalidades terrosas en un patrón circular que evoca una armonía visual cautivadora. La selección de colores refleja la paleta de la	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>naturaleza, y también resalta la riqueza de la confección tejida a mano.</p> <p>Ergonomía en el Diseño de Mangas Ceñidas: El diseño de mangas ceñidas abraza la silueta con elegancia, y también exhibe un enfoque ergonómico. Estas mangas ofrecen comodidad sin comprometer el estilo, creando una prenda que se ajusta de manera favorecedora al contorno del cuerpo.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p>
	<p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Patrón Circular como Expresión Artística: El patrón circular se revela como una expresión artística en sí mismo. Es un reflejo de destreza técnica, y aporta un dinamismo visual. Los elementos circulares en el diseño contribuyen a una estética que es a la vez contemporánea y atemporal.</p> <p>Tejido a Mano: Artesanía con Distinción: La etiqueta "tejido a mano" destaca la artesanía con distinción. Cada puntada es una manifestación de habilidad y dedicación, añadiendo un valor intrínseco a la prenda. La experiencia táctil y visual revela la autenticidad de una creación que va más allá de lo industrial.</p>	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p> <p>Tejido en forma de espiral</p>	<p>Punto Santa Clara Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Marrón oscuro -Negro -Beige</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda</p>		<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		Comunidad:	Maca

Tabla 20 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía	Código:	SP007	Precio: 396,00\$
	Descripción:	Suéter con mangas ceñidas, de patrón circular con combinación de colores terrosos, tejido a mano con corte semi circular y bordes redondeados con motivo radial, y cuello a doblez de talle medio	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte semi circular	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Día a Día -Visita a familiares -Excursión -Fines de semana en familia	Casual Wear	Luis Farinango Hilado por: Nely Pasto
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Artesanía y Tradición: El hecho de que el suéter esté tejido a mano sugiere un enfoque artesanal y una conexión con la tradición. Este tipo de artesanía suele tener raíces profundas en la cultura local, transmitiéndose de generación en generación.	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Cuello a Doble de Talle Medio: El cuello a doble de talle medio sugiere comodidad y practicidad, influenciado por las necesidades de la vida cotidiana y la adaptabilidad, demostrando que la moda y la funcionalidad pueden coexistir de manera armoniosa.</p> <p>Significado Social: La elección de un suéter tejido a mano indica una preferencia por productos personalizados y sostenibles, lo que podría reflejar valores ambientales y sociales dentro de la cultura.</p> <p>Corte Semi Circular y Bordes Redondeados: El corte semi circular y los bordes redondeados representan la fluidez y la continuidad. Este diseño puede transmitir la idea de que la vida y las experiencias están interconectadas, sin principio ni final definido.</p>	<p>al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto elástico para tejido circular (cerrado) Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones
			Insumos
			Hilo Algodón Etiqueta
	Aspectos sostenibles y éticos		
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales	
	-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.	En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños	
		Comunidad:	Maca

Tabla 21 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	PP006	Precio: 266,00\$
	Descripción:	Cárdigan de mangas cortas con bordes biselados, con botón central y cuello a dobléz de tonalidades terrosas, de talla estándar y corte hasta la cadera, tejido e hilado a mano.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silüeta
	-Cárdigan de mangas cortas -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte biselado	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Reunión con amigos -Visita al parque -Día a día -Fines de semana en familia	Casual Wear	Gloria Cecilia
		Hilado por: Angel Chela	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Mangas Cortas y Bordes Biselados:	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
Las mangas cortas y los bordes biselados aportan un toque moderno y fresco a la prenda. El diseño de los bordes biselados sugiere líneas elegantes y detalles	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>cuidadosamente pensados, lo que añade un elemento de estilo contemporáneo.</p> <p>Botón Central: La presencia de un botón central le da al cárdigan un atractivo distintivo. Este detalle es tanto práctico como decorativo, sirviendo como un punto focal y aportando un toque de simetría a la prenda</p> <p>Cuello a Doble de Tonalidades Terrosas: El cuello a doblez en tonalidades terrosas sugiere una conexión con la naturaleza y la calidez de la tierra. Estos tonos terrosos pueden evocar sensaciones de comodidad y estabilidad, al tiempo que añaden una paleta de colores armoniosa a la prenda.</p> <p>Talla Estándar y Corte hasta la Cadera: La talla estándar y el corte hasta la cadera sugieren versatilidad y practicidad. Este cárdigan podría adaptarse fácilmente a diversas ocasiones, ofreciendo comodidad y estilo sin sacrificar la funcionalidad.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p> <p>Botón tejido</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>-Punto revés -Punto jersey con alzadas (Tejido abierto con agujas convencionales) -Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta Botones</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>		<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>

Tabla 22 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 186,00\$
	Descripción:	Poncho de corte geométrico, tejido e hilado a mano de tonos claros, con talla estándar, con acabado de hilados entrelazados en basta, con altura a la cadera, con aberturas que dejan ver transparencias.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Poncho -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Visita al centro comercial -Día a día -Fines de semana en familia -Reunión con amigos -Festivales	Casual Wear	Nely Pasto
		Hilado por: Jumely Hernandez	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Corte Geométrico: El corte geométrico del poncho sugiere una estética moderna y estructurada. Las formas geométricas añaden un toque	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>contemporáneo a la prenda, creando líneas nítidas y un diseño visualmente interesante.</p> <p>Tejido e Hilado a Mano de Tonos Claros: La elección de tonos claros en el tejido e hilado a mano transmite una sensación de ligereza y frescura. Los tonos claros crean una atmósfera suave y elegante, creando un contraste visual con la geometría del corte.</p> <p>Aberturas con Transparencias: Las aberturas que revelan transparencias añaden un toque de misterio y sensualidad. Este detalle puede equilibrar la estructura geométrica del poncho, creando un juego visual entre la solidez de las formas y la delicadeza de las transparencias.</p> <p>Significado Estético: En conjunto, la narrativa visual de este poncho transmite una fusión de modernidad y artesanía. El corte geométrico, los tonos claros, el tejido a mano y las aberturas con transparencias crean una prenda única que celebra la atención al detalle y la creatividad estética.</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>	
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados	
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto vainilla en degradé (Para tejido circular cerrado) Punto Vainilla Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Tono Blanco	
			Insumos	
			Hilo Algodón Etiqueta	
	Aspectos sostenibles y éticos			
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
	-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.	En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños		
		Comunidad:	Maca	

Tabla 23 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP009	Precio: 321,00\$
	Descripción:	Suéter con mangas ceñidas, de patrón circular en color café, tejido a mano con corte semi circular y bordes redondeados con motivo radial, y cuello a dobléz de talle medio y transparencias	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte semi circular	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Eventos casuales -Días de trabajo en casa -Excursión -Eventos culturales	Casual Wear	Angela Chela Hilado por: Estean Telenchana
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Mangas Ceñidas y Patrón Circular en Color Café: Las mangas ceñidas y el patrón circular en color café sugieren un equilibrio entre estilo ajustado y un diseño visualmente atractivo. El color café agrega calidez y	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>puede evocar sensaciones de comodidad y simplicidad.</p> <p>Tejido a Mano con Corte Semi Circular y Bordes Redondeados: El hecho de que el suéter esté tejido a mano indica una conexión con la artesanía y la atención al detalle. El corte semi circular y los bordes redondeados sugieren fluidez y continuidad, creando una silueta armoniosa.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p>
	<p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Color Café y Significado Emocional: El color café puede transmitir sensaciones de calidez, seguridad y simplicidad. Este tono podría asociarse con la tierra y la conexión con la naturaleza, añadiendo significado emocional a la prenda.</p>	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Punto revés Punto fantasía con lanzadas para tejido circular Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Tonos marrones</p>
	<p>Aspectos sostenibles y éticos</p>		<p>Insumos</p>
<p>Significado Estético: La combinación de elementos como el patrón circular, los bordes redondeados, el cuello a dobléz y las transparencias crea una narrativa estética que equilibra la tradición con elementos modernos y sorprendentes.</p>	<p>Empaque y presentación</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p>	
	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
	<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>	

Tabla 24 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 199,50\$
	Descripción:	Buzo con mangas amplias, construido con bloque de color blanco/marrón tejido a mano con corte geométrico y caída fluida, de talle estándar.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Buzo -Prenda Superior -Carácter de segunda piel/Primera piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Eventos casuales -Visita a mercados locales -Eventos culturales -Reuniones informales	Casual Wear	Cecilia Guano Hilado por: Sara Chimbo
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Bloque de Color Blanco/Marrón: La elección del bloque de color blanco/marrón podría reflejar la paleta de la naturaleza y la tierra. El blanco simboliza pureza y simplicidad, mientras	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.

<p>que el marrón evoca la conexión con la tierra y la comunidad Maca de Ecuador.</p> <p>Mangas Amplias y Caída Fluida: Las mangas amplias y la caída fluida sugieren un enfoque relajado y cómodo. Este diseño no solo añade un toque de estilo desenfadado, sino que también puede simbolizar la libertad de movimiento y la conexión con la naturaleza.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Tejido a Mano y Comunidad Maca de Ecuador: El hecho de que el buzo esté tejido a mano en la comunidad Maca de Ecuador agrega una capa adicional de significado cultural y artesanal. Esto no solo realza la calidad artesanal, sino que también conecta la prenda con la rica tradición textil de la región.</p>	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Calado de punto cordón arollado Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones -Tono beige o crema</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Talle Estándar: La elección de un talle estándar hace que el buzo sea versátil y adecuado para diferentes tipos de cuerpo. Puede ser una prenda fácil de llevar en diversas situaciones, desde actividades cotidianas hasta ocasiones más formales.</p>	<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p> <p>Comunidad: Maca</p>	

Tabla 25 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 95,00\$
	Descripción:	Suéter bicolor en tonos oscuros café, negro con manga corta de talle estándar, geométrico con puntadas que dejan ver transparencias con la piel, de patrón geométrico	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Suéter -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Día de compras -Picnic -Visitas al parque -Exploración o turismo	Casual Wear	Manuel Pasto Hilado por: Gloria Cecilia
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Uso de Transparencias: Las transparencias reveladas por las puntadas geométricas sugieren una conexión entre la moda y la piel, creando una experiencia visual que va más allá de lo convencional. Este detalle puede invitar	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>a la exploración visual y agregar un toque de atrevimiento a la prenda.</p> <p>Significado Estético: La combinación de colores oscuros, patrón geométrico y detalles reveladores crea una narrativa estética que equilibra la elegancia con la modernidad y la sensualidad. Este suéter no solo es funcional, sino también una expresión de estilo y creatividad.</p> <p>Combinación Café y Negro: La combinación de café y negro no solo es estéticamente agradable, sino que también puede simbolizar la dualidad y la armonía. Estos colores transmiten una sensación de misterio y elegancia, mientras que el diseño geométrico agrega una dosis de modernidad.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida.</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Calado de punto cordón Punto Trigo Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones -Tono negro</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Mangas Cortas de Talle Estándar: Las mangas cortas y el talle estándar sugieren comodidad y versatilidad. Este diseño podría ser ideal para diversas ocasiones, ofreciendo una opción cómoda y a la moda para situaciones casuales o más formales.</p>	<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>

Tabla 26 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 65,00\$
	Descripción:	Capucha tipo gorra con bufanda, bicolor en tonos blanco/Marrón con patrones orgánicos y juego de texturas visuales con diferentes tipos de puntadas en el tejido.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Capucha -Prenda Superior -Carácter de tercera piel -Accesorio	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Días de invierno -Festivales culturales -Excursión a las montañas -Festividades locales	Casual Wear	Cecilia Guano Hilado por: Sara Chimbo
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Simbolismo de Colores: La elección de colores blanco/marrón no solo es estéticamente agradable, sino que también puede simbolizar la pureza y la conexión con la tierra. Estos tonos transmiten una sensación de calidez y	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>armonía, contribuyendo a la narrativa visual general de la prenda.</p> <p>Funcionalidad y Estilo: La combinación de elementos prácticos, como la capucha y la bufanda, con detalles estilizados, como los patrones orgánicos y el juego de texturas, crea una prenda que es tanto funcional como elegante. La capucha no solo ofrece protección contra el frío, sino que también se convierte en una expresión de estilo y creatividad.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p>
	<p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Significado Estético: La combinación de la capucha tipo gorra, la bufanda y los patrones orgánicos sugiere una estética que equilibra lo práctico con lo estilizado. Este diseño no solo busca proporcionar abrigo, sino también expresar una conexión con la naturaleza y la creatividad estética.</p>	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Punto Jersey con motivos calados Patrones con punto elástico doble Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones -Tono beige o crema</p>
<p>Juego de Texturas Visuales: La utilización de diferentes tipos de puntadas en el tejido crea un juego visual de texturas. Estas variaciones en la textura pueden agregar interés táctil y visual, haciendo que la prenda sea atractiva tanto a la vista como al tacto.</p>	<p>Aspectos sostenibles y éticos</p>		
	<p>Empaque y presentación</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p>	
	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>

Tabla 27 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 134,00\$
	Descripción:	Cardigán con mangas tres cuartos, con escote redondo y cuello a dobléz con aletas semi curvas, botón en abertura central de corte hasta la cadera, tallaje estándar (M-S) en tonalidades naranjas	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silüeta
	-Cardigán -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte semi circular-geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Pic nic familiar -Tardes de lectura -Cenas al aire libre -Reuniones con amigos	Casual Wear	Luis Farinango Hilado por: Nely Pasto
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Patrones Orgánicos: La inclusión de patrones orgánicos aporta un toque de naturaleza y fluidez al diseño. Estos patrones representan elementos inspirados en la flora o la fauna, añadiendo	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>un elemento de estilo que se fusiona con la estética natural.</p> <p>Tallaje Estándar (M-S): El tallaje estándar en tonalidades naranjas sugiere una prenda accesible y versátil que puede adaptarse a diferentes tipos de cuerpo. Este cardigán está diseñado para ser cómodo y atractivo para una amplia variedad de personas.</p> <p>Estilo Clásico y Elegante: La combinación de elementos clásicos, como el escote redondo y el cuello a dobléz, con detalles elegantes, como las aletas semi curvas y las tonalidades naranjas, crea una prenda que fusiona lo tradicional con lo moderno, destacando el estilo y la sofisticación.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Punto elástico simple Punto elástico doble combinado Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades Naranjas</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta Botones</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Mangas Tres Cuartos y Escote Redondo: Las mangas tres cuartos y el escote redondo crean un diseño versátil y atemporal. Este estilo de manga ofrece comodidad y practicidad, mientras que el escote redondo agrega un toque clásico y favorecedor.</p>	<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
	<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>	

Tabla 28 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 45,00\$
	Descripción:	Mitones de tallaje estándar unisex, tejidos a mano con motivo decorativo en la parte central de tonalidad bicolor negro/blanco	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Mitones -Prenda Superior -Carácter de primera piel -Accesorio	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Paseos invernales -Actividades al aire libre -Días lluviosos -Viajes a la montaña	Casual Wear	Unbelina Miñarcaja
			Hilado por: Manuel pasto
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Tejido a Mano y Tallaje Estándar Unisex: La elección de tallaje estándar unisex y el tejido a mano destacan la versatilidad y la atención al detalle. Estos mitones no solo están diseñados para adaptarse a diferentes	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>tallas y géneros, sino que también llevan consigo el encanto de la artesanía manual.</p> <p>Tonalidad Bicolor Negro/Blanco: La tonalidad bicolor negro/blanco crea un contraste visual elegante y atemporal. Estos colores clásicos pueden transmitir una sensación de sofisticación, mientras que la combinación bicolor agrega interés y dinamismo al diseño.</p>	<p>al tinturarla de color café volviéndola más matte</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p>
	<p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Motivo Decorativo en la Parte Central: El motivo decorativo en la parte central agrega un toque distintivo y estilizado a los mitones. Este detalle puede ser un elemento focal que captura la atención y añade un sentido de individualidad al diseño.</p>	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Punto jersey derecho Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades beige -Negro</p>
<p>Versatilidad y Funcionalidad: La elección de un tallaje estándar unisex sugiere que estos mitones están diseñados para adaptarse a diferentes estilos y preferencias. Además de ser una expresión de moda, los mitones también cumplen su función práctica al proporcionar calor y comodidad.</p>	Aspectos sostenibles y éticos		
	<p>Empaque y presentación</p>	Origen cultural de los materiales	
	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	<p>Comunidad:</p>

Tabla 29 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 105,00\$
	Descripción:	Chaleco, de talla estándar con textura visual y motivos tejidos con dimensión, ceñido al cuerpo, combinando diferentes tipos de puntadas, de corte geométrico.	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silüeta
	-Chaleco -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Día a Día -Visita a familiares -Excursión -Fines de semana en familia	Casual Wear	Teresa Chembo
		Hilado por:	
		Olga bastidas	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Talla Estándar y Ceñido al Cuerpo: La elección de talla estándar sugiere versatilidad y adaptabilidad a diferentes tipos de cuerpo. El hecho de que sea ceñido al cuerpo añade un toque de modernidad y	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>destaca la silueta, creando una prenda estilizada y favorecedora.</p> <p>Textura Visual y Motivos Tejidos con Dimensión: La presencia de texturas visuales y motivos tejidos con dimensión añade un elemento táctil y visual único al chaleco. Estas texturas pueden ser creadas mediante diferentes tipos de puntadas que forman patrones tridimensionales, proporcionando profundidad y riqueza al diseño.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
<p>Combinación de Puntadas: La combinación de diferentes tipos de puntadas resalta la artesanía y la atención al detalle. Cada puntada contribuye a la textura general del chaleco, creando un mosaico visual que destaca la habilidad y la creatividad del tejedor.</p>	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Punto inglés Punto jersey Punto elástico sencillo Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades beige</p>
		<p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>	
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Empaque y presentación</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p>		
<p>Estilo Moderno y Creativo: La combinación de texturas visuales, motivos tejidos con dimensión y corte geométrico crea un estilo moderno y creativo. Este chaleco no solo sigue las tendencias actuales, sino que también se destaca como una obra única de expresión artística.</p>	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>

Tabla 30 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 90,00\$
	Descripción:	Buzo manga larga ceñido al cuerpo en tonalidades tierra, tejido e hilado a mano con cuello alto	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Buzo -Prenda Superior -Carácter de segunda o primera piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Hacer labores de casa -Visita a familiares -Visita a centros comerciales -Reunión con amigos	Casual Wear	Luis Farinango
		Hilado por: Nely Pasto	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Tejido e Hilado a Mano: El hecho de que el buzo esté tejido e hilado a mano agrega un elemento de artesanía y singularidad. Esta técnica manual no solo enfatiza la calidad, sino que también resalta la dedicación y la atención al detalle en la creación de la prenda.	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Paleta de Colores Naturales: La elección de tonalidades tierra se alinea con una paleta de colores naturales. Esto puede evocar una conexión con el entorno, aportando una sensación de serenidad y autenticidad a la prenda.</p> <p>Sensación de Confort y Elegancia: La combinación de mangas ceñidas, tonalidades tierra y cuello alto crea una narrativa visual que equilibra la comodidad con la elegancia. El buzo sugiere un estilo relajado pero refinado, ideal para diversas ocasiones.</p> <p>Inclusión de Materiales Naturales: La incorporación de materiales naturales en el tejido, como lana o algodón orgánico, no solo resalta la conexión con la naturaleza, sino que también puede proporcionar una sensación de lujo y suavidad al tacto.</p> <p>Contraste de Texturas: Introducir un ligero contraste de texturas dentro del tejido, como una sección tejida de manera más apretada o suelta, puede crear un juego visual intrigante y añadir dinamismo al diseño.</p>	<p>al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto fantasía con lanzadas Punto elástico doble Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones -Tonalidades beige
			Insumos Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.	En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños		
	Comunidad:	Maca	

Tabla 31 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 60,00\$
	Descripción:	Buzo de niña con mangas cortas tejido a mano en tonalidades claras con combinación de puntadas de tejido, en talla estándar de entre 3-5 (Meses)	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Buzo -Prenda Superior -Carácter de segunda-primera piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Día a día -Estar por casa -Actividades casuales -Eventos con familia	Casual Wear	Estefa Telenchana
		Hilado por: Cecilia Guano	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Mangas Cortas para Movimiento Cómodo: Las mangas cortas ofrecen comodidad y permiten un movimiento sin restricciones, adaptándose a la vitalidad y energía natural de los bebés en su fase de crecimiento. Tejido a Mano Artesanal:	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>La elección del tejido a mano aporta una dimensión artesanal, destacando la dedicación y el cariño involucrados en la creación de cada puntada. Este enfoque artesanal resalta la singularidad y el valor de la prenda.</p> <p>Talla Estándar para Adaptabilidad: Diseñado en talla estándar para edades de 3 a 5 meses, el buzo se adapta a la diversidad de tamaños en esta etapa temprana de la infancia. La talla estándar garantiza que la prenda sea versátil y cómoda para bebés de diferentes complejiones.</p> <p>Etiqueta de Cuidados Personalizada: Incluir una etiqueta de cuidados personalizada con instrucciones y mensajes afectivos resalta el compromiso con la calidad y brinda un toque adicional de atención.</p> <p>Inclusión de Elementos Sensoriales: Añadir elementos sensoriales, como texturas suaves o pequeñas etiquetas de tela, estimula el sentido del tacto del bebé, proporcionando una experiencia táctil enriquecedora.</p>	<p>al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto inglés para tejido circular Punto elástico doble Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades crema beige
			Insumos
			Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>		<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		Comunidad:	Maca

Tabla 32 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 105,00\$
	Descripción:	Chaleco unisex con cuello en escote en forma de "V" ceñido al cuerpo, de tallaje estándar en tonalidades crema, con combinación de puntada en tejido	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silüeta
	-Chaleco -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Ida al cine -Días de invierno -Trabajo en casa -Paseos por la ciudad -Salidas informales	Casual Wear	Luis Farinango
		Hilado por: Nely Pasto	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Diseño Unisex y Contemporáneo: El chaleco unisex presenta un diseño moderno que trasciende las convenciones de género, ofreciendo versatilidad y estilo para una amplia gama de usuarios.	Características físicas Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Características Químicas Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Características mecánicas Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Ceñido al Cuerpo para Resaltar la Silueta: El ajuste ceñido al cuerpo resalta la silueta de quien lo lleva, añadiendo un toque de sofisticación y modernidad al diseño.</p> <p>Tonalidades Crema para Elegancia Atemporal: Las tonalidades crema transmiten una elegancia atemporal y versatilidad. Estos tonos neutros pueden integrarse fácilmente en diferentes estilos y ocasiones, aportando una sensación de sofisticación.</p> <p>Puntadas Estratégicamente Colocadas: Las puntadas en el tejido están estratégicamente colocadas para crear un patrón armonioso y visualmente agradable, resaltando la habilidad artesanal en la creación de la prenda.</p> <p>Tallaje Estándar para Adaptabilidad: Diseñado en talla estándar, el chaleco se adapta a diferentes formas y tamaños corporales, garantizando una prenda cómoda y accesible para una variedad de personas.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	<p>Punto de trenzas u ochos</p> <p>Punto inglés</p> <p>Punto elástico doble</p> <p>Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades beige</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón</p> <p>Etiqueta</p>
	Aspectos sostenibles y éticos		
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>		
	Comunidad:	Maca	

Tabla 33 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 68,00\$
	Descripción:	Cardigán de niño/a unisex, bicolor en tonalidades crema y café con diseño lineal y botones café de plástico, combinación de puntadas de tejido y talla estándar (1-3 años)	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Cardigán -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Paseo con familia -Almuerzo informal -Jugar con otros niños -Ir a la escuela -Ir de paseo	Casual Wear	Jumerly Hernandez Hilado por: Luis Farinango
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Unisex y Adaptabilidad a Diferentes Géneros: La etiqueta unisex asegura que la prenda sea accesible y atractiva para niños y niñas	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.

<p>por igual, promoviendo la igualdad de género en la moda infantil.</p> <p>Combinación de Puntadas de Tejido para Textura Visual: La combinación de puntadas en el tejido no solo aporta textura visual sino que también resalta la artesanía detrás de la prenda. Pueden ser patrones que se entrelazan de manera creativa, añadiendo profundidad y dimensión al diseño.</p>	<p>pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p>
	<p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
<p>Confort y Suavidad en el Tejido: La atención a la sensación táctil del tejido garantiza que el cardigán sea suave y cómodo para la delicada piel de los niños. La comodidad es esencial para una prenda infantil.</p>	<p>Tipo de manualidad</p>	<p>Tipo de puntada</p>	<p>Materiales utilizados</p>
	<p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Punto en ocho o trenzas Punto jersey simple Punto elástico para tejido circular (cerrado) Puntada a mano N200</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores -Café -Beige</p>
<p>Versatilidad para Diferentes Ocasiones: El cardigán es versátil, adecuado para diversas ocasiones, desde eventos más formales hasta momentos más relajados, garantizando su utilidad en diversas situaciones.</p>	Aspectos sostenibles y éticos		
	<p>Empaque y presentación</p>	Origen cultural de los materiales	
	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	

Tabla 34 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 420,00\$
	Descripción:	Abrigo largo con capucha tejido a mano de tallaje ancho, de corte geométrico con bolsillos a los costados, con mangas y cuello decorados con tejido de lana de alpaca	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Abrigo -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Evento cultural -Visita a los nevados -Excursión -Ocasiones de frio prolongado -Paseos a las montañas	Casual Wear	Teresa Chembo Luis Guango
		Hilado por: Olga bastidas	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Artesanía Exquisita en Cada Puntada: Cada puntada de este abrigo largo refleja la dedicación y habilidad del artesano. La artesanía tejida a mano destaca la singularidad de la prenda, donde cada hilo	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>cuenta una historia de destreza y atención al detalle.</p> <p>Tallaje Ancho para Comodidad y Estilo Relajado: El tallaje ancho no solo proporciona comodidad sino que también añade un toque de estilo relajado. Este diseño asegura que el abrigo no solo sea funcional sino también una declaración de moda.</p> <p>Mangas y Cuello Decorados con Tejido de Lana de Alpaca: Las mangas y el cuello adornados con tejido de lana de alpaca añaden un elemento lujoso y suave al abrigo. Este detalle no solo resalta la calidad del material sino que también ofrece una experiencia táctil reconfortante.</p> <p>Pieza Versátil para Estilos Informales y Formales: La versatilidad del abrigo lo convierte en una pieza adecuada tanto para estilos informales como formales. Puede complementar un atuendo casual o elevar la elegancia en ocasiones más especiales.</p>	<p>Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	<p>Tejido al telar</p> <p>Punto elástico para tejido circular (cerrado)</p> <p>Puntada a mano N200</p> <p>Maquina recta 301</p>	<p>Lana de alpaca 100% colores</p> <p>-Tonalidades marrones</p> <p>-Lana Beige</p>
			Insumos
	Aspectos sostenibles y éticos		
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>		
	Comunidad:	Maca	

Tabla 35 Ficha de observación de producto

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</p>			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 36,00\$
	Descripción:	Gorro de lana, hilado y tejido artesanalmente, de patrón redondo/	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Silueta
	-Gorros -Prenda Superior -Carácter de primera piel -Corte circular	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Rectangular
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
-Días de frío -Visita a las montañas -Excursión -Fines de semana en familia -Viajes	Casual Wear	Estefa Telenchana	
		Hilado por: Cecilia Guano	
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Hilado Artesanal para Autenticidad: Cada hilo de este gorro ha sido hilado artesanalmente, aportando una autenticidad que se refleja en cada hebra. Este proceso artesanal destaca la atención al detalle y la conexión con las técnicas tradicionales.	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada pierde un poco su brillo	Hipoalérgica: La lana de alpaca es hipoalérgica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Sudoración y olor:	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.



<p>Patrón Redondo para Simetría y Estilo Clásico: El patrón redondo del gorro no solo aporta simetría, sino que también ofrece un estilo clásico y atemporal. Las formas circulares evocan un sentido de continuidad y armonía.</p> <p>Tejido Ajustado para Aislamiento: El tejido ajustado del gorro asegura un ajuste cómodo y ofrece aislamiento, manteniendo la cabeza cálida en climas fríos. Este detalle funcional se combina con el aspecto estilizado.</p> <p>Emblema de Tradición y Artesanía: Más allá de su función, este gorro se convierte en un emblema de tradición y artesanía. Cada hilo entrelazado cuenta una historia de habilidad y dedicación transmitida a través de generaciones.</p> <p>Tejido Ajustado para Aislamiento: El tejido ajustado del gorro asegura un ajuste cómodo y ofrece aislamiento, manteniendo la cabeza cálida en climas fríos. Este detalle funcional se combina con el aspecto estilizado.</p>	<p>al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca	Punto Jersey con alzadas Punto santa clara Puntada a mano N200	Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades crema
			Insumos Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación		Origen cultural de los materiales	
<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas</p> <p>-Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca</p> <p>-Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>		<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	
		Comunidad:	Maca

Tabla 36 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 305,00\$
	Descripción:	Poncho básico con acabado de hilados entrelazados en basta, con altura del muslo, de corte geométrico maneja una paleta de colores beige o crema, de tallaje estándar	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Poncho -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Viajes familiares -Paseo con amigos -Reuniones de trabajo -Picnic	Casual Wear	Angel Chela Hilado por: Angelina bayas
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Detalles Minimalistas para Focalizar la Artesanía: Los detalles minimalistas, como bordes simples o un patrón geométrico sutil, se han incorporado para enfocar la atención	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.

<p>en la artesanía del poncho y no distraer de su estilo clásico.</p> <p>Versatilidad de Combinación con Otras Prendas: La versatilidad del poncho permite su fácil combinación con otras prendas, como pantalones ajustados o faldas, proporcionando una amplia gama de opciones para estilizar el atuendo.</p> <p>Comodidad y Estilo en una Única Prenda: Este poncho no solo ofrece estilo, sino también comodidad. La combinación de diseño sencillo y materiales de calidad proporciona una experiencia vestimentaria que equilibra el bienestar y la moda.</p> <p>Paleta de Colores Beige o Crema para Elegancia Neutral: La paleta de colores beige o crema confiere una elegancia neutral al poncho. Estos tonos suaves no solo son atemporales, sino que también permiten versatilidad en la combinación con diferentes estilos y ocasiones.</p>	<p>ser tinturada pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Tejido al telar Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades crema</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
Aspectos sostenibles y éticos			
<p>Empaque y presentación</p> <p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>Origen cultural de los materiales</p> <p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>		
	<p>Comunidad:</p>	<p>Maca</p>	

Tabla 37 Ficha de observación de producto

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca-producto y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía 	Código:	SP007	Precio: 226,00\$
	Descripción:	Poncho básico con capucha con acabado de hilados entrelazados en basta, con altura del muslo, de corte geométrico maneja una paleta de colores terrosos de corte geométrico	
	Aspectos morfológicos de la prenda		
	Tipología de prenda	Estilo	Siluetas
	-Poncho -Prenda Superior -Carácter de segunda piel -Corte geométrico	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura Trapecio
	Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:
	-Visita a amigos -Picnic -Día de campo -Turismo	Casual Wear	Teresa Chembo Hilado por: Unbelina Miñarcaja
Narrativa visual	Aspectos constructivos de la prenda		
Capucha para Versatilidad y Protección: La incorporación de una capucha agrega versatilidad al poncho, permitiendo protección adicional contra elementos climáticos. La capucha también aporta un	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
	Textura: La textura es delgada pero rugosa al tacto por la tejeduría de la lana Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo intenso sin embargo al ser tinturada	Hipoalergénica: La lana de alpaca es hipoalergénica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse.

<p>toque de estilo contemporáneo y funcionalidad.</p> <p>Acabado de Hilados Entrelazados para Textura Visual y Táctil: El acabado de hilados entrelazados en basta no solo proporciona una textura visualmente atractiva, sino que también ofrece una experiencia táctil rica y única. La elección de este detalle artesanal resalta la atención al detalle.</p>	<p>pierde un poco su brillo al tinturarla de color café volviéndola más matte</p> <p>Ligereza: Este tipo de prenda es liviana, pero con el hilo grueso.</p> <p>Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida</p>	<p>Sudoración y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los camélidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados.</p> <p>Termorreguladora La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.</p>	<p>Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse.</p> <p>Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal</p>
	<p>Tipo de manualidad</p> <p>Tejido en combinación de colores de lana hilada de alpaca</p>	<p>Tipo de puntada</p> <p>Tejido al telar (motivo espina de pescado) Punto elástico para tejido circular (cerrado) Puntada a mano N200</p>	<p>Materiales utilizados</p> <p>Lana de alpaca 100% colores -Tonalidades marrones -Beige</p> <p>Insumos</p> <p>Hilo Algodón Etiqueta</p>
<p>Inspiración en la Naturaleza: La elección de colores terrosos y el diseño geométrico puede estar inspirado en elementos naturales como bosques, montañas o paisajes rurales, creando una conexión visual con la naturaleza.</p> <p>Ligereza para Movilidad: A pesar de su diseño estructurado, el poncho se ha confeccionado con un tejido ligero para garantizar movilidad y comodidad sin comprometer el estilo.</p>	Aspectos sostenibles y éticos		
	Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales	
	<p>-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda, historia del origen del proceso del producto y la cultura andina escrita en español e inglés.</p>	<p>En la provincia de Cotopaxi se ubica el descenso occidental donde se encuentra esta comunidad siendo el límite poblado de la parroquia Guasaganda, esta comunidad representa sus saberes artesanales en los patronajes y tejedurías de sus prendas con la mayoría de sus diseños radiales y su puntada ancha con agujetas grandes, logran culminar esta clase de diseños</p>	

Las fichas de observación de producto proporcionan una panorámica detallada y enriquecedora de los elementos distintivos que caracterizan a las prendas de Paqocha. El uso exclusivo de lana de alpaca, intervención artesanal en tejeduría e hilado por individuos de diversas comunidades ecuatorianas, y la preservación de técnicas ancestrales revelan un compromiso genuino con la autenticidad cultural y la sostenibilidad. Estas fichas no solo desglosan las características físicas, químicas y mecánicas de la lana de alpaca, sino que también destacan su versatilidad en la creación de prendas como buzos, ponchos y bufandas de estilo boho minimalista.

Estas fichas de observación sirven como un pilar fundamental para la evaluación de la identidad de producto de Paqocha. La conexión directa entre los aspectos técnicos de la confección, las características únicas de la lana de alpaca y la filosofía de diseño de prendas únicas refuerza la premisa de que la construcción de una identidad cultural sólida es intrínseca al éxito de la marca en el mercado europeo. La atención minuciosa a la calidad, la tradición y la singularidad en cada prenda respalda la hipótesis planteada, demostrando que la autenticidad cultural no solo se proclama, sino que se refleja intrínsecamente en la artesanía de cada producto.

En última instancia, estas fichas de observación brindan una contribución invaluable al cuerpo de la investigación al proporcionar una visión tangencial y concreta de cómo los elementos identitarios de Paqocha se plasman en sus productos. Este análisis detallado no solo valida la conexión entre la identidad cultural y el éxito de ventas, sino que también informa directamente sobre cómo esta conexión se manifiesta en la calidad, el diseño y la singularidad de cada prenda, consolidando así la posición única de Paqocha en el mercado textil europeo.

3.2 Triangulación de la información.

Tabla 38 Matriz triangulación de herramientas

Indicadores:	Herramienta de recolección de información				Síntesis
	Entrevista a los consumidores de Paqocha	Matriz comparativa de estudios de caso	Históricos de venta de Paqocha	Fichas de Observación de Producto	
Identidad de Producto-Marca	Las entrevistas a los consumidores de Paqocha han resultado ser un componente esencial para desentrañar la complejidad de la identidad producto marca de la empresa y su impacto en el exigente mercado europeo. A través de las experiencias compartidas y opiniones expresadas por los entrevistados, se ha logrado capturar la esencia genuina de la autenticidad y artesanía que caracterizan a Paqocha. Los testimonios han destacado la conexión	La herramienta de la matriz comparativa de estudios de caso destaca la importancia crucial de la identidad en el contexto de la moda ecuatoriana en el mercado europeo. Cada marca analizada, incluyendo a Paqocha, busca establecer una identidad única y distintiva que resuene con los consumidores. La identidad de Paqocha se diferencia por su enfoque en prendas auténticas que fusionan la riqueza cultural de Ecuador con las tendencias contemporáneas. La estrategia de precios	Los históricos de ventas de Paqocha subrayan la consolidación y proyección de su identidad. A medida que las ventas han aumentado de manera constante, la coherencia en la identidad de Paqocha se manifiesta en la preferencia continua de los consumidores. La marca ha logrado comunicar efectivamente su propuesta única, fusionando elementos culturales, calidad artesanal y compromiso ético. Este éxito financiero	La información recopilada a través de las fichas de observación de producto subraya la sólida identidad de Paqocha. El uso exclusivo de lana de alpaca, la intervención artesanal y la preservación de técnicas ancestrales no solo definen la esencia de la marca y el producto, sino que también respaldan la premisa central de la investigación: que la identidad cultural es un elemento clave en el éxito de Paqocha en el mercado	Las entrevistas con consumidores de Paqocha revelan una conexión profunda con la autenticidad y la artesanía, destacando elementos como la transparencia en los procesos y prácticas sostenibles como fundamentales para la percepción positiva de la marca. La herramienta de la matriz comparativa resalta la posición distintiva de Paqocha en la moda ecuatoriana en Europa, diferenciándose por su enfoque en prendas auténticas que fusionan la cultura de Ecuador con las tendencias contemporáneas, respaldado por estrategias de precios diversificadas y una inclusividad en la segmentación de mercado. El éxito financiero evidenciado en los históricos de ventas respalda la efectividad de la identidad de marca-producto de Paqocha, demostrando que la marca ha logrado comunicar de manera eficaz su

	personal con la historia de la marca, evidenciando cómo elementos como la transparencia en los procesos de producción, desde la crianza ética de las alpacas hasta prácticas sostenibles, son fundamentales para la formación de una percepción positiva de Paqocha.	diversificada y la inclusividad de la marca en términos de segmentación de mercado contribuyen a construir una identidad sólida y atractiva para un amplio espectro de consumidores europeos.	respalda la efectividad de la identidad de marca-producto de Paqocha para destacar en un mercado competitivo, evidenciando que los consumidores reconocen y valoran la propuesta distintiva de la marca.	europeo. Cada detalle meticuloso, desde la calidad de la lana hasta el diseño único de cada prenda, contribuye a la construcción y afirmación de la identidad distintiva de Paqocha en el mundo de la moda.	propuesta única. Las fichas de observación subrayan la sólida identidad de marca-producto, donde el uso exclusivo de lana de alpaca y la preservación de técnicas ancestrales contribuyen a la esencia distintiva de Paqocha en la moda. En conjunto, estos hallazgos confirman la premisa central de la investigación: la identidad cultural es clave para el éxito sostenido de Paqocha en el competitivo mercado europeo.
Narrativa cultural	La narrativa cultural de la marca, en la cual se incluye el uso de materiales locales y la promoción del comercio justo, ha resonado significativamente en los consumidores, incluso aquellos que no comparten la misma cultura de origen. Estos aspectos éticos y sostenibles han sido identificados como factores decisivos en las decisiones de compra de los entrevistados,	En el análisis de la matriz comparativa, la narrativa cultural emerge como un elemento central en la estrategia de marca de Paqocha y otras marcas ecuatorianas. Paqocha se destaca por su compromiso auténtico con la cultura ecuatoriana, evidenciado en la elección exclusiva de materiales como la lana de alpaca y en la promoción del	Los históricos de ventas refuerzan la importancia de la narrativa cultural de Paqocha en su éxito financiero. La conexión de la marca con las raíces culturales ecuatorianas, evidenciada en cada prenda, ha generado un impacto significativo en las preferencias de los consumidores europeos. La narrativa cultural no solo ha	Las fichas de observación destacan la profunda narrativa cultural impresa en cada prenda de Paqocha. La elección de materiales locales y la participación de comunidades ecuatorianas en el proceso artesanal revelan la autenticidad cultural que la marca busca transmitir. Esta narrativa no solo es un componente	La narrativa cultural de Paqocha, centrada en el uso de materiales locales y la promoción del comercio justo, ha generado una resonancia significativa entre los consumidores europeos, convirtiéndose en un vínculo tangible entre los valores de la marca y la percepción positiva de los clientes. Desde la preferencia por el Showroom hasta la presentación detallada de prendas, la experiencia de compra refuerza esta conexión, consolidando la estrategia de internacionalización de Paqocha. En el análisis de la matriz comparativa, la narrativa cultural emerge como un elemento central en la estrategia de marca de Paqocha y otras

	<p>subrayando la importancia de estos valores en la estrategia de internacionalización de Paqocha. Desde la preferencia por el Showroom con atención personalizada hasta la valoración de la presentación detallada de las prendas y la historia de la marca, la experiencia de compra se convierte en un vínculo tangible entre los valores intrínsecos de Paqocha y la percepción positiva de los consumidores europeos.</p>	<p>comercio justo. La narrativa cultural no solo agrega profundidad a la marca, sino que también crea un puente entre la riqueza cultural de Ecuador y las preferencias de los consumidores europeos. La matriz resalta cómo la narrativa cultural no es solo una herramienta de marketing, sino un elemento esencial que construye una conexión genuina entre la marca y sus consumidores, generando un mayor interés y lealtad hacia Paqocha.</p>	<p>contribuido a la diferenciación de Paqocha en un mercado diverso, sino que también ha establecido un puente entre la tradición y la modernidad. El crecimiento continuo en las ventas respalda la idea de que la narrativa cultural es un elemento clave que agrega valor y atractivo a la propuesta de Paqocha, fortaleciendo su presencia en el mercado internacional.</p>	<p>estético, sino un vehículo para compartir la riqueza de la cultura ecuatoriana con el mercado europeo. Cada puntada y elección de diseño se convierten en un capítulo tangible de esta narrativa, tejiendo una conexión única entre la tradición cultural y la expresión contemporánea.</p>	<p>marcas ecuatorianas, construyendo un puente auténtico entre la riqueza cultural de Ecuador y las preferencias europeas. Esta narrativa no es solo una herramienta de marketing, sino esencial para construir una conexión genuina que fomente el interés y la lealtad hacia Paqocha. Los históricos de ventas respaldan la importancia crítica de la narrativa cultural en el éxito financiero de Paqocha, diferenciándola en un mercado diverso y estableciendo un puente entre la tradición y la modernidad, mientras que las fichas de observación destacan cómo cada detalle de las prendas se convierte en un portador tangible de la riqueza cultural ecuatoriana, confirmando que la narrativa cultural es esencial para el valor y atractivo de la propuesta de Paqocha en el mercado internacional.</p>
Conexiones emocionales	<p>La historia cultural de Paqocha ejerce una influencia profundamente significativa en la formación de conexiones emocionales</p>	<p>La herramienta revela que las marcas, incluyendo Paqocha, buscan establecer conexiones emocionales significativas con los</p>	<p>El análisis de los históricos de ventas indica que las conexiones emocionales desempeñan un papel clave en el éxito</p>	<p>La autenticidad cultural y la calidad artesanal, evidenciadas en las fichas de observación, se traducen</p>	<p>La identidad de Paqocha se fundamenta en la narrativa cultural que establece un vínculo emotivo con los consumidores europeos. A través de entrevistas, se ha revelado que la autenticidad y artesanía, desde la crianza ética de las alpacas hasta prácticas sostenibles,</p>

	<p>con sus clientes. A través de las entrevistas a los consumidores, se ha revelado que la narrativa cultural de la marca, enraizada en las comunidades ecuatorianas y reflejada en cada prenda, establece un puente emotivo entre la marca y los clientes europeos. La conexión personal con la historia de la empresa, desde la crianza ética de las alpacas hasta la preservación de técnicas artesanales ancestrales, crea una narrativa auténtica que resuena en los valores de los consumidores.</p> <p>Esta conexión emocional se fortalece mediante la transparencia en los procesos de producción y el compromiso sostenible de Paqocha.</p>	<p>consumidores. La autenticidad cultural y la atención a la artesanía en la producción de prendas generan una conexión emocional con los valores y preferencias de los consumidores europeos. Las estrategias experienciales, como la participación en eventos en vivo, añaden un componente emocional adicional al proceso de compra. La matriz subraya cómo la construcción de conexiones emocionales no solo impulsa la preferencia de los consumidores, sino que también contribuye al éxito financiero sostenido de Paqocha en el mercado europeo. Más allá de ofrecer productos, la marca</p>	<p>financiero de Paqocha. El crecimiento constante en las ventas sugiere que la marca ha logrado establecer vínculos emocionales sólidos con los consumidores. La autenticidad y la historia detrás de cada prenda contribuyen a la resonancia emocional que genera lealtad del consumidor y, por ende, contribuyen al éxito continuo en el mercado europeo. La capacidad de Paqocha para mantener y nutrir estas conexiones emocionales se refleja en la consistencia en el crecimiento de las ventas a lo largo de los años.</p>	<p>directamente en conexiones emocionales con los consumidores. Cada prenda se convierte en un medio para que los clientes europeos experimenten y abracen la historia, la artesanía y la singularidad de la cultura ecuatoriana. Estas conexiones emocionales van más allá de la mera transacción comercial; representan la creación de lazos significativos entre los consumidores y la historia que cada prenda cuenta, lo que refuerza la fidelidad a la marca.</p>	<p>crean una conexión personal. Este lazo se refuerza con la transparencia en la producción y el compromiso ético, generando una narrativa auténtica que va más allá de la calidad del producto, cultivando una lealtad duradera. El análisis de la matriz comparativa subraya la importancia de estas conexiones emocionales en la estrategia de marca, mostrando cómo la construcción de vínculos emotivos contribuye al éxito financiero de Paqocha. Estrategias experienciales, como eventos en vivo, añaden capas adicionales de conexión emocional, respaldando la idea de que la autenticidad cultural y la atención a la artesanía son cruciales en la resonancia emocional y la lealtad del consumidor. Los históricos de ventas confirman este impacto, demostrando que la autenticidad y la calidad artesanal contribuyen directamente a la resonancia emocional y la lealtad del consumidor, consolidando la importancia de la historia cultural en la estrategia de identidad de Paqocha en el mercado internacional.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Los consumidores europeos, al conocer la dedicación a prácticas éticas y la promoción del comercio justo, encuentran un valor añadido que va más allá de la calidad del producto. La historia cultural se convierte así en un elemento diferenciador que no solo destaca la singularidad de Paqocha en el mercado, sino que también genera una conexión emocional duradera. Los clientes no solo adquieren prendas, sino que se sumergen en una narrativa cultural que resuena con sus propios valores, consolidando así una lealtad emocional hacia la marca.</p>	<p>busca establecer vínculos significativos con los consumidores. La autenticidad cultural y la atención a la artesanía no solo generan preferencia, sino que también crean una conexión emocional profunda con los valores y preferencias de los consumidores europeos. Estrategias experienciales, como la participación en eventos en vivo, añaden capas adicionales de conexión emocional al proceso de compra. La matriz destaca cómo estas conexiones emocionales no solo fortalecen su relación con el cliente.</p>			
Autenticidad	<p>Las entrevistas con los consumidores han destacado de manera</p>	<p>La autenticidad surge como un factor clave en la matriz</p>	<p>La autenticidad de Paqocha se traduce directamente en el</p>	<p>La autenticidad de Paqocha se manifiesta en cada</p>	<p>La autenticidad emerge como un rasgo distintivo y esencial para la identidad de Paqocha, según se revela en las</p>

<p>elocuente la percepción de autenticidad que rodea a las prendas de Paqocha. Los testimonios revelan que la conexión personal con la historia de la marca, compartida durante la experiencia de compra, refuerza la autenticidad percibida de cada prenda. La transparencia en los procesos de producción, enfatizando desde la crianza ética de las alpacas hasta prácticas sostenibles, ha sido resaltada como un factor clave que contribuye a la autenticidad de las prendas.</p> <p>La singularidad de cada prenda, destacada por la ausencia de replicación y la creación de patrones distintivos al momento, ha sido reconocida por los consumidores como</p>	<p>comparativa, destacando cómo Paqocha se distingue por su compromiso genuino con la cultura ecuatoriana. La elección de materiales locales y la producción ética refuerzan la autenticidad de la marca. La matriz resalta cómo la autenticidad no solo es un elemento de diferenciación, sino también un factor determinante en la preferencia de los consumidores. La autenticidad percibida en cada prenda de Paqocha contribuye a construir una marca sólida y confiable, respaldando su éxito continuo en el mercado europeo.</p> <p>La marca no solo busca vender</p>	<p>éxito financiero reflejado en los históricos de ventas. La conexión intrínseca con las técnicas artesanales, la utilización de materiales naturales y la transparencia en la cadena de producción contribuyen a la percepción genuina de la marca. El hecho de que las ventas hayan experimentado un crecimiento constante a lo largo del tiempo sugiere que los consumidores valoran y responden positivamente a la autenticidad de Paqocha. La autenticidad, en este contexto, se presenta como un activo esencial para el posicionamiento exitoso de la marca en el mercado europeo.</p>	<p>hilo y detalle, según revelan las fichas de observación. Desde la elección de la lana de alpaca hasta la preservación de técnicas tradicionales, cada elemento refleja un compromiso genuino con la autenticidad cultural y la sostenibilidad. La marca no solo abraza sus raíces, sino que las incorpora en cada prenda, estableciendo así una autenticidad que va más allá de la estética y se convierte en una característica distintiva.</p>	<p>entrevistas con consumidores. La conexión personal con la historia de la marca, la transparencia en los procesos de producción y la singularidad de cada prenda contribuyen a la percepción de autenticidad. La matriz comparativa destaca cómo Paqocha se diferencia en el mercado europeo debido a su compromiso genuino con la cultura ecuatoriana, convirtiendo la autenticidad en un factor decisivo para la preferencia del consumidor. Esta autenticidad, respaldada por la elección de materiales locales y la producción ética, se traduce en un éxito financiero sostenido, como evidencian los históricos de ventas. La conexión intrínseca con técnicas artesanales y la transparencia en la cadena de producción contribuyen a una percepción genuina, destacando la autenticidad como un activo esencial para el posicionamiento exitoso de la marca en el mercado europeo. Las fichas de observación refuerzan esta narrativa, revelando que cada hilo y detalle de las prendas de Paqocha reflejan un compromiso auténtico con la cultura y la sostenibilidad, consolidando así la autenticidad como</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------




	<p>un signo claro de autenticidad. La capacidad de los clientes para identificar la procedencia de los materiales, como la lana de alpaca proveniente de comunidades específicas, ha fortalecido la conexión emocional con las prendas, añadiendo un componente auténtico a la experiencia de compra</p>	<p>productos, sino transmitir autenticidad cultural a través de cada prenda. Desde la elección de materiales hasta la producción ética, Paqocha se distingue por su compromiso genuino con la cultura ecuatoriana. La matriz resalta cómo la autenticidad no solo es un rasgo distintivo, sino también un factor decisivo en la preferencia del consumidor.</p>			<p>una característica distintiva y arraigada en la identidad de la marca.</p>
<p>Éxito financiero</p>	<p>En las entrevistas, se ha destacado que el éxito financiero de Paqocha se apoya en la estrategia de precios diversificada que ofrece a los consumidores. Los testimonios revelan que la disponibilidad de prendas con precios que oscilan entre 100 y 500 dólares permite a los</p>	<p>La matriz comparativa revela que el éxito financiero de Paqocha no es solo resultado de prácticas comerciales efectivas, sino de la construcción coherente de una identidad auténtica y culturalmente arraigada. La estrategia de precios</p>	<p>La evaluación de los históricos de ventas de Paqocha revela un éxito financiero sostenido y en crecimiento. Desde el año 2021, donde las ventas alcanzaron la cifra de 20,646,20, hasta el año 2023, con un impresionante aumento a 30,475,20,</p>	<p>La información recabada de las fichas de observación, al resaltar la calidad y singularidad de los productos, ofrece perspectivas clave para comprender el éxito financiero de Paqocha. La atención a la artesanía y la</p>	<p>El éxito financiero de Paqocha se fundamenta en una estrategia de precios diversificada, como se destaca en las entrevistas con consumidores. La disponibilidad de prendas con precios que varían entre 100 y 500 dólares ofrece opciones atractivas para diferentes preferencias y presupuestos. La estrategia de precios escalonados, basada en la singularidad y dificultad de cada prenda, es aceptada por los consumidores, indicando una conexión</p>

<p>clientes elegir productos que se ajusten a sus preferencias y presupuestos individuales. La percepción de valor, respaldada por la autenticidad y calidad de las prendas, ha sido un factor clave que contribuye al éxito financiero de Paqocha. La estrategia de precios escalonados, donde la dificultad y singularidad de cada prenda influyen en su costo, ha sido reconocida y aceptada por los consumidores. La disposición de los clientes a invertir en prendas de mayor dificultad y exclusividad sugiere una conexión emocional más profunda con la marca. Durante las entrevistas, se observó que la narrativa cultural y la autenticidad</p>	<p>diversificada, la adaptabilidad a diferentes segmentos de mercado y la conexión emocional generada con los consumidores contribuyen directamente a un rendimiento financiero sólido y sostenible. La matriz destaca cómo cada elemento de la estrategia de Paqocha, desde la narrativa cultural hasta las conexiones emocionales, se traduce en resultados financieros positivos. El éxito financiero de Paqocha no es solo una métrica de ventas; es el resultado de la construcción cuidadosa de una marca que resuena en el exigente mercado europeo.</p>	<p>la marca ha demostrado no solo mantener su posición en el mercado europeo sino también experimentar un crecimiento constante. Este éxito financiero puede atribuirse a estrategias efectivas y una conexión sólida con los consumidores, evidenciada por el incremento significativo en las ventas en 2022 y 2023. La resiliencia frente a desafíos económicos y eventos externos, como la crisis global y la pandemia, destaca la solidez de la identidad de producto de Paqocha y su capacidad para adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado.</p>	<p>autenticidad cultural no solo atrae a los consumidores, sino que también contribuye a la percepción de valor de la marca. Estos aspectos desempeñan un papel fundamental en la decisión de compra de los clientes europeos, reflejándose en el continuo crecimiento y éxito financiero de Paqocha en el mercado europeo.</p>	<p>emocional profunda con la marca. La narrativa cultural y la autenticidad percibida influyen en la disposición de los consumidores a pagar precios más altos, ya que valoran la posesión de prendas únicas que reflejan la riqueza cultural de Ecuador.</p> <p>La matriz comparativa revela que el éxito financiero de Paqocha no es simplemente el resultado de prácticas comerciales efectivas, sino de la construcción coherente de una identidad culturalmente arraigada. La estrategia de precios diversificada, la adaptabilidad a diferentes segmentos de mercado y las conexiones emocionales generadas contribuyen directamente a un rendimiento financiero sólido y sostenible. La evaluación de los históricos de ventas confirma un crecimiento constante desde 2021 hasta 2023, destacando la resiliencia de Paqocha frente a desafíos económicos y su capacidad para adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado. Las fichas de observación subrayan que la atención a la artesanía y la autenticidad cultural no solo atraen a los consumidores, sino que también</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>percibida influyen en la disposición de los consumidores a pagar precios más elevados, ya que ven el valor intrínseco de poseer una prenda única que refleja la riqueza cultural de Ecuador.</p>				<p>refuerzan la percepción de valor de la marca, contribuyendo al continuo éxito financiero en el mercado europeo.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.3 Informe escrito Paqocha

Gráfico 11 Informe Paqocha éxito de ventas




PAQOCHA ÉXITO

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de diseño y arquitectura

Elaborado por:
Estefania Arias

Lugar:
Ambato-Ecuador



PAQOCHA
EQUATEUR

Gráfico 12 Informe Paqocha éxito de ventas

INFORME ESCRITO CASO DE ÉXITO PAQOCHA



Acerca de Paqocha

Paqocha es una marca ecuatoriana de ropa que se dedica a la confección de prendas tejidas con lana de alpaca, producidas por mujeres de la Sierra Norte del Ecuador. La empresa fue fundada en 2006 por Felipe Segovia y Lorena Pérez, y se ha expandido a nivel internacional, siendo sus productos comercializados en países como Inglaterra, Suecia, Francia y otros de Europa.

Paqocha se distingue por la integración de las comunidades alpaqueras de los páramos ecuatorianos, mujeres campesinas hiladoras y grupos de mujeres tejedoras, en su proceso de producción.



Paqocha apoya a las comunidades indígenas del país, involucrandose en el proceso de producción y promoviendo el trabajo en sus comunidades. La empresa se enfoca en la conservación de páramos y alpacas, utilizando técnicas ancestrales en la elaboración de sus productos y apoyando a las comunidades campesina

Paqocha como marca de ropa ecuatoriana que se destaca por su compromiso con la integración social, la conservación del medio ambiente y la promoción de la cultura y las tradiciones indígenas en su proceso de producción. Sus productos se comercializan en diferentes países, destacando su presencia en el mercado internacional.

Gráfico 13 Informe Paqocha éxito de ventas



INFORME ESCRITO CASO DE ÉXITO PAQOCHA

El presente informe detalla las herramientas metodológicas empleadas y los datos recopilados en el estudio del producto de la marca de moda Paqocha. El objetivo principal de la investigación fue analizar la identidad de producto de Paqocha y su impacto en el mercado europeo, centrándose en elementos como autenticidad cultural, estrategias de precios, conexiones emocionales y éxito financiero.

Objetivos alcanzados

1

Interpretar las tendencias de consumo para la caracterización del nicho de mercado europeo a través de una matriz comparativa de estudios de caso.

2

Contrastar las ventas de la marca Paqocha y el criterio de su público objetivo a través del análisis de datos estadísticos para la verificación de su éxito.

3

Desarrollar un informe escrito sintetizando los elementos clave de la identidad de producto paqocha que potencializan su aceptación en el mercado europeo a través de la clasificación de resultados obtenidos en la investigación

INFORME ESCRITO CASO DE ÉXITO PAQOCHA



Matriz Comparativa

HERRAMIENTAS

A través de una matriz de estudios de caso, se recopilaron datos de cinco emprendimientos o empresas de indumentaria y textil similares a Paqocha, que han tenido éxito en el mercado europeo. La matriz incluye variables cruciales como aspectos culturales, económicos, público objetivo, tipología de prendas, productos y estrategias de marketing. El propósito es evaluar y analizar la relación, similitudes y diferencias con el caso de estudio principal, Paqocha, con el objetivo de obtener información relevante para cumplir con los objetivos planteados.

				
Olga Fisek Folklore	Suspiro	Simrone	SEZ	ALBA
Compromiso con la producción local Diseño Étnico Representación de la cultura ecuatoriana Materiales naturales	Tintura natural Diseño Artesanal Exclusividad en diseños Apoyo a la comunidad andina	Prendas atemporales Diseño inspirado en arquitectura nacional Narrativa contemporánea Toques de tradición y autenticidad	Producción artesanal Tejidos duraderos y amigables con el medio ambiente Discurso de ligereza y naturaleza Autenticidad cultural	Cultura cuencana Producción ética Diseños arraigados a los orígenes Estilo bohemio tradicional Exclusividad

PAQOCHA



Como se puede ver en los datos destacados de la matriz comparativa, estos casos reflejan el esfuerzo y la presencia del comercio justo y artesanal de la moda ecuatoriana equilibrando la tradición con la modernidad, creando así un panorama general de esta industria y su presencia en el mercado europeo y su constante evolución.

El principal factor que comparten estas marcas en sus productos son la promoción por Ecuador, lo representan de maneras variadas como la representación de la arquitectura cuencana o los materiales naturales como la lana de alpaca, pero lo más representativo de estas marcas que comparten con Paqocha, son las prácticas de comercio justo y la mano de obra andina que trabaja día con día para poder elaborar artesanalmente estas prendas.

Resultados

OBTENIDOS



Contar una historia

Cada uno de los casos de éxito presentados cuentan la historia de un pueblo, una ciudad, una nación. Con enfoques distintos sin embargo, para el consumidor es clave sentirse parte de esta narrativa.

Materiales Naturales

El uso de lana y materiales que regresan a la tierra después de su proceso de manufactura cautiva a los consumidores, y las marcas, fieles a los orígenes de su materia prima, pueden legítimamente autodenominarse sostenibles.



Comercio Justo

Todos estos casos de estudio comparten la pasión por lo artesanal, cada una de sus prendas o accesorios son hechos a mano y con precisión, dedicación y tiempo personalizadas de cada uno de los artesanos que se apasionan por su cultura.

INFORME ESCRITO CASO DE ÉXITO PAQOCHA



Entrevista Consumidores

HERRAMIENTAS

Se ha llevado a cabo una entrevista que desempeña un papel crucial en la investigación de Paqocha, permitiendo la recopilación de datos detallados y específicos sobre la experiencia de compra, preferencias de diseño y factores motivadores de los consumidores leales y recurrentes de la Unión Europea. Su enfoque estructurado y personalizado facilita la obtención de información.

Además, la herramienta posibilita la comparación con estudios similares, identificando patrones y factores únicos que contribuyen al éxito de Paqocha. En resumen, la entrevista estructurada emerge como un instrumento esencial para comprender a fondo la relación entre los consumidores y la marca, proporcionando información valiosa para respaldar

Respuestas relevantes



"Los abrigos de lana son los que más de gustaron porque se veía un trabajo super artesanal!"



"Apoyar una marca que se preocupa por las comunidades y el medio ambiente es esencial!"



"Definitivamente sí, a mí me cautivó la historia de cómo se hacen estas prendas!"



"Yo creo que todos, los abrigos uff son preciosos de verdad son bellísimos!"



"Pues sí, es muy difícil ver esto en Barcelona y es la primera vez que veo un emprendimiento así!"



"Son prendas básicas que se pueden utilizar en cualquier momento yo creo que no tienen temporada!"



"Son tan básicos los diseños de la marca que se puede adaptar a cualquier cultura!"



"Al conocer la historia y la producción es un valor justo!"

Resultados

OBTENIDOS



Precio Justo

Se habla en las entrevistas del precio justo, si bien son prendas con un costo elevado se justifica con el tiempo de trabajo de los artesanos que se ve representado en las etiquetas y en la historia que es vendida con la prenda

Exclusividad

Es de suma importancia para el consumidor de Paqocha que estas prendas sea únicas, es por esto también que valoran su precio y origen, estas prendas son irrepetibles y es aquello que le da un valor agregado.



Diseño atemporal

Este segmento de mercado está enfocado en la moda boho minimalista, estas prendas presentan colores terrosos y diseño de patrones con combinaciones de tejido que muestran la prenda como un básico para armonizar un outfit.



Historicos de ventas

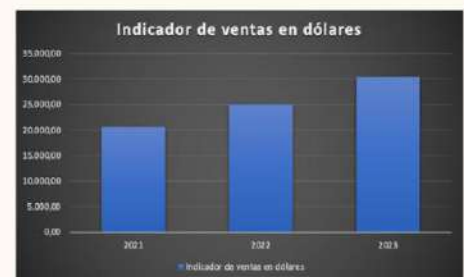
HERRAMIENTAS

La sensibilidad de las ventas de Paqocha a eventos económicos globales destaca la necesidad de estrategias comerciales resilientes, mientras que la correlación positiva entre la identidad del producto y el éxito de ventas subraya la importancia de mantener y fortalecer esa identidad para el futuro.

Aunque las ventas de Paqocha han sido mayormente estables, una ligera disminución en 2014 y 2015 sugiere la necesidad de evaluar posibles desafíos y considerar ajustes estratégicos para mantener el crecimiento en el mercado europeo.

En 2019, se evidencia una disminución en las ventas de Paqocha, señalando cambios globales mientras que la caída más significativa en 2020 se atribuye a la pandemia global, resaltando la importancia de la adaptabilidad de Paqocha frente a eventos externos.

En 2023, las ventas de Paqocha muestran un incremento, indicativo de una expansión exitosa hacia nuevos segmentos de mercado, una mayor notoriedad de la marca demostrando la capacidad de Paqocha para adaptarse y crecer en el mercado.



Resultados

OBTENIDOS



Inicio de Paqocha

Paqocha tuvo sus inicios abriéndose paso en ferias de emprendimientos con precios aun menores de los que maneja hoy en día sin embargo poco a poco ha ido abriéndose paso por el marketing boca a boca de sus consumidores

Crisis Sanitaria

Sin embargo, la crisis del 2008 y la pandemia mundial han afectado el ritmo de ventas de Paqocha pero no ha vencido pues la marca se ha podido adaptar y ahora maneja su pagina web con e-commerce para el mercado extranjero.



Éxito de ventas

Al analizar los historicos de vetas aproximados de Paqocha se ha podido ver que su auge se encuentra a partir del 2016 donde se empieza a dar a conocer con su historia, forma la identidad de su marca y ya no vende solo prendas, vende comercio justo y la experiencia personalziada de una artesanía exclusiva.

Observación de producto

HERRAMIENTAS

La herramienta de la ficha de observación de producto proporciona un enfoque detallado para analizar los productos de Paqocha. Esta metodología permite la recolección de datos concretos sobre elementos clave, como el diseño y los materiales, enriqueciendo la investigación y facilitando la conexión entre el diseño de Paqocha y su percepción en el mercado europeo. La ficha de observación se presenta como un medio integral para evaluar la autenticidad cultural, la sostenibilidad y las técnicas artesanales de los productos de Paqocha.

Las fichas de observación de producto proporcionan una panorámica detallada y enriquecedora de los elementos distintivos que caracterizan a las prendas de Paqocha. El uso exclusivo de lana de alpaca, intervención artesanal en tejeduría e hilado por individuos de diversas comunidades ecuatorianas, y la preservación de técnicas ancestrales revelan un compromiso genuino con la autenticidad cultural y la sostenibilidad.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA			
Ficha de observación de la prenda			
Objetivo	El objetivo de la ficha de observación de producto Paqocha es evaluar de manera detallada aspectos clave, como diseño, calidad de materiales y confección artesanal, para analizar la coherencia con la identidad cultural y la percepción general de calidad por parte de los consumidores, proporcionando elementos característicos valiosos para la comprensión de la identidad de marca y su impacto en el mercado europeo.		
Fotografía	Código:	FP001	Precio: 361,065
	Descripción:	Suéter de cuello abullonado con botón de madera, mangas amplias con caída, de patrón amplio con diseño texturizado en bastas de manga	
Aspectos morfológicos de la prenda			
Tipología de prenda	Estilo	Sileta	
-Suéter -Prenda Superior -Carácter de Segunda piel -Cuello Vuelto	-Boho -Minimalista	La forma y construcción de la prenda forma una figura trapecio	
Ocasión de uso	Universo de vestuario	Elaborado por:	
-Paseo por áreas verdes -Eventos informales con amigos -Casual Día-Día	Casual Wear	María Gladys Vaca	
Narrativa visual	Hilado por:		
	Teresa Chumbaj		
Aspectos constructivos de la prenda			
Elegancia natural: En el centro de la narrativa visual se encuentra la alpaca, tejida a mano con destreza artesanal. La suavidad y la calidez de la alpaca se traducen en una experiencia visual y táctil única. La elección del color beige crudo refuerza la conexión con la naturaleza, evocando la sensación de suavidad y pureza.	Características físicas	Características Químicas	Características mecánicas
Cuello Abullonado: El cuello abullonado agrega un toque de romanticismo y feminidad, aportando una dimensión adicional a la prenda.	Textura: La textura es fina y sedosa al tacto, Brillo Natural: La lana de alpaca tiene un brillo natural, luce lujosa Ligereza: A pesar de ser cálida, la lana de alpaca es más ligera en comparación con otras fibras, Resiliencia: La lana de alpaca es resistente y mantiene su forma con el tiempo. Tiene una capacidad natural para recuperar su forma original después de ser estirada o comprimida	Hipoalérgica: La lana de alpaca es hiposérgica, lo que significa que es menos probable que cause irritación en la piel Suavidad y olor: Por sus propiedades naturales y la composición de la lana de los carámbidos la hace resistente a la suciedad y a los olores no deseados. Termorreguladora: La lana de alpaca es termorreguladora, lo que significa que ayuda a mantener el cuerpo a una temperatura constante.	Tensión: La lana de alpaca al ser hilada y tejida pierde su resistencia a la tensión, fácilmente puede desprenderse. Flexibilidad: La lana de alpaca es flexible y se dobla fácilmente sin romperse. Aislamiento Térmico: La lana de alpaca tiene propiedades aislantes excepcionales, proporcionando una capa térmica eficaz que ayuda a retener el calor corporal
Tejido a Mano: Los detalles intrincados y la atención puesta en cada puntada realzan el valor de la habilidad manual, creando una conexión entre el consumidor y el artesano. Elementos Decorativos Texturizados: Los elementos decorativos en formas de bostados texturizados en las bastas de las mangas añaden un toque de sofisticación y originalidad, creando un juego visual de texturas. Viento y Balle: Esta es una de las prendas únicas que se puede ver en la colección de Paqocha, es importante resaltar que ninguna de estas prendas vuelve a repetirse, cada uno de los patrones son únicos por lo que su precio es elevado, las personas encargadas de tejer y representar a su pueblo	Tipo de manualidad	Tipo de puntada	Materiales utilizados
	Bordado a mano de sobrepuesto	Puntada a mano N200 Puntada Overlock N503	Lana de alpaca 100% colores -Beige -Café Insumos Botón de madera Hilo Algodón Etiqueta
Aspectos sostenibles y éticos			
Empaque y presentación	Origen cultural de los materiales		
-Etiqueta con recuento de la historia de las comunidades andinas que elaboran las prendas. -Nombre del encargado de hilar la lana de alpaca -Nombre del encargado de tejer la prenda	La comunidad de Apaguti, en Ecuador, ha tejido una rica narrativa cultural a través de la producción artesanal de lana de alpaca. El origen de esta tradición se arraiga profundamente en la conexión de la comunidad con la naturaleza y su entorno montañoso		
Funda de papel biodegradable, cuidados de la prenda impresos	Comunidad:	Apaguti	

En términos de los objetivos de la tesis, estas fichas de observación sirven como un pilar fundamental para la evaluación de la identidad de marca de Paqocha. La conexión directa entre los aspectos técnicos de la confección, las características únicas de la lana de alpaca y la filosofía de diseño de prendas únicas refuerza la premisa de que la construcción de una identidad cultural sólida es intrínseca al éxito de la marca en el mercado europeo. La atención minuciosa a la calidad, la tradición y la singularidad en cada prenda respalda la hipótesis planteada, demostrando que la autenticidad cultural no solo se proclama, sino que se refleja intrínsecamente en la artesanía de cada producto.

Resultados

OBTENIDOS



Producto artesanal

El producto y su identidad hablan de acabados y procesos que más allá de ser industriales, toman tiempo y dedicación, cada prenda es hecha con amor, y se refleja en los detalles a mano del producto, conformando su esencia

Tipología de prendas

Las prendas que Paqocha comercializa visten al cuerpo como una segunda piel, son prendas como ponchos, bufandas, gorros, chalecos que forman una silueta rectangular o trapecio, por lo general se usan en días de acampada o contacto con la naturaleza



Comunidades Andinas

Las comunidades andinas son quienes conforman la identidad de producto, entre ellas se encuentran Maca, Apagua, Abraspungo, Simiatug, artesanos de los páramos son quienes producen estas prendas además de ser reconocidos y mencionados en la etiqueta de venta de cada prenda señalando la importancia de sus orígenes.

Porque es un caso excepcional?



La empresa se destaca por su compromiso con la integración social, la conservación del medio ambiente y la promoción de la cultura y las tradiciones indígenas en su proceso de producción. Sus productos se comercializan en diferentes países, lo que resalta su presencia en el mercado internacional. Además, la integración de las comunidades alpaqueras de los páramos ecuatorianos, mujeres campesinas hiladoras y grupos de mujeres tejedoras en su proceso de producción, el apoyo a las comunidades indígenas del país.

El enfoque en la conservación de páramos y alpacas son aspectos clave de su éxito. La empresa utiliza técnicas ancestrales en la elaboración de sus productos y apoya a las comunidades campesinas. El éxito de Paqocha se ha logrado a través del uso de materiales naturales, la exclusividad en diseños, la producción ética y la utilización de tejidos duraderos, prendas versátiles con toques artesanales que hacen parte al cliente de la riqueza cultural de las comunidades indígenas de los paramos andinos del Ecuador.



La formula del éxito



Contar una historia permite a las marcas establecer una conexión emocional con los consumidores. En el caso de Paqocha, la narrativa detrás de sus productos, vinculada a la rica identidad cultural ecuatoriana y a la artesanía de calidad, generó un fuerte atractivo emocional. Esta conexión no solo diferenció a Paqocha en un mercado saturado, sino que también construyó una lealtad significativa entre los consumidores europeos.

La exclusividad, como segundo elemento de la fórmula, desempeñó un papel crucial en el éxito de Paqocha. Al ofrecer productos exclusivos, la marca se destacó en un mercado donde la singularidad es valorada. La limitación en la disponibilidad de ciertos productos generó una sensación de escasez, lo que aumentó su atractivo y fomentó la demanda. Esta estrategia no solo atrajo la atención inicial de los consumidores, sino que también contribuyó a la construcción de una imagen de marca premium y única en el mercado europeo.

Por último, el diseño atemporal de los productos de Paqocha garantizó su permanencia y relevancia a lo largo del tiempo. Al evitar modas efímeras y seguir un enfoque de diseño que trasciende las tendencias, los productos mantuvieron su atractivo estético y funcional, contribuyendo así a la longevidad de la marca en el mercado europeo. Esta fórmula, respaldada por datos estadísticos detallados que demostraron el impacto positivo de cada componente en las ventas, ha demostrado ser una estrategia integral y efectiva para los nuevos emprendedores en un entorno comercial desafiante como el europeo.

Conclusiones



1

Paqocha ha experimentado un aumento significativo en las ventas gracias a su identidad de producto auténtica y adaptación estratégica al mercado europeo, destacando como un exitoso caso de internacionalización del comercio ecuatoriano.

2

La identificación de patrones en tendencias de consumo y la comparación de casos permiten adaptar estrategias comerciales en el competitivo mercado europeo, resaltando valores como compromiso sostenible y exclusividad en el diseño.

3

El análisis de historiales de ventas y entrevistas a clientes ha arrojado una evaluación rigurosa del éxito de Paqocha, evidenciando una correlación positiva entre sus estrategias y la respuesta del público objetivo. La coherencia entre las ventas y el perfil demográfico sugiere una exitosa penetración y fidelización en el mercado.

4

El informe destaca la exclusividad, diseño atemporal y narrativa como elementos fundamentales para el éxito de Paqocha en el mercado europeo, reflejando una planificación estratégica cuidadosa y una comprensión profunda de las expectativas del consumidor.

Recomendaciones

1

Se sugiere análisis médico-psicológico para comprender motivaciones del consumidor europeo en tendencias de consumo y explorar estudios psicológicos en moda y decisiones de compra.

2

Se propone un estudio macro para analizar la importación y exportación de productos, abarcando no solo moda, sino también sectores como agricultura, muebles, madera, cuero y calzado.

3

Se sugiere ampliar el análisis en diseño gráfico para alinear elementos con preferencias europeas, explorando cómo estas decisiones influyen en la aceptación del producto en el mercado diverso de Europa.

3.4 Verificación de hipótesis

Para este trabajo investigativo se planteó la siguiente hipótesis:

“Se espera que la incorporación de elementos culturales auténticos y significativos en el diseño y la comunicación del producto y marca haya establecido una conexión emocional y una percepción de autenticidad entre los consumidores europeos, contribuyendo así al éxito de ventas del producto”

Mediante un examen minucioso de los datos y con el propósito de validarlos, se emplea el enfoque sugerido por Sampieri. En este contexto, "se adquieren datos a partir de diversas fuentes, seguido por reflexiones y análisis preliminares. Se logra una comprensión inicial y se continúa generando datos, cuya recopilación se caracteriza por su flexibilidad, pero con un enfoque específico". (Hernández Sampieri, 2014, p.422)

Asimismo, se implementó el diseño de investigación/acción, que incorpora "tácticas para analizar los datos involucrando a la comunidad tanto en la evaluación de los datos como en el proceso mismo de análisis, con el objetivo de abordar y establecer soluciones concretas". (Hernández Sampieri, 2014, p.472)

La verificación de la hipótesis se sustenta en un enfoque integral mediante cuatro herramientas de investigación clave. Las entrevistas a consumidores de Paqocha permiten captar percepciones directas, revelando la conexión emocional y la aceptación de la autenticidad cultural en los productos. La ficha de observación de producto complementa este enfoque al proporcionar un análisis detallado de elementos clave, fortaleciendo la conexión entre la identidad de producto y la percepción del consumidor. La matriz comparativa de casos de estudio y el análisis de históricos de ventas ofrecen perspectivas cuantitativas contextuales, respectivamente, respaldando la singularidad y efectividad de la estrategia de Paqocha en comparación con otras marcas ecuatorianas y demostrando cómo la construcción de una identidad cultural sólida se traduce en éxito comercial.

Por lo que, la convergencia de datos cualitativos y cuantitativos de estas herramientas respalda la hipótesis de que la identidad cultural de Paqocha desempeña un papel crítico en su éxito en el mercado europeo. La aceptación emocional de los consumidores, el análisis detallado de productos y la comparación con casos similares confirman la influencia positiva de la autenticidad cultural en el posicionamiento exitoso de Paqocha en el mercado europeo.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En este trabajo investigativo se exponen las siguientes conclusiones a partir de los objetivos planteados correspondientemente.

El análisis detallado de la identidad de producto y su impacto en el éxito de ventas, en el estudio de caso de Paqocha, ha revelado una serie de hallazgos significativos a través del desarrollo analítico de las herramientas utilizadas a lo largo de la investigación, en donde se ha destacado patrones de consumo, tendencias de compra y caracterización del producto como elementos clave que se han visto reflejados en el aumento significativo de las ventas a través de los años. Paqocha es un ejemplo destacado de la implementación y estudio sobre la autenticidad cultural, la cuidadosa construcción de la identidad de producto y la adaptación estratégica a las demandas del mercado europeo, aristas fundamentales para el éxito en la internacionalización del comercio ecuatoriano

La identificación de patrones en las tendencias de consumo y la comparación entre diversos casos de estudio han permitido caracterizar de manera precisa las directrices emergentes en el mercado europeo como la valoración del compromiso sostenible, comercio justo, conceptualización de cultura y exclusividad en el diseño de prendas, destacando estos elementos que son cruciales para comprender la dinámica del mercado. Este enfoque ha demostrado ser una herramienta valiosa para comparar y contrastar similitudes y diferencias para adaptar estrategias comerciales de manera efectiva en un entorno tan diverso y competitivo como el mercado extranjero.

Por otro lado, mediante el análisis de históricos de ventas y la aplicación de entrevistas estructuradas a los fieles clientes de Paqocha ha proporcionado una evaluación rigurosa cualitativa y cuantitativa de su éxito en el mercado. Los datos estadísticos revelan una correlación positiva entre las estrategias de Paqocha y la respuesta de su público objetivo, evidenciada a través de las cifras de ventas. Este análisis ha permitido verificar de manera objetiva la eficacia de las iniciativas de

marketing, la identidad de producto y la comprensión del mercado por parte de Paqocha. La consistencia entre las ventas y el perfil demográfico y psicográfico del público objetivo indica un nivel de éxito en la penetración del mercado y la fidelización de clientes. Paqocha no solo ha comprendido las necesidades y deseos de su audiencia, sino que también ha logrado incluir a sus consumidores en la historia que cuenta la marca y traducir esta comprensión en productos que resuenan con su público objetivo. Ofreciendo una perspectiva sólida sobre la alineación entre la propuesta de la marca, identidad de producto y las expectativas y preferencias de su audiencia objetiva.

Finalmente, se ha desarrollado un informe escrito, sintetizando los elementos clave de la identidad de la marca Paqocha que potencializan su aceptación en el mercado europeo, que arroja resultados reveladores a partir de la clasificación de los hallazgos obtenidos en la investigación. Este proceso de síntesis ha permitido identificar y destacar aspectos fundamentales como la exclusividad, diseño atemporal y contar una historia, contribuyen significativamente al éxito de Paqocha en el mercado europeo. La síntesis de los elementos clave de la identidad de producto Paqocha confirma que su éxito en el mercado europeo no es fortuito, sino el resultado de una cuidadosa planificación estratégica y la comprensión profunda de las expectativas del consumidor.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda la expansión del alcance de la investigación en el aspecto médico psicológico para incorporar un análisis o testeo para comprender las motivaciones del consumidor europeo en relación con las tendencias de consumo para comprender a nivel más profundo los motivadores y comportamientos del consumidor europeo. Investigar estudios psicológicos relacionados con la moda y la toma de decisiones de compra.

Se podría generar un estudio a nivel macro sobre los valores estadísticos exactos sobre la importación y exportación de productos hacia el extranjero con el objetivo de incorporar un análisis más detallado acerca de la valoración y acogida de productos no solo indumentarios si no de otras áreas de consumo como por ejemplo el sector agrícola, muebles y madera, cuero y calzado.

Se recomienda extender el análisis del informe, especialmente en el ámbito de diseño gráfico, explorando en detalle la adecuada conceptualización de marcas, la creación de logotipos y la elaboración de productos que incorporen elementos alineados con las preferencias del mercado europeo. En particular, se sugiere profundizar en la relación entre el diseño visual, la identidad de marca-producto y las expectativas del consumidor europeo, considerando la estética, la autenticidad cultural y la innovación como factores clave. Este enfoque permitirá una comprensión más holística de cómo las decisiones de diseño pueden influir positivamente en la aceptación y preferencia del producto en un mercado tan diverso como el europeo.

MATERIALES DE REFERENCIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albó, X. (2014). Bolivia. Plurinacional e Intercultural. En A. Barabas (Coord.), *Multiculturalismo e Interculturalidad en América Latina* (pp. 1-16). México: INAH.
2. Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Navales, M. G. (2016). El Protocolo de Investigación III: la población de estudio. *Revista alergia México*, 63(2), 201-206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
3. Álvarez, C., & Urbano, D. (2013). Diversidad cultural y emprendimiento. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIX(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026467004.pdf>
4. Arellano, P. (2014). El ADN de la marca (Bachelor's thesis, Quito, 2014.).
5. Ávalos, C. (2013). La marca: identidad y estrategia.
6. Ballina, F. J., Ana, S. V., Antonio, T. G. J., & Rodolfo, V. C. (2016). *Investigación de mercados*. Ediciones Paraninfo, S.A.
7. Barbolla, C., Benavente, N., López, T., Almagro, C. M., Perlado, L., & Serrano, C. (2013). *Investigación etnográfica: Métodos de investigación educativa en ed. Especial*(3.ª ed., Vol. 1).
8. Belanche, D., & Flavián, C. (2014). *Análisis de la satisfacción del consumidor: métodos y aplicaciones en investigación comercial*. ESIC Editorial.
9. Buil, I., De Chernatony, L., & Martínez, E. (2013). La importancia de medir el valor de marca desde la perspectiva del consumidor: Evidencia empírica en España y el Reino Unido. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(2), 226-237.

10. Bordas Martínez, J., Bordas Martínez, M. J., Crespo Garcés, M. (2015). *Técnicas de investigación social aplicadas al análisis de los problemas sociales*. España: UNED.
11. Cabello, A. (2016). El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 16(1), 265-289.
12. Calvo, C. G. J. (2016). *Marca Holística de Moda* (1.a ed., Vol. 1). Dykinson.
13. Cardona Arbeláez, D., Henríquez Fuentes, G., Balza Franco, V., & Torrenegra Barros, Á. (2018). *El comportamiento del consumidor: estrategias y tácticas del marketing* (1.a ed., Vol. 1). Zilath Romero González.
14. Camino, R. L., & Aguilar, A. (2021). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(9.1), 7387. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n9.1.2017.504>
15. Conejo, F. (2013). Personificación de las marcas para mejorar su diseño, manejo y efectividad. *INCAE Business Review*, 2(7).
16. Córdoba, F. (2022). *Los secretos de las marcas: Una guía de branding para gente que no sabe qué es el branding*. Kailas Editorial.
17. Costa, J. (2020). *Creación y gestión de marcas* (1.ª ed., Vol. 1).
18. Colzani, G. (2014). Entramado: moda y diseño en Latinoamérica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (47), 151-162.
19. Cruz, J. G. S., Saltos, A. C. L., & Garces, L. E. G. (2017). *La identidad*

- demarca desde el criterio del consumidor ecuatoriano. *Revista Publicando*, 4(11 (2)), 463-479.
20. Cucchiari, C. (2019). *IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora*. Investigación. Universidad Nacional de Cuyo. Argentina.
21. Delgado, P. (2014). *Elementos de identidad de marca-producto vs lovemarks* (Tesis de pre grado). Universidad católica Andres Bello.
22. Díaz, J. Q. (2018). *Fundamentos básicos de Metodología de investigación educativa*.
23. Domingo, G. (2013, 19 abril). Las marcas de moda en un contexto digital: retos y oportunidades. Recuperado de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/1738>
24. Escobar Guanoluisa, T. (2017). La transformación del sistema de la moda en Ecuador.
25. Foullon Inzunza, J. J. (2020). Segmentación de mercado.
26. Gadea, K. N. P., Gadea, W. F., & Quiñonez, S. V. (2018). Rompiendo Barreras en la Investigación. En *Machala : Universidad Técnica de Machala eBooks*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12500/1/RompiendoBarrerasEnLaInvestigacion.pdf>
27. Galeano M., M. E. (2020). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Colombia: Universidad EAFIT.
28. García-Torres, S., & Rey-García, M. (2020). Sostenibilidad para la competitividad de la industria de la moda española: hacia una moda circular,

digitalizada, trazable y colaborativa. *Informacion Comercial Espanola Revista de Economia*, (912).

29. García Canclini, N. (2013). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
30. García, J. (2013). *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili.
31. García, J. A. (2015). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.
32. Garnica A (2020), *Brand equity: El valor de marca*. (2002) (1.ª ed.).
33. Gómez, J. (2018). *Diseño de producto: Desarrollo de nuevos productos*. Madrid: Anaya Multimedia.
34. González, M. (2013). *Diseño de moda: Conceptos básicos y aplicaciones prácticas*. Barcelona: Gustavo Gili.
35. Grajales, T. (2013, 27 marzo). Tipos de investigación. *cmappublic*. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://cmappublic2.ihmc.us>
36. Guerra Chila, C. E. (2022). *Caracterización de la fibra de alpaca en el proyecto alpaquero del CEASA* (Bachelor's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)).
37. Hayes, A. G. (2014). *Competencia cultural y artística*. Alianza Editorial.
38. Hollensen, S., & Arteaga, J. F. (2013). *Estrategias de Marketing Internacional*. *Dialnet*. Recuperado de [http://findresearcher.sdu.dk/portal/en/publications/estrategias-de-marketing-internacional\(f0de0b84-6c59-4c40-8134-5418b816c5a3\).html](http://findresearcher.sdu.dk/portal/en/publications/estrategias-de-marketing-internacional(f0de0b84-6c59-4c40-8134-5418b816c5a3).html)

39. Irene Ancin A. (2018): “La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (agosto 2018)
40. Imaz, C. (2015). *El concepto de identidad frente a la imagen de marca* (tesis de pre grado). Pontificia universidad Icai Icaide.
41. Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*.
42. Kripka, R. M. L., Scheller, M., & De Lara Bonotto, D. (2015). La investigación documental sobre la investigación cualitativa : Conceptos y caracterización. *Revista de Investigaciones Unad*, 14(2), 55. <https://doi.org/10.22490/25391887.1455>.
43. Krippendorff, K. (2014). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE.
44. Kotler, P. (2013). *Dirección de Marketing*. *Pearson Educación eBooks*. Recuperadode <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3652>
45. Kvale, S. (2013). *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications.
46. Lazzari, L. L. (2013). *La segmentación de mercados mediante la aplicación de teoría de afinidad* (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires).
47. López, M. L. V. (2015). *The intelligence of the trends*. tesis de grado, Universidad de Murcia.

48. Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6163749.pdf>
49. Lucendo, J. (2019). Oficios de la antigua Iberia.
50. Malhotra, N. K., Nunan, D. y Birks, D. F. (2017). Investigación de Mercados: Un Enfoque Aplicado (5ta ed.). Pearson Education.
51. Manzano, J. A., Simó, L. A., & Pérez, R. C. (2013). La responsabilidad social como creadora de valor de marca: el efecto moderador de la atribución de objetivos. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 22(1), 21-28.
52. Martínez Lirola, M. (2014). Comunicación intercultural: Lengua, cultura y medios de comunicación. Editorial UOC.
53. Martínez, J. (2013). *Marketing: Biblioteca de aula* (1.ª ed., Vol. 1). FIRMAS Press.
54. Martínez Parra, D. M., & Guezlan Gil, L. I. (2013). Análisis de los efectos de la publicidad en el comportamiento del consumidor y el valor de marca. Universidad ICESI.
55. Martínez, A., Ruiz, C., & Escrivá, J. (2014). Marketing en la actividad comercial (1.a ed., Vol. 1). Maria Blanco y Cristina Nuñez. Recuperado de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>

56. Mei, S., & Angulo, J. M. E. (2018). La influencia cultural china en la España moderna: encuentros y desencuentros. *Quaderns de filologia*.
<https://doi.org/10.7203/qdfed.23.13445>
57. Monferrer, D. (2013). Fundamentos del marketing. Universitat Jaume I eBooks. <https://doi.org/10.6035/sapientia74>
58. Muñoz, E. M. L. (2013). Fundamentos de investigación - Un enfoque por competencias 2a edición. Alfaomega Grupo Editor.
59. Maxwell, J. A. (2019). Diseño de investigación cualitativa. España: GEDISA.
60. Nogales, Á. F. (2015). Investigación y técnicas de mercado (2.a ed., Vol. 1). ESIC Editorial.
61. Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., Villagómez Paucar, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. Colombia: Ediciones de la U.
62. Ortiz, R. (2014). Cultura y sociedad: Textos fundamentales para las ciencias sociales. Siglo XXI.
63. Organizations, U. N. E. (2015). Informe mundial sobre la diversidad cultural: Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural. UNESCO.
64. Paris, J. A. (2021). Diseño esencial: Desarrollo mercadológico de nuevos productos y servicios. Diseño.
65. Paredes, M. C., & Sanchez, M. E. (2019, 1 septiembre). *La gestión de la moda sostenible como estrategia*.
66. Pereyra, L. E. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik.

67. Pérez, R., Caso, C., Rio, M. J., & Lopez, A. (2013). *Introducción a la estadística económica* (1.ª ed., Vol. 1). Dpto. de Economía Aplicada, Universidad de Oviedo
68. Peña Andrés, C. P. (2016). *Negociación para el comercio internacional*. Marge books.
69. Pol, A. (2017). *Branding y personalidad de la marca visual*. Zincografía, 1
70. Puma, M. F. V., Quimi, W. D. C., & Zea, M. P. C. (2017). La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto. *Revista Publicando*, 4(12), 684–697.
71. Rodríguez, K. M., Ortiz, O. O., Quiroz, A. M., & Parrales, M. G. P. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42).
72. Seidel, V. P., & Fixson, S. K. (2013). Adopting Design Thinking in Novice Multidisciplinary Teams: The Application and Limits of Design Methods and Reflexive Practices. *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 19-33. doi:10.1111/jpim.12061
73. Sterman, A. (2013). *Cómo crear marcas que funcionen*. Ediciones de la U. Bogotá
74. Solorzano, J. (2021). *Branding: Posicionamiento de marca en el mercado ecuatoriano* (1.ª ed., Vol. 1).

75. Viteri, P. N. (2018). ¡Qué alhaja tu pinta! Ecuador sí tiene moda. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7440>.

76. Villanueva, M. (3 de abril de 2013). *Joan Acosta: Imagen Corporativa*. Obtenido de Todo

ANEXOS





Preguntas

Respuestas **9**

Configuración

Nombre y apellidos:

9 respuestas

Isabella Fischer

ALEX DANIEL VELASTEGUI SANTAMARIA

Steph Moyo

Abraham Gil

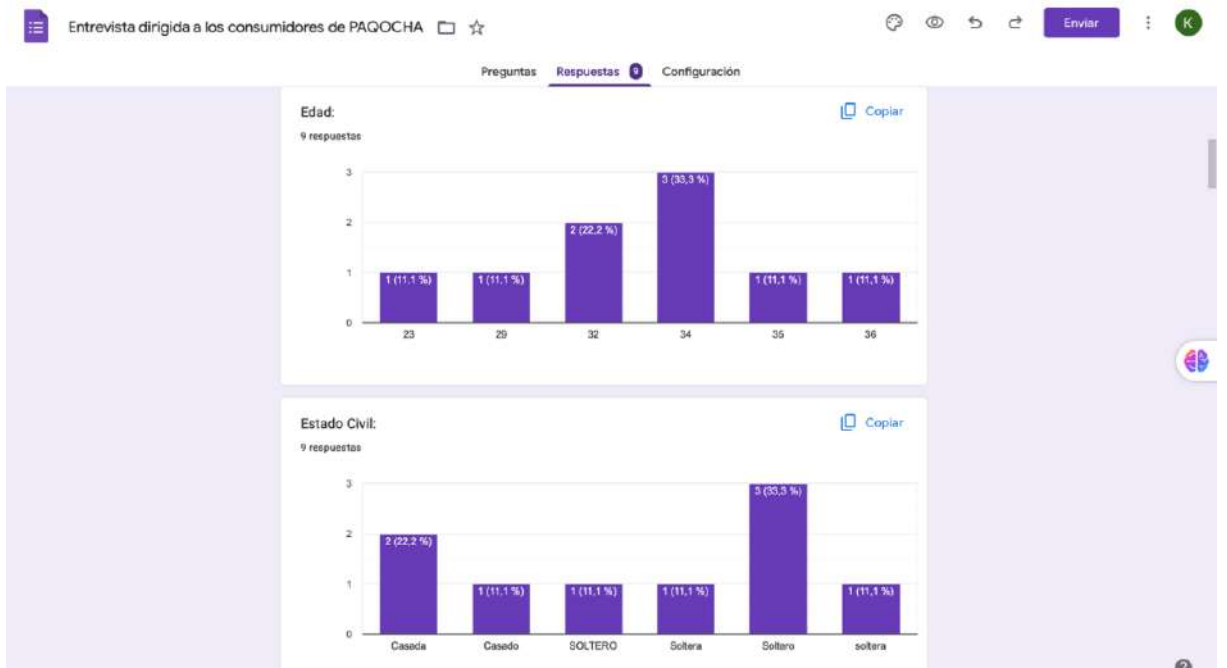
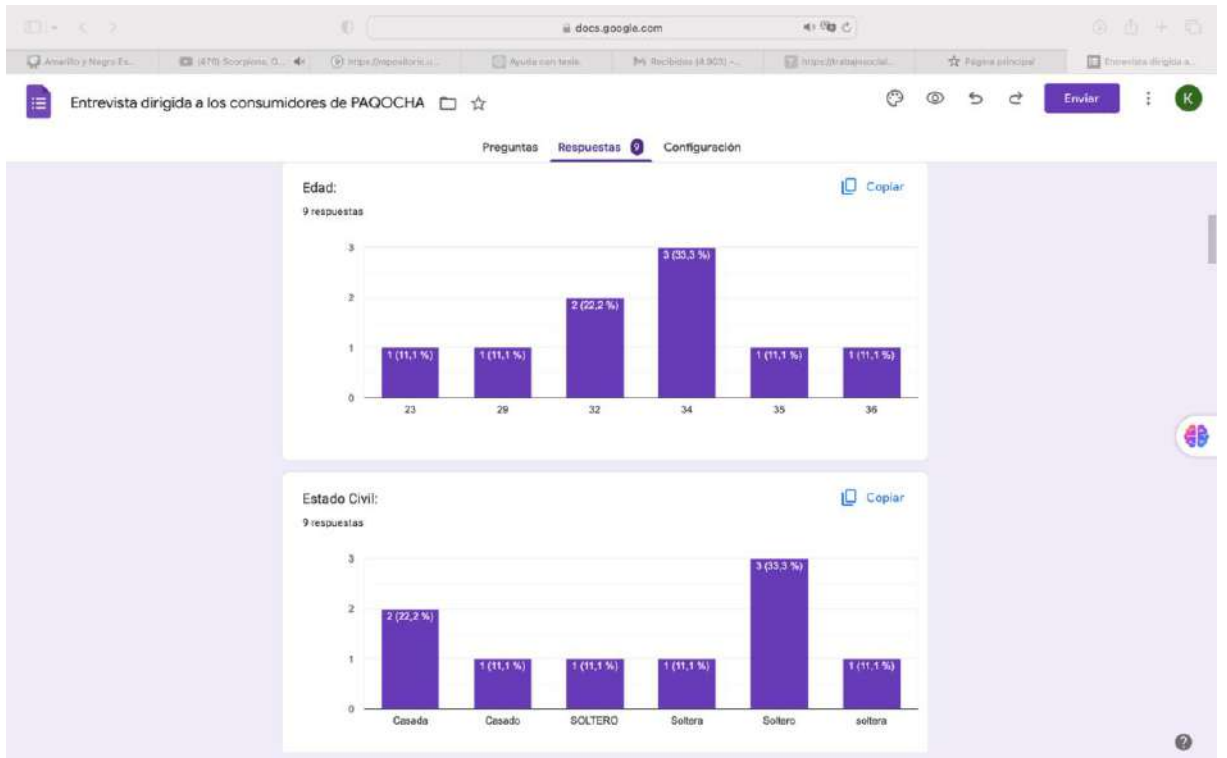
Eleonor Garrido

Alexander Müller

Keria Gallego Calvo

Marco Pierre Gallego

Martin Soler



¿Cómo llego a conocer acerca de la marca Paqocha?

9 respuestas

- Vi mucho la marca en redes sociales primero, luego en publicidad de su tienda física
- HE VISTO SUS PRODUCTOS EN LA CIUDAD DE QUITO
- Me enteré de la marca porque fui de viaje a Ecuador con unos amigos y en una de las ferias en la ciudad de Quito vi el stand
- Descubrí la marca Paqocha gracias a las redes sociales. Vi unas fotos de unos amigos que habían ido de viaje y pues también vi la página de Paqocha
- Fue a través de recomendaciones de amigos que conocí Paqocha.
- Me gustan las cosas hechas a mano, lo rústico y pues conocí la marca por una amiga que tenía un poncho hermoso
- Fui a un viaje de mochila con mis amigos y pase por algunos lugares andinos como Perú y Ecuador
- Conocí la marca Paqocha al buscar opciones de moda sostenible y ética en línea, porque también me

¿Qué lo atrajo inicialmente hacia la marca Paqocha?

9 respuestas

- Me llamó mucho la atención sus diseños artesanales, también saber que son realizados con lana de alpaca

¿Qué lo atrajo inicialmente hacia la marca Paqocha?

9 respuestas

- Me llamó mucho la atención sus diseños artesanales, también saber que son realizados con lana de alpaca
- ME ATRAJO SU MANERA DE REALIZAR LAS PRENDAS PUES SE ENCARGAN DESDE LA CRIANZA DE LA ALPACA, ASEGURANDO QUE NO EXISTA MALTRATO ANIMAL
- Los abrigos de lana son los que más me gustaron porque se veía un trabajo súper artesanal
- pues su historia principalmente, a primera vista me gustaron las prendas pero al escuchar la historia fue mucho mejor
- Su historia y también la información que encontré sobre ellos por internet
- Creo que saber que está hecho por personas que le dedican tiempo a hacer las cosas, me gusta que en la etiqueta venga escrito el nombre de los artesanos que tejieron
- La forma en la que inician en proceso de diseño y producción de las prendas

¿Con qué frecuencia compra productos de esta marca Ecuatoriana?

9 respuestas

- Aproximadamente una vez cada 2-3 meses

¿Con qué frecuencia compra productos de esta marca Ecuatoriana?

9 respuestas

- Aproximadamente una vez cada 2-3 meses
- RARA VEZ
- En la feria compre algunas cosas para mi familia y tambien suelo pedir via on Line
- Yo diria que cada año hago una compra un tanto grande,
- 2-3 veces cada dos años tal vez, solo cuando visito Ecuador
- Tal vez unas 2 a 3 veces al año por temporadas de frío
- habitualmente pero no sabria decir cuantas veces, me gusta la marca
- Mi frecuencia de compra de productos de Paqocha varia, pero suelo adquirir algo de la marca cada temporada de invierno
- Como productos de la marca Paqocha ocasionalmente, dependiendo de nuevas colecciones o

¿Podría habiarnos de su experiencia de compra en el sitio web o de ser el caso de forma presencial en el Show room de Paqocha?

9 respuestas

- La compra en su tienda online es muy buena, el envío es muy rápido.
Su tienda representa de manera exacta a Ecuador, la atención de los trabajadores es muy buena y

¿Podría habiarnos de su experiencia de compra en el sitio web o de ser el caso de forma presencial en el Show room de Paqocha?

9 respuestas

- La compra en su tienda online es muy buena, el envío es muy rápido.
Su tienda representa de manera exacta a Ecuador, la atención de los trabajadores es muy buena y agradable
- HE COMPRADO MEDIANTE EL SITIO WEB, EL SITIO WEB ES BASTANTE FÁCIL DE USAR PERÓ SIEMPRE EXISTEN LOS MISMO PRODUCTOS A COMPRAR, ADEMÁS EL ENVÍO TARDA DEMASIADO
- Personalmente prefiero el stand porque me explicaron toda la historia, la comunicación humana es importante y pues la experiencia es inmersiva
- La pagina web me parece interesante de facil acceso, sin embargo creo que ya no esta activa porque ya no me deja ingresar
- pues no estoy muy familiarizada con el sitio web pero me gusta mucho que la tienda de paqocha es super rústica y pues es en la vivienda de los dueños
- Es un ambiente muy ameno, me gusta que es un ambiente rustico y la presentación de las prendas y la historia que cuenta. El sitio web detalla bien los productos

¿Puede mencionar un producto específico de Paqocha que lo haya impresionado?

9 respuestas

- Los diseños minimalistas y los cortes de los ponchos me impresionaron cuando los vi, son muy

¿Puede mencionar un producto específico de Paqocha que lo haya impresionado?

9 respuestas

Los diseños minimalistas y los cortes de los ponchos me impresionaron cuando los vi, son muy tradicionales de Ecuador

ME LLAMAN BASTANTE LA ATENCIÓN LOS CHALECOS TEJIDOS A MANO

Sus ponchos que se ven muy artesanales

Me encanta la ropa infantil, siempre compro como un regalo para mi sobrina pequeña

las bufandas infinitas son de mis favoritas porque vienen en mas colores y tipos de tejido

El poncho de mi amiga, era muy hermoso, tenía un diseño muy bonito que combine diferentes colores

Me gustaron los bolsos y la ropa de bebe

El suéter de lana de alpaca con detalles bordados de Paqocha me impresionó por su suavidad y los detalles meticulosos en las mangas.

Con respecto al diseño de estas prendas ¿Qué aspectos estéticos de los productos Paqocha son los más atractivos para usted?

9 respuestas

Me llama mucho la atención los diseños artesanales, los colores que lleva y los terminados que tienen sus prendas son lo más atractivo para todos!

Con respecto al diseño de estas prendas ¿Qué aspectos estéticos de los productos Paqocha son los más atractivos para usted?

9 respuestas

Me llama mucho la atención los diseños artesanales, los colores que lleva y los terminados que tienen sus prendas son lo más atractivo para todos!

ME GUSTA MUCHO QUE LAS PRENDAS SON TEJIDAS A MANO

De los productos que compre me gusta las formas que combinan en el tejido, se parece a una mandala

Yo creo que las prendas son diferentes y pues tambien que se ven productos artesanales

el juego de los colores y tambien la combinación de tejidos

Lo que me gusta es que nada se parece. Le quería regalar uno a mi mamá pero no encontré el mismo

yo creo que la manera en que juegan con patrones y formas, manteniendo una armonía visual

La elegancia en la simplicidad del diseño de Paqocha es lo que más me atrae. Los cortes simples y las tonalidades suaves

¿Cree usted que la narrativa cultural de la marca, como el uso de materiales locales o la promoción de artesanía y comercio justo, es un factor atractivo para la compra?

9 respuestas

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

¿Cree usted que la narrativa cultural de la marca, como el uso de materiales locales o la promoción de artesanía y comercio justo, es un factor atractivo para la compra?

9 respuestas

Definitivamente si, a mi me cautivó la historia de como se hacen estas prendas

para mi sin duda, sobretodo porque yo soy muy ambientalista y he trabajado en empresas de moda rapida y me parece muy injustas algunas situaciones

Me gusta que sea confeccionado con materiales naturales y me alegra saber que contribuyo con manos ecuatorianas

En si no es mi cultura pero me gustan detalles que manejan y como dije valoro mucho el trabajo de los artesanos

Absolutamente. El hecho de que se comprometan con materiales locales y promuevan la artesanía y el comercio justo me parece importante

Saber que estoy apoyando prácticas sostenibles y comunidades locales hace que la experiencia de compra sea más significativa.

Si, considero que la narrativa cultural de Paqocha es un factor atractivo

¿De que manera el comercio justo y las prácticas éticas de la marca influye en su decisión de compra?

9 respuestas

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

¿De que manera el comercio justo y las prácticas éticas de la marca influye en su decisión de compra?

9 respuestas

Si además de tener diseños únicos la sostenibilidad es muy importante para mí por lo que me gusta más consumir prendas de este tipo

Si

La verdad no era un tema que me interesaba mucho, pero si le da un plus

Realmente yo creo que al momento de pagar, porque estos precios al conocer como se hace la prenda se pagan solos

De manera positiva porque pues si no supiera todo el proceso que hay por detras no compraría

Si

La ética y el comercio justo son factores clave en mi elección de compra. Contribuir al bienestar de las comunidades y apoyar prácticas sostenibles

Apoyar una marca que se preocupa por las comunidades y el medio ambiente es esencial para mí.

¿Existen detalles constructivos que resalten la singularidad y autenticidad de las prendas en comparación con opciones más convencionales en el mercado?

9 respuestas

Si, sus diseños artesanales y el material de alpaca con el que está hecho no se los encuentra fácilmente

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

¿Existen detalles constructivos que resalten la singularidad y autenticidad de las prendas en comparación con opciones más convencionales en el mercado?
9 respuestas

Si

Pues sí, es muy difícil ver esto en Barcelona y es la primera vez que veo un emprendimiento así podrían ser los bordados de las prendas, o tal vez las puntadas de costura

Pues claro, todo se ve hecho a mano, las demás prendas son industrializadas, aparte que todo el mundo las tiene

Creo que sí, porque algunos tienen patrones muy bonitos.

Si, los patrones singulares y también que cada prenda es única y no se vuelve a repetir

si DEFINITIVAMENTE creo que son productos únicos que no se pueden comparar con la moda rápida

los patrones de las prendas son diferentes y el estilo es lo más característico además de los patrones de las costuras tejidas

¿Qué opinión tiene sobre la adaptación de Paqocha a las tendencias de moda europea sin perder su identidad cultural?
9 respuestas

Son tan básicos los diseños de la marca que se puede adaptar a cualquier cultura

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

¿Qué opinión tiene sobre la adaptación de Paqocha a las tendencias de moda europea sin perder su identidad cultural?
9 respuestas

Son tan básicos los diseños de la marca que se puede adaptar a cualquier cultura

AL SER PRENDAS MINIMALISTAS, PUEDEN ADAPTARSE FÁCILMENTE A LAS TENDENCIAS DE LA MODA

Me parece que es bastante versátil

Siento que son prendas que se pueden combinar fácilmente

Yo pienso que los colores y los tejidos van muy bien, porque se ve la esencia de la marca pero no deja de ser comercial

Pues creo que estos productos ecuatorianos son bonitos y favorecen la adaptación de su cultura por el hecho de que los tejidos son únicos.

La capacidad de Paqocha para seguir las tendencias europeas sin perder su identidad cultural muestra una estrategia inteligente y respetuosa de mantener su autenticidad.

Opino que la habilidad de Paqocha para adaptarse a las tendencias europeas sin perder su identidad

¿Cree usted que los productos de Paqocha ofrecen una buena relación calidad-precio en el mercado europeo?
9 respuestas

Si sus artesanías al ser hechas a mano añaden un valor adicional el cual es conforme a la calidad-precio

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

¿Cree usted que los productos de Paqocha ofrecen una buena relación calidad-precio en el mercado europeo?
9 respuestas

Si sus artesanías al ser hechas a mano agregan un valor adicional el cual es conforme a la calidad-precio

SUS PRODUCTOS SI TIENEN BUENA RELACIÓN PUES HAY QUE CONSIDERAR TAMBIÉN QUE EL PROCESO EMPIEZA DESDE EL CUIDADO DE LOS ANIMALES

si lo vez de primera no, pero al conocer la historia y la producción es un valor justo

Tomando en cuenta que aquí ganamos bien, si pero no hay que dudar que también es un producto lujoso

Relativamente, depende de la situación económica de cada persona

Para mí está bien, existen otras marcas que venden algunos productos similares a precios mayores y de menor calidad, sin embargo el hecho de saber que cada poncho o cada prenda es única lo hace especial.

Absolutamente, la relación calidad-precio de los productos de Paqocha es notable y competitiva

Los precios son elevados si pero realmente valen la pena

¿Que podría mejorar la marca, o cual sería su retroalimentación acerca de los productos Paqocha?
9 respuestas

Desde la obtención de la materia prima hasta su producto final es un proceso que merece más

Entrevista dirigida a los consumidores de PAQOCHA

Preguntas Respuestas Configuración

Los precios son elevados si pero realmente valen la pena

¿Que podría mejorar la marca, o cual sería su retroalimentación acerca de los productos Paqocha?
9 respuestas

Desde la obtención de la materia prima hasta su producto final es un proceso que merece más conocimiento, las manos artesanas de Ecuador son impresionantes a mi parecer para darnos esos productos con sus diseños.

SON PRENDAS ATEMPORALES POR LO QUE PERDURARÁN EN EL TIEMPO. ME GUSTA QUE ESTE TIPO DE MARCAS SE DEN A CONOCER EN EL MUNDO PARA ESPARCIR LA CULTURA ECUATORIANA

Me gustaria que exista mucha mas difusión, no he escuchado hablar tanto sobre la marca aquí

arrreglo de pagina web porque al momento quiero realizar una compra

Creo que pueden mejorar o diversificar en cuestion de bordados o colores de la lana de sus productos

Tal vez que tenga colores más variados y otro tipo de prendas

Me gustaria que hagan seguimiento al cliente o que envíen un catalogo personalizado

Me gustaria que se introduzca de mejor manera o se cuente la historia de estos productos de una forma