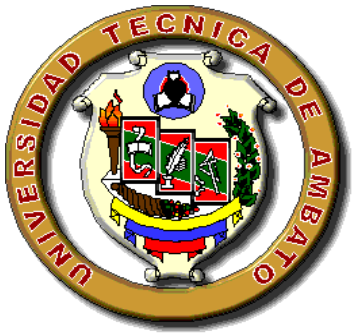


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

"Crear una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa CHARL'S BORDADOS"

Modalidad: Proyecto Integrador

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Textil e Indumentaria otorgado por la Universidad Técnica de Ambato

Autora: Pérez Rodríguez Evelyn Xiomara

Tutor: Mg. Guamán Llamuca Carlos Alberto

Ambato – Ecuador

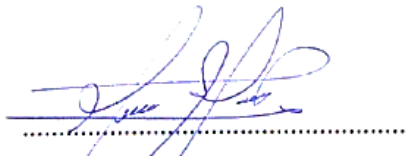
Junio 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de titulación sobre el tema: “Crear una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa Charl’s bordados” de la alumna Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho Trabajo de titulación bajo la Modalidad de Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad, el mismo que responde las normas establecidas en el Reglamento para la titulación de Grado en 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, Junio 2024



Mg. Carlos Alberto Guamán Llamuca

C.C: 1803393501

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez con cédula de ciudadanía No. 1804563144, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de titulación, modalidad Proyecto Integrador bajo el tema: Tema **"Crear una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa Charl's bordados"** 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 Titulación.

Ambato, Junio de 2024

Evelyn Pérez

.....

Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez

C.C.: 1804563144

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez con C.C 1804563144 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"CREAR UNA COLECCIÓN DE PRENDAS MAXIMALISTAS INCLUSIVAS COMO UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO EN LA EMPRESA CHARL'S BORDADOS",** autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación 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 Trabajo de titulación 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 autora.

Ambato, 18 de junio de 2024

Evelyn Pérez

.....

Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez

C.C.: 1804563144

AUTORA

TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado del trabajo de titulación , Modalidad Proyecto Integrador sobre el **"CREAR UNA COLECCIÓN DE PRENDAS MAXIMALISTAS INCLUSIVAS COMO UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO EN LA EMPRESA CHARL'S BORDADOS",** de Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de la Facultad de Diseño y Arquitectura de conformidad con el Reglamento para la Titulación de Grado para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato, una vez revisado y calificado.

Ambato, junio 2024

Para constancia firman:

_____

Título. Nombres y Apellidos
PRESIDENTE
C.C.:

_____	_____
Título. Nombres Apellidos	Título. Nombres Apellidos
MIEMBRO TRIBUNAL DE GRADO	MIEMBRO TRIBUNAL DE GRADO
C.C.:	**C.C.:**

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a mi familia, aquellos que son y siempre han sido mi fuente de inspiración y apoyo a lo largo de esta travesía académica.

A mis padres, mis queridos padres con su amor incondicional y sacrificios han sido la base de mi educación y éxitos. Agradezco su paciencia y aliento constante.

A mis profesores y mentores, cuya orientación y sabiduría han iluminado mi camino académico. Sus enseñanzas han sido invaluables para mi crecimiento intelectual.

A mis amigos, por su comprensión, a mis seres queridos por su aliento en los aquellos momentos de desafío. Gracias por compartir este viaje conmigo.

Este trabajo está dedicado a todos aquellos que han dejado una huella positiva en mi vida, en mi carrera y que han contribuido a mi desarrollo como investigador. Su influencia perdura en cada página de este proyecto.

Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero y profundo agradecimiento a todas las personas involucradas quienes han contribuido a la realización de este proyecto de investigación. Agradezco especialmente a mi director de tesis, Mg. Carlos Guamán, por su orientación experta y valiosos comentarios. También a la Facultad de diseño y Arquitectura por darme la oportunidad de ser una profesional. A cada uno de ustedes, gracias por ser parte de este viaje académico y contribuir al éxito de este proyecto.

Evelyn Xiomara Pérez Rodríguez

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA ..... **i**

APROBACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ..... **iii**

DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**

TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

ÍNDICE DE GENERAL ..... **viii**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **ix**

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES ..... **x**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

INTRODUCCIÓN **1**

CAPITULO I **3**

1 ANTECEDENTES GENERALES **3**

1.1 Nombre del Proyecto 3

1.2 Antecedentes (Estados de Arte) 3

1.3 Justificación 7

1.4 Planteamiento del problema 8

1.4.1 Pregunta de Investigación 9

1.5 Objetivos 9

1.5.1 Objetivo general 9

1.5.2 Objetivos específicos 10

CAPÍTULO II **11**

2 MARCO REFERENCIAL **11**

2.1 Marco Conceptual 11

2.2 Diseño 11

2.3 Clasificación de Diseño 12

2.3.1 Diseño de Moda 13

2.3.2 Características del Diseño de Modas 13

2.3.3 Diseño de Instrumentaria 14

2.3.4 Diseño social 15

2.3.4.1 La inclusión en el diseño social 16

2.3.5 Diseño de Indumentaria 17

2.3.6 Maximalismo 17

2.3.6.1 Características que presenta el maximalismo 18

2.3.6.2 Prendas maximalistas 18

2.3.6.3 La inclusión en una colección de prendas maximalistas 19

2.3.7 Género 20

2.3.7.1 Características del Genero 20

2.3.7.2 Tipos de genero 21
2.3.8 Comercialización 23
2.3.8.1 Comercialización de prendas de vestir 24
2.3.9 Marketing 25
2.3.10 Modelos de Negocios 26
2.3.10.1 Tipos de modelos de negocios 27
2.3.10.2 Modelo Canvas 30
2.4 Marcas referentes y/o aspiracionales 31
2.4.1 Visionario 33
CAPÍTULO III 37
3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO 37
3.1 Análisis externo 37
3.1.1 Análisis PEST 37
3.1.1.1 Entorno político 37
3.1.1.2 Entorno económico 39
3.1.1.3 Entorno social/ cultural 40
3.1.1.4 Entorno Tecnológico 42
3.1.1.5 Entorno ambiental 43
3.1.1.6 Entorno legal 45
3.1.2 Tendencias de consumo 46
3.1.3 Segmentación del mercado potencial 48
3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia 49
3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial 53
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 53
3.2 Análisis interno 68
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles 68
3.2.2 Análisis Cadena de valor 71

3.2.3 Detalle de la cadena de valor específica para la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas en la empresa Charl's Bordados 71
3.2.3.1 Eslabón de investigación y desarrollo 75
3.2.3.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima 79
3.2.3.3 Eslabón de producción 80
3.2.3.4 Eslabón de comercialización 81
CAPÍTULO IV 83
4 MARCO METODOLÓGICO 83
4.1 Estudio de público objetivo 83
4.1.1 Modelo de encuesta y/o entrevista 83
4.2 Selección de la muestra 84
4.3 Técnicas de estudio 85
4.3.1 Cualitativa 85
4.4 Elaboración e interpretación de los datos 85
4.4.1.1 Entrevistas a participantes 88
4.5 Conclusiones 92
CAPÍTULO V 93
5 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION 93
5.1 Cronograma de producción 93
5.2 Control de calidad 94
5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 94
5.4 Requerimientos de mano de obra 95
5.5 Seguridad industrial y medio ambiente 96
5.5.1 Medio ambiente y riesgos laborales 98
CAPÍTULO VI 99
6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA 99

6.1 Descripción del Producto o Servicio 99
6.1.1 Brain storming 111
6.2 Perfil del Cliente 112
6.2.1 Moodboard del perfil del cliente 115
6.3 Identidad de Marca 115
6.3.1 Nombre de la marca 115
6.3.2 Esencia de la marca 116
6.3.3 Valores de la Marca 116
6.4 Uso de la marca 117
6.4.1 Logotipo 117
6.4.2 Tipografía 119
6.4.3 Aplicaciones 120
6.5 Análisis de color de la propuesta 123
6.5.1 Paleta de Color de la Propuesta 123
6.6 Tendencia 123
6.6.1 Macrotendencia 123
6.6.2 Tendencia 124
6.7 Concepto de la propuesta 125
6.8 Elementos del diseño 126
6.8.1 Siluetas 126
6.8.2 Proporción y línea 126
6.8.3 Función 126
6.8.4 Detalles 127
6.8.5 Estilo 127
6.9 Estampados, bordados y acabados, terminados 127
6.9.1 Materiales e insumos 127
6.10 Sketch o bocetos 130

6.11 Fichas Técnicas 131
6.11.1 Ficha de Diseño Integral 131
6.11.2 Ficha de Patronaje 138
6.11.3 Ficha de Ruta Operacional 144
6.12 Photobook 149
6.13 Costos de Producción 156
6.13.1 Costos Fijos 156
6.13.2 Costos Variables 157
6.13.3 Costo Total 157
6.13.4 Costo Uniario 158
6.13.5 Utilidad 158
6.13.6 Costo de Venta 159
6.13.7 Punto de Equilibrio 159

MATERIALES DE REFERENCIA 164

CONCLUSIONES..... 164

RECOMENDACIONES..... 165

BIBLIOGRAFÍA..... 166

ANEXOS 171

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: *Análisis de los 9 bloques del modelo de negocios CANVAS* 31
Tabla 2: *Marcas Referentes* 32
Tabla 3: *Factores involucrados en el incremento del IVA* 37
Tabla 4: *Estabilidad política* 38
Tabla 5: *Percepciones empresariales* 50
Tabla 6: *Modelo de Negocios ZARA* 54
Tabla 7: *Modelo de Negocio H&M* 55
Tabla 8: *Modelo de Negocios Vans* 55
Tabla 9:*Benchmarking* 56
Tabla 10: *Recursos internos de la empresa* 68
Tabla 11: *Unificación de Respuestas* 88
Tabla 12: *Matriz de triangulación concurrente* 92
Tabla 13: *Cronograma de Producción* 93
Tabla 14 *Seguridad:* 97
Tabla 15: *Modelo de negocio Charl´s bordados* 100
Tabla 16: *Materiales* 127
Tabla 17: *Insumos* 128
Tabla 18: *Costos Fijos* 156
Tabla 19: *Maquila y sublimado* 156
Tabla 20: *Costos variables de materia prima* 157
Tabla 21: *Costo Total* 157
Tabla 22: *Costo Unitario* 158
Tabla 23: *Utilidad* 158
Tabla 24: *Costo de Venta* 159
Tabla 25: *Punto de Equilibrio* 159
Tabla 26: *Ejemplo 1* 160
Tabla 27: *Ejemplo 2* 161
Tabla 28: *Ejemplo 3* 162
Tabla 29: *Ejemplo 4* 163

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: *Clasificación de Diseño* 12
Ilustración 2: *Clasificación de Diseño* 16
Ilustración 3: *Inclusión* 19
Ilustración 4: *Género* 21
Ilustración 5: *Comercialización de prendas de vestir* 25
Ilustración 6: *Marketing* 26
Ilustración 7: *Tipos de Modelo de Negocios* 30
Ilustración 8: *Diversidad de Modelos* 33
Ilustración 9: *Atractivos* 33
Ilustración 10: *Inspiración Cultural* 34
Ilustración 11: *Detalles* 34
Ilustración 12: *Sostenibilidad en la moda* 35
Ilustración 13: *Creativas con diseñadores* 35
Ilustración 14: *Creativas con diseñadores* 36
Ilustración 15: *Creativas con diseñadores* 36
Ilustración 16: *Gasto por categoría de los hogares en Ecuador:* 47
Ilustración 17: *Mano de Obra* 96
Ilustración 18: *Brain storming* 112
Ilustración 19: *Perfil del Usuario* 113
Ilustración 20: *Aspectos demográficos* 113
Ilustración 21: *Perfil* 114
Ilustración 22: *Aspectos psicográficos* 114
Ilustración 23: *Moodboard* 115
Ilustración 24: *Logotipo* 117
Ilustración 25: *Paleta de Colores* 118
Ilustración 26: *Aplicación del Logo* 118
Ilustración 27: *Tipografía Corporativa* 119
Ilustración 28: *Aplicación 1* 120
Ilustración 29: *Aplicación 2* 120
Ilustración 30: *Aplicación 3* 121
Ilustración 31: *Aplicación 4* 121

Ilustración 32:*Aplicación 5* 122
Ilustración 33: Aplicación 6 122
Ilustración 34: Paleta de color propuesta (Estampado) 123
Ilustración 35: Paleta de color propuesta 123
Ilustración 36: Modboard Tendencia 124
Ilustración 37: *Insumos* 129
Ilustración 38: *Diseño Plano 1* 130
Ilustración 39: *Diseño Plano 2* 130
Ilustración 40: *Ficha de diseño integral 2.* 131
Ilustración 41: *Ficha de diseño integral 3* 132
Ilustración 42: *Ficha de diseño integral 4* 133
Ilustración 43:*Ficha de diseño integral 5* 134
Ilustración 44:*Ficha de diseño integral 6* 135
Ilustración 45: Ficha de diseño integral 7 136
Ilustración 46:*Ficha de diseño integral 8* 137
Ilustración 47: *Ficha de diseño de patronaje y marcada 1* 138
Ilustración 48:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 2* 139
Ilustración 49:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 3* 140
Ilustración 50: *Ficha de diseño de patronaje y marcada 4* 141
Ilustración 51:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 5* 142
Ilustración 52:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 6* 143
Ilustración 53: *Ficha de ruta operacional 1* 144
Ilustración 54:*Ficha de ruta operacional 2* 145
Ilustración 55: *Ficha de ruta operacional 3* 146
Ilustración 56: *Ficha de ruta operacional 4* 147
Ilustración 57: *Ficha de ruta operacional 5* 148
Ilustración 58: *Fotografía de la propuesta final* 149
Ilustración 59: *Fotografía de la propuesta final.* 150
Ilustración 60: *Fotografía de la propuesta final* 151
Ilustración 61: *Fotografía de la propuesta final primera colección* 152
Ilustración 62: *Fotografía de la propuesta final segunda colección* 153
Ilustración 63: *Fotografía de la propuesta final.* 154
Ilustración 64: *Fotografía de la propuesta final.* 155

Ilustración 65: *Layout*..... 171
Ilustración 66: *Firmas 1* 172
Ilustración 67: *Firmas 2* 173

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación se enfoca en introducir a la empresa Charl's Bordados un nuevo modelo de negocios que permita lanzar una colección vanguardista de prendas maximalistas inclusivas para los grupos LGBTIQ+ sin dejar a un lado el ingreso a nuevos clientes que se identifiquen con nuestras prendas. El objetivo primordial Diseñar una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio para la empresa Charl's bordados, se pretende tomar como referencia los modelos de negocios de algunas empresas y que en si hayan sido casos de éxito. La propuesta se centra en fusionar el arte de bordados, estampados con una tendencia maximalista y única que tengan un enfoque inclusivo. Se espera que esta iniciativa no solo amplíe la diversidad del catálogo de productos, sino que también transforme el modelo de negocio de Charl's Bordados, posicionándolo como líder en la moda inclusiva y creativa. La entrevista que se realizó a las 20 miembros de la comunidad a un profesional de diseño y al gerente permitió unificar a cinco mejores criterios para conocer sus gustos, preferencias e inclusive el poder adquisitivo, sabemos que la investigación tiene un enfoque cualitativo ya que permite conocer las características principales para saber de manera acertada el producto que se va a ofertar a la población LGBTIQ+ cabe recalcar que el mercado queda abierto a todas aquellas personas que deseen adquirir los productos de esta nueva línea de negocios inclusiva. Este proyecto abordará aspectos como la investigación del mercado, metodología de implementación y tecnologías necesarias para llevar a cabo esta innovadora propuesta.

PALABRAS CLAVES: COLECCIÓN MAXIMALISTA – MODA INCLUSIVA – MODELO DE NEGOCIO – BORDADOS – DIVERSIDAD.

ABSTRACT

The research project focuses on introducing a new business model to Charl's Embroidery company that will enable the launch of a cutting-edge collection of inclusive maximalist garments for the LGBTIQ+ community, while also targeting new customers who identify with our products. The primary objective is to design a collection of inclusive maximalist garments as a new business model for Charl's Embroidery, drawing inspiration from successful business models of other companies. The proposal aims to merge the art of embroidery and prints with a unique maximalist trend that has an inclusive focus. It is expected that this initiative will not only expand the diversity of the product catalog but also transform Charl's Embroidery's business model, positioning it as a leader in inclusive and creative fashion. The interview conducted with 20 members of the community, a design professional, and the manager allowed for the identification of the top five criteria to understand their tastes, preferences, and purchasing power. It is understood that the research has a qualitative approach as it allows for a precise understanding of the main characteristics to effectively determine the product to be offered to the LGBTIQ+ population. It is worth noting that the market is open to all individuals who wish to purchase products from this new inclusive business line. This project will address aspects such as market research, implementation methodology, and necessary technologies to carry out this innovative proposal.

KEYWORDS: MAXIMALIST COLLECTION – INCLUSIVE FASHION – BUSSINESS MODEL - EMBROIDERY - DIVERSITY

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación que se está llevando a cabo, "Crear una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa Charl's Bordados", surge de una visión para transformar el negocio. La empresa, ubicada en la parroquia Pishilata (la Joya) de la provincia de Tungurahua en la ciudad de Ambato, cuenta con más de 20 años de experiencia en servicios de bordados en parches, sellos, escudos, ropa, gorras, entre otros, además de ofrecer servicios de corte láser en textiles.

Se decidió explorar un nuevo modelo de negocio que permita crear una colección de prendas maximalistas inclusivas, con el objetivo de adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado y fortalecer la identidad de la marca. En el CAPÍTULO I, denominado "Antecedentes Generales", se proporciona una introducción al proyecto y se justifica por qué se está desarrollando este nuevo modelo de negocio, estableciendo los objetivos tanto generales como específicos.

En el CAPÍTULO II, se aborda el marco referencial donde se exponen aspectos teóricos y conceptos relacionados con las prendas maximalistas y modelos de negocios, con el fin de tener una comprensión más precisa durante el desarrollo de la investigación.

El CAPÍTULO III se centra en la investigación de mercado, explorando el entorno externo mediante el análisis PEST, donde se identifican tendencias de consumo y segmentación del mercado. También se profundiza en el análisis de la competencia a través del benchmarking y se realiza un análisis interno evaluando los recursos propios y disponibles.

El CAPÍTULO IV puntualiza el marco metodológico donde se define el público objetivo, se establece un modelo de entrevista y se selecciona la muestra. Además, se abordan aspectos como el acceso a las personas que participarán en la encuesta, los costos y recursos, así como las técnicas de estudio y la interpretación de datos.

El CAPÍTULO V describe las tecnologías necesarias para la producción, presentando un cronograma de producción, el control de calidad, los equipos e infraestructura requeridos, así como los aspectos relacionados con la seguridad industrial y el medio ambiente.

Finalmente, en el CAPÍTULO VI, se presenta la propuesta, desde la descripción del producto hasta la creación del perfil del cliente y el análisis de costos. Se explora la identidad de la marca, incluyendo elementos como el logotipo y la paleta de colores, y se realiza un análisis detallado de los costos fijos, variables, totales, unitarios, la utilidad y el costo de venta.

CAPITULO I

1 ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del Proyecto

"Crear una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa Charl's bordados"

1.2 Antecedentes (Estados de Arte)

El proyecto desarrollado por Ramírez (2023) "Modelo de negocio para el desarrollo de indumentaria GAMER en la ciudad de Ambato" surge del importante crecimiento de la comunidad GAMER en los últimos años, impulsado por la expansión de Internet y la globalización. Aunque el mercado es influyente, en Ambato no se utiliza. El objetivo principal es desarrollar modelos de negocio que satisfagan las necesidades específicas de la comunidad mediante el estudio de las preferencias, tendencias y estándares de calidad de la comunidad. En cooperación con los representantes de GAMERS, se recopila información clave en forma de encuestas y entrevistas, que luego se analizan cuidadosamente y se utilizan como base para la creación e invención de una gama de ropa adecuada.

Este estudio destaca la importancia de estudiar casos de la vida real y utilizar métodos de recopilación de datos para identificar claramente la cultura de la comunidad GAMER e identificar áreas de enfoque específicas de las industrias comunitarias tradicionales. Esto introdujo un modelo de negocio especializado con el potencial de proporcionar ropa de calidad y rentable que satisfaga la demanda de una manera innovadora.

Rodríguez (2018) en su investigación denominada "Comunicación publicitaria en la industria de la moda: branded content, el caso de los fashion films", destaca que la sobreproducción de ropa

causada por la moda rápida y barata y las cadenas de tiendas crea problemas ambientales y sociales y, a menudo, carece de una identidad local. Por el contrario, este proyecto pretende ofrecer soluciones para las mujeres urbanas que valoran la sostenibilidad y la identidad cultural de la ropa. Para lograrlo, se enfoca en cuatro objetivos específicos: reciclar materiales, diseñar ropa multifuncional, reinterpretar las técnicas textiles de diseñadores locales e incorporar elementos de la cultura chilena. Los métodos utilizados incluyeron investigación cualitativa, trabajo de campo y análisis de referencia, dando como resultado una colección de 5 prendas de seda reciclada que son versátiles, atemporales y aptas para todas las estaciones.

El proyecto no sólo aborda la sostenibilidad y la autenticidad local de una manera minimalista, sino que también amplía su alcance al abordar la inclusión y la diversidad, haciéndolo relevante para una audiencia más amplia y diversa.

En el caso de la investigación de Campoblanco (2019),” La venta online de prendas de vestir personalizadas para caballeros en Sao Paulo” su principal objetivo es permitir que el mercado venda directamente a los consumidores brasileños y evaluar la percepción de la calidad del algodón Pima en Brasil. La ventaja comparativa es el acceso al algodón Pima de alta calidad, mientras que la ventaja competitiva se basa en las siguientes características: singularidad, innovación y calidad de la ropa individual. La estrategia de promoción incluye campañas de marketing y cooperación con instituciones e influencers del estado de São Paulo. "APP PERUVIAN PIMA" es una empresa peruana enfocada en la venta de ropa personalizada B2C online en Perú, mantenimiento de prendas como camisas y polos, dirigida a hombres jóvenes y adultos en São Paulo.

Este estudio contribuye significativamente al enfoque en la exclusividad, la innovación y la calidad de la ropa personal y única, así como a la estrategia publicitaria propuesta, que incluye la colaboración con instituciones públicas y personas influyentes para fortalecer su posición en este mercado diverso.

En cuanto a la investigación realizada por Trelles y Carrasco (2020) denominada “Diseño de indumentaria desde la emoción una alternativa para una línea inclusiva”, muestra que el actual diseño

maximalista de ropa para niños con discapacidad física no cubre todos los aspectos de la ropa, limitando su interacción social y su desarrollo durante la infancia. Para abordar esto, el programa identifica las necesidades funcionales, sociales y emocionales de estos niños y se desarrolla desde una perspectiva de diseño universal y basada en las emociones. La propuesta se centra en todo lo relacionado con la creación de prendas maximalistas inclusivas, teniendo en cuenta las necesidades y desafíos específicos del grupo objetivo.

Esta investigación contribuye significativamente a comprender la falta de inclusión en la vestimenta maximalista de niños con discapacidad física y ofrece una alternativa que aborda sus necesidades funcionales, sociales y emocionales, promoviendo un enfoque más holístico e inclusivo de la vestimenta infantil. Un enfoque más sensible, a su vez, promueve su desarrollo y bienestar.

Por otro lado, la investigación de Mindiolaza y Miranda (2020) con el tema "Diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología Canvas" en desarrollar un modelo de negocio para fabricar y vender ropa deportiva a nivel nacional utilizando la metodología Canvas como guía estratégica. Este abordaje incluyó un análisis teórico exhaustivo de los nueve bloques que componen el lienzo y una encuesta online a estudiantes de la Universidad de Guayaquil sobre sus hábitos de ropa deportiva, que reveló una alta demanda. Los resultados recopilados refinaron el modelo Canvas y la estrategia de marketing para lograr un entorno estable con influencia en el mercado y resaltar las características de la ropa deportiva, lo que llevó a la conclusión de que la empresa es totalmente viable.

El objetivo de este estudio es desarrollar un modelo de negocio sólido dirigido a la fabricación y venta de ropa deportiva a nivel nacional, complementado con estrategias de marketing efectivas para mejorar la calidad de la ropa deportiva.

Baque (2020) con el tema "Creación de una empresa online comercializadora de diseños personalizados en prendas textiles y accesorios" propone un negocio que mantenga prendas y accesorios personalizados mediante el modelo dropshipping, respaldando su propuesta en diseños únicos y precios atractivos.

La investigación de Baculima (2021) cuyo tema "Modelo de negocio canvas para la producción comercialización de prendas de vestir de los talleres artesanales de sastrería del cantón cuenca, a fin de incrementar la productividad y fortalecer su sistema" Se centra en el uso del patrón Canvas para mejorar la producción y comercialización sofisticada de ropa de taller hecha a mano. El objetivo es desarrollar el negocio, mejorar la rentabilidad y fortalecer su posición en la industria textil local. Este enfoque se centra en el análisis de los soportes teóricos, el análisis de diferentes modelos de gestión empresarial y la evaluación de la aplicabilidad del modelo CANVAS en estos talleres. La propuesta propone mejorar la amplia experiencia en la producción y comercialización de prendas de vestir, lo que a su vez aumentará la productividad y mejorará el sistema en estos talleres artesanales.

La investigación de Baculima sugiere utilizar el modelo Canvas para mejorar la producción y comercialización de prendas en talleres de costura artesanal e incrementar su crecimiento y rentabilidad a través de estrategias de mercado innovadoras.

La investigación realizada por Millán (2023) cuyo tema "Elaboración de un plan de negocio para crear vestuarios multifuncionales a Drag Queen en Bucaramanga, desde enero hasta junio del 2023", se enfoca en diseñar y desarrollar planes de negocios de indumentaria multipropósito para el diverso mercado de ropa masculina de Bucaramanga. A medida que exploras los diferentes estilos de ropa en esta comunidad, como reinas del grunge, reinas de la comedia, reinas de belleza, reinas freak y reinas oscuras, encontrarás una conexión con el concepto de versatilidad. En línea con sus objetivos, la propuesta se basa en la capacidad de modificar la ropa para adaptarse a diferentes situaciones, permitiendo utilizar una misma prenda en múltiples escenarios, ahorrando tiempo al usuario y aumentando la confianza y versatilidad de la prenda.

Esta investigación contribuye al desarrollo de un plan de negocios que se enfoca en analizar los beneficios de la población atendida y priorizar aspectos como costo, confianza y versatilidad de la prenda.

El estudio realizado por León (2023), siendo este tema "Plan de Negocios Para el Emprendimiento Being Para la Producción de Prendas de Vestir Para Millennials y Centennials en Santander,

Colombia" tiene como objetivo desarrollar un sólido plan de negocios para la marca de ropa "Being" dirigido a la Generación Millennials y Centennials de Santander Bucaramanga. Este método utiliza el modelo CANVAS para crear un modelo de negocio que siempre está centrado en el cliente y realiza análisis de mercado para comprender las necesidades de los consumidores. Además, también se desarrolló un manual de estrategia de marca e imagen corporativa. Se desarrolló una sólida estrategia de marca para posicionar a "Be" como líder del mercado y crear una imagen corporativa única. La marca se compromete a fomentar la confianza, la rebelión y la innovación proporcionando productos y servicios sostenibles que reflejen la personalidad de sus clientes.

Esta investigación proporciona información clave sobre el mercado de ropa de Santander y las preferencias de los Millennials y Centennials. Además, destaca la importancia de la externalización de procesos, recomendando la creación de un sitio web y el uso de servicios de hosting para reducir costes y aumentar la viabilidad del negocio. Se enfatizó la importancia de controlar los costos, contabilizar los impuestos y las inversiones y mantener relaciones estrechas con los proveedores para asegurar la rentabilidad. El plan de negocio es la base para el éxito de "Being" en el mercado de la confección de Santander, atrayendo los deseos del público objetivo y abordando oportunidades de futuro, como el impacto ambiental de nuestros proyectos en la industria de la confección. Hay un gran potencial de crecimiento.

1.3 Justificación

El presente estudio plantea el diseño de una colección de prendas maximalistas inclusivas proyectando como un nuevo modelo de negocio para la empresa "Charl's bordados", Para este efecto se realizará un análisis de los casos de éxito que han implementado modelos de negocio, a fin de conocer las herramientas de gestión estratégica que han utilizado cada uno de ellos, lo que permitirá establecer los aspectos claves para la motivación en implementar esta línea de ropa.

Los beneficiarios de este proyecto será la comunidad LGBTIQ+ de la ciudad de Ambato, por cuanto al tener a su alcance prendas maximalistas permitirá que

dispongan de una amplia gama de opciones que pueden adaptarse a las preferencias individuales y únicas de cada persona. Esto es fundamental en un contexto donde la inclusión y la representación son aspectos esenciales para promover la aceptación y la igualdad.

Además, el enfoque maximalista desafía los estereotipos de género y promueve la diversidad y la igualdad. Al crear prendas llamativas y con una variedad de estilos y se fomenta la idea de que la moda no tiene género. Otro aspecto relevante es el impacto económico y social que este proyecto puede tener. Al ofrecer una colección de prendas maximalistas dirigidas a la comunidad LGTBI, no solo se atiende a un segmento de mercado, sino que también se generan nuevas oportunidades de empleo y crecimiento empresarial. Esto se traduce en beneficios tangibles tanto para la empresa como para la comunidad en general, al promover la diversidad y la inclusión en el ámbito laboral y comercial.

Este proyecto es factible de realizarlo, ya que la empresa “Charl’s bordados” dispone de la maquinaria necesaria para bordado y contará con los servicios de maquila para tanto para confección, así como también para sublimados y estampados de las prendas.

1.4 Planteamiento del problema

Charl's Bordados se ha distinguido por su maestría en el arte del bordado, produciendo diseños únicos y de alta calidad que han captado la atención de una amplia base de clientes. La empresa ha incorporado tecnologías avanzadas en sus procesos de producción, permitiendo una adaptación constante a las tendencias del mercado. Gracias a esto,

Charl's Bordados está bien preparado para satisfacer la demanda y ofrecer productos distintivos. La reputación de la empresa en el mercado ecuatoriano ambateño es prestigiosa, cimentada en su dedicación a la calidad y la satisfacción del cliente.

La marca se ha propuesto lanzar una colección de prendas maximalistas inclusivas, reflejando no solo un profundo entendimiento de las tendencias actuales de moda, sino también un firme compromiso con la inclusión y la diversidad. Este enfoque atraerá a un nicho de mercado en crecimiento que busca opciones de moda inclusiva, contribuyendo además a un cambio cultural más amplio hacia una mayor aceptación y celebración de la diversidad de género.

La creciente visibilidad y aceptación de la comunidad LGBTI está empujando a la industria de la moda a reevaluar sus prácticas y valores, presentando un desafío considerable. La inclusión de género en la moda maximalista no solo responde a una demanda del mercado, sino que también busca promover un cambio cultural significativo. Las marcas deben adoptar una postura inclusiva y respetuosa para atraer a una audiencia más diversa y posicionarse como líderes en una industria de la moda más equitativa y justa.

No obstante, comprender y aplicar la inclusión de género en la moda maximalista requiere una serie de prácticas y compromisos que pueden transformar tanto la percepción pública como las prácticas internas de la industria. Este desafío implica aumentar la visibilidad y aceptación de la diversidad de género y orientación sexual, desafiando los tabúes históricos y creando un entorno más inclusivo y respetuoso para todos, lo cual no es una tarea fácil y demanda un cambio sustancial en la mentalidad y operación de las empresas de moda.

1.4.1 Pregunta de Investigación

¿Cómo las prendas maximalistas fomentan la inclusión de género?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar una colección de prendas maximalistas inclusivas como un nuevo modelo de negocio para la empresa Charl’s bordados.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar modelos de negocio para su posterior adaptación a través de la revisión bibliográfica para la empresa Charl’s
- Diagnosticar las características de la comunidad LGBTIQ+ a través la aplicación de una entrevista para perfilar al usuario de prendas maximalistas inclusivas orientado al género.
- Proponer un producto para el modelo de negocio a través del proceso proyectual de una colección de indumentaria maximalista inclusiva.

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Conceptual

2.2 Diseño

Para (Raffino, 2021), define a diseño como un proceso de planificación creativa que busca una solución específica, especialmente en ingeniería, industria, arquitectura, comunicación y otros campos relacionados. Además, es una disciplina independiente que desempeña un papel fundamental en el mundo actual, ya que se ha integrado en casi todas las facetas de la vida humana y sigue siendo una de las carreras de estudio más solicitadas a nivel global.

Según (Arbaiza y Huertas, 2018) El proceso de conceptualización y diseño de este proyecto se basará en la creación de prendas y accesorios con rasgos minimalistas combinados con acento de colores brillantes o que contengan estampados atrevidos, texturas ricas y diversos detalles de lujo. Promoveremos la fusión de estilos, épocas y culturas para crear ofertas eclécticas y únicas que celebren la diversidad.

Frascara (2018) mantiene que "el diseño es la base, es un acto fundamental de la creatividad humana que por medio de ella mejora la calidad de nuestras vidas." (p. 9). Es decir, el diseño es un campo creativo y multidisciplinario que implica la planificación, creación y organización de elementos visuales y funcionales para alcanzar un objetivo específico.

Las principales características "implica creatividad y resolución de problemas, donde los diseñadores consideran aspectos estéticos, funcionales y técnicos para lograr soluciones innovadoras y efectivas. (Landa, 2012). También se manifiesta que "el diseño es una disciplina multidisciplinaria, que a menudo involucra la colaboración entre diseñadores gráficos, industriales, arquitectos y otros profesionales para abordar proyectos complejos." (Wong et al., 2014)

El diseño identifica esencialmente las necesidades y expectativas de los usuarios que garantiza su satisfacción a través de la soluciones efectivas y útiles para el interesado, considerar la sostenibilidad como aspecto clave en el diseño moderno el impacto ambiental y social de sus creaciones a partir de la simplicidad y la claridad de los principios fundamentales en el diseño. (Gutiérrez, 2015)

El diseño abarca múltiples disciplinas y se caracteriza por un enfoque en la resolución de problemas, la creatividad y la atención a los detalles estéticos y funcionales. Las pautas incluyen consideraciones del usuario, sostenibilidad y simplicidad en el proceso de diseño.

2.3 Clasificación de Diseño

La clasificación del diseño se puede abordar desde o a partir de diversas perspectivas, y partiendo de la categorización específica del contexto según lo expuesto por (Frascara, 2018), el diseño se clasifica en:

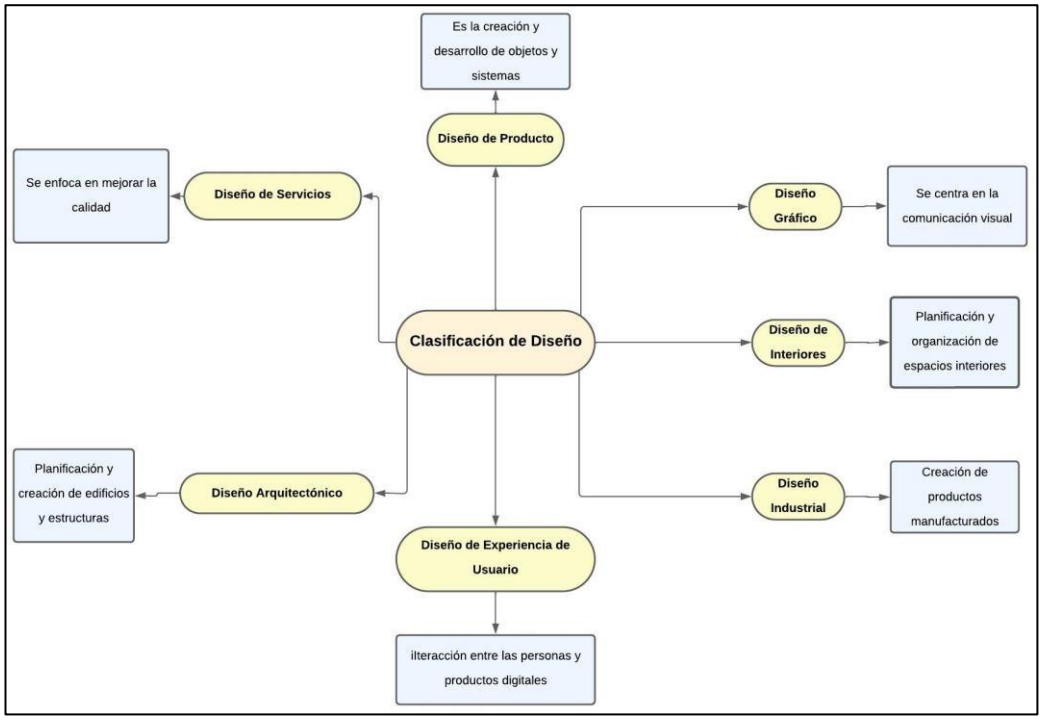


Ilustración 1: *Clasificación de Diseño*
Elaborado por: El autor Frascara (2018)

2.3.1 Diseño de Moda

Implica la creación de prendas y accesorios que según sus objetivos reflejan las tendencias y estilos, que generen una combinación, funcionalidad y estética (Cascón, 2022). Es el proceso creativo de concebir, planificar y crear prendas de vestir y accesorios que reflejan una estética única y expresan la identidad personal y cultural.

El proceso de diseño de moda comienza con la planificación y abarca o comienza con la conceptualización, desde el boceto inicial de la prenda hasta el diseño final y selección de los materiales necesarios, preparación y presentación final en un desfile o tienda de moda. (Mendoza, 2019), este proceso se establece a partir de la influencia cultural y social que tiene el consumidor ya que responde a las tendencias, valores y deseos de la época y del sector al que se pretende atender.

2.3.2 Características del Diseño de Modas

El diseño de moda implica una serie de diversas características distintivas una de la otra, que deben cumplirse según ellos objetivos para que una colección sea exitosa y atractiva establecidas en base lo expuesto por (Pilco, 2019):

- La función y estilo que debe equilibrar la ocupación y la estética, garantizando que las prendas sean prácticas y cómodas, al tiempo que son visualmente atractivas.
- La creatividad es esencial en el diseño de moda, ya que permite a los diseñadores explorar nuevas ideas, materiales y técnicas para innovar en el gran mundo de la moda.
- La Identidad y la Marca Personal propia que mantiene los diseñadores de moda deben desarrollar una marca personal que refleje su estilo y visión únicos.
- La Calidad de Materiales y el proceso de Confección de las prendas que es fundamental para la durabilidad y la percepción de valor en la moda.

- La Innovación y Experimentación de la moda se nutre de la innovación y la experimentación con materiales, técnicas y formas, lo que impulsa la evolución del diseño. (Pilco, 2019).
- Estas características son esenciales para el diseño de moda, buscan fusionar la creatividad, funcionalidad y estética en prendas y accesorios únicos y atractivos.

2.3.3 Diseño de Instrumentaria

Para (Tecotex, 2022) indica que el Diseño de Instrumentaría es la moda que toma todo lo que hacen los diseñadores textiles y lo traduce en una de las áreas más influyentes de la sociedad actual: la ropa. El trabajo de los diseñadores es crear todo tipo de prendas: formal, casual, de invierno, de verano, privada, pública. La lista es interminable y también lo es el trabajo de estos profesionales. Al igual que el diseño textil, es una práctica que existe desde hace cientos de años. Con el aumento en el número de universidades y el crecimiento de nuevas carreras, ahora es posible estudiar tanto diseño de moda como diseño textil como programa universitario, lo cual es extremadamente beneficioso para la industria.

El Diseño de Instrumentaría involucra la creación de dispositivos específicos que amplifican la capacidad humana para medir, observar o realizar tareas de manera precisa y eficiente (Wong, et al., 2014), también muestra aspectos esenciales que identifican el proceso que conlleva:

- Establece el enfoque en funcionalidad basado en el Diseño de Instrumentaría, la función y el rendimiento son cruciales, y el diseño se enfoca en lograr una operación precisa y confiable.
- Promueve la personalización y la ergonomía que son fundamentales en el Diseño de Instrumentos para garantizar que las mencionadas se adapten a las necesidades del usuario al igual que sus capacidades.
- El Diseño de Instrumentos a menudo implica la incorporación de tecnología avanzada para lograr mediciones más precisas o mejorar el rendimiento de las herramientas.

- Las aplicaciones variadas que genera la instrumentarían utiliza en una extensa variedad de campos, partiendo desde la medicina y la investigación científica hasta la industria, la música y la automatización.
- El Diseño de Instrumentaría es esencial para desarrollar herramientas especializadas que permiten la exploración, la medición y el control en numerosos campos; estas herramientas deben ser funcionales, precisas y eficientes para cumplir con sus objetivos específicos.

2.3.4 Diseño social

El "Diseño Social" se refiere a la aplicación del diseño en proyectos y soluciones que se concentren en abordar cuestiones que sean de origen sociales, culturales y ambientales, con el fin de profundizar con el tema se realiza una síntesis expuesta por (Frascara, 2018) que describe en que consiste el Diseño Social:

- El Diseño Social es una disciplina que busca utilizar los principios del diseño para abordar desafíos sociales, un ejemplo de los mismo seria la pobreza, la salud, la educación y la sostenibilidad, con un objetivo de generar una colaboración y la participación de la comunidad.
- El Diseño Social implica la responsabilidad de los diseñadores para mejorar la vida de las personas, considerando no solo la función y la forma, sino también los aspectos éticos y la equidad social.
- El Diseño Social a menudo implica la colaboración activa con las comunidades y grupos afectados, asegurando que las soluciones se adapten a sus necesidades y valores.
- El Diseño Social adopta un enfoque holístico, considerando no solo los productos o servicios, sino también los sistemas, las políticas y las dinámicas sociales en juego.
- El Diseño Social busca soluciones sostenibles y duraderas, buscando abordar los problemas subyacentes en lugar de ofrecer soluciones temporales. (Frascara, 2018)

- El Diseño Social parte de la idea de que el diseño puede ser una herramienta poderosa para abordar problemas complejos en la sociedad, promoviendo la equidad, la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades.

2.3.4.1 La inclusión en el diseño social

Incorporar la inclusión en el diseño social significa tener en cuenta a todas las personas, especialmente aquellas que han sido históricamente marginadas o excluidas, al crear soluciones y llevar a cabo proyectos destinados a enfrentar desafíos sociales, (Carmona, 2020) describe e identifican en que consiste la inclusión en el diseño social:

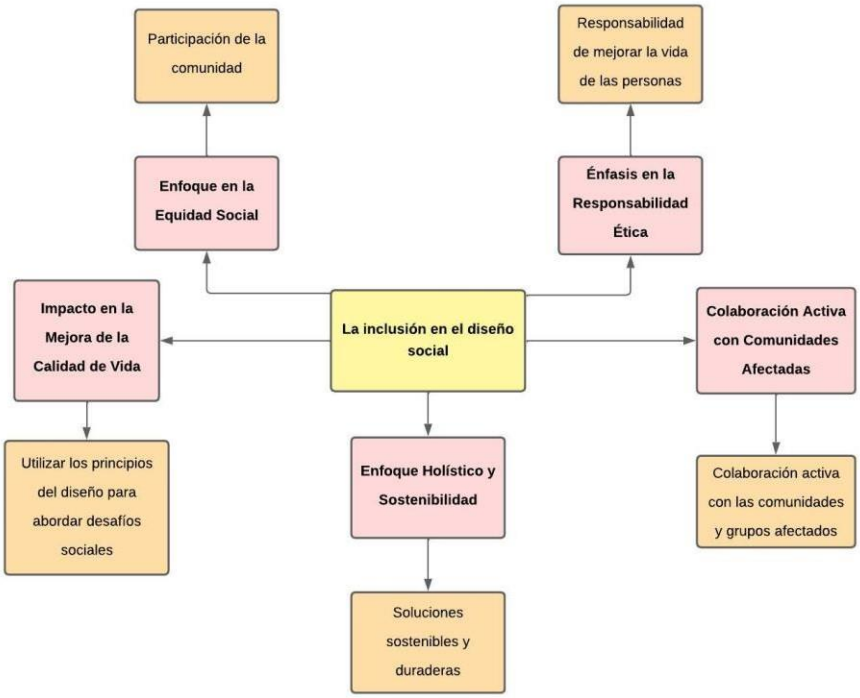


Ilustración 2: *Clasificación de Diseño*
Elaborado por: El autor Carmona (2020)

La inclusión en el diseño social se basa en la equidad social, la responsabilidad ética, la colaboración con las comunidades afectadas, un enfoque holístico y sostenible, y la mejora dentro de lo posible de la calidad de vida de las personas a través de soluciones que aborden desafíos sociales. Este enfoque garantiza que las

soluciones sean inclusivas y efectivas en la promoción de un mundo más equitativo y sostenible.

2.3.5 Diseño de Indumentaria

El diseño de moda se refiere al proceso creativo y técnico de generar ideas, planificar y desarrollar prendas de acuerdo con las necesidades del proyecto. Es una disciplina artística y práctica que abarca la creación de prendas desde la primera idea hasta el diseño de la prenda. producto final (Castillo et al, 2015). El diseñador de indumentaria se encarga de diseñar y dar forma a prendas de vestir, teniendo en cuenta tanto la funcionalidad como la estética, con el objetivo de logar satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores establecidos.

El proceso de diseño de indumentaria implica varios pasos, que incluyen la investigación de tendencias, la selección de materiales y tejidos, la creación de bocetos y patrones, la confección de prototipos y la realización de pruebas de ajuste (León, 2023). Los diseñadores de indumentaria también consideran aspectos como la ergonomía, la comodidad, la durabilidad y la viabilidad comercial de sus creaciones.

El diseño de ropa es específico y especial, el proceso comienza con la concepción, creación y realización de la prenda, equilibrando la creatividad artística con la funcionalidad y la demanda del mercado. Esta área juega un papel vital en la industria de la moda y es esencial para la expresión personal a través de la ropa y satisfacer las necesidades de la sociedad.

2.3.6 Maximalismo

El maximalismo es un estilo de diseño caracterizado por elementos ricos, donde se destacan colores, texturas y detalles, en marcado contraste con el minimalismo, que busca la simplicidad y la economía, definiendo el maximalismo como un estilo de diseño que abraza la riqueza, la exuberancia y el lujo, en lugar del minimalismo. Minimalismo caracterizado por la inesperada inclusión de varios

elementos decorativos y detalles exquisitos en el diseño de interiores y la moda. (Pino, 2022)

2.3.6.1 Características que presenta el maximalismo

Revisaremos las características más relevantes dentro del maximalismo expuestas por (Requena, 2021) son:

- Abundancia y Detalles Decorativos que distingue por su amor por la exuberancia, la mezcla de patrones y texturas, así como la profusión de objetos decorativos en un espacio
- El Estilo Personal y Autenticidad que el maximalismo permite a las personas expresar su estilo personal y su individualidad a través de la decoración, alentando la exhibición de colecciones y recuerdos personales.
- El Rechazo de la Simplicidad expuesta en el maximalismo desafía la tendencia hacia la simplicidad y la funcionalidad que caracteriza al minimalismo, y en su lugar, celebra la diversidad y la complejidad.
- La Historia e Influencias Artísticas que el maximalismo toma influencia de movimientos artísticos como el barroco y el rococó, así como de culturas ricas en ornamentación, como la india y la oriental.
- El maximalismo es un estilo que se diferencia por su amor por la opulencia y la abundancia, lo que permite a las personas expresar su estilo personal y crear espacios y estilos llamativos y únicos.

2.3.6.2 Prendas maximalistas

Para (Efrain, 2020) "es una de las tendencias que más ha manifestado su arraigo a la industria en los últimos tiempos, y esta temporada definitivamente está en boga gracias a las colecciones de prestigiosas firmas internacionales como Gucci, Alexander McQueen"

2.3.6.3 La inclusión en una colección de prendas maximalistas

Incorporar una colección de ropa maximalista es un tema importante que incluye una combinación de elementos que reflejan detalles como bordados, sublimados, texturas, adornos en lugar de simplicidad minimalista.

Algunos autores destacan características específicas de las colecciones de ropa maximalistas. (Granados, 2023) consiste en:

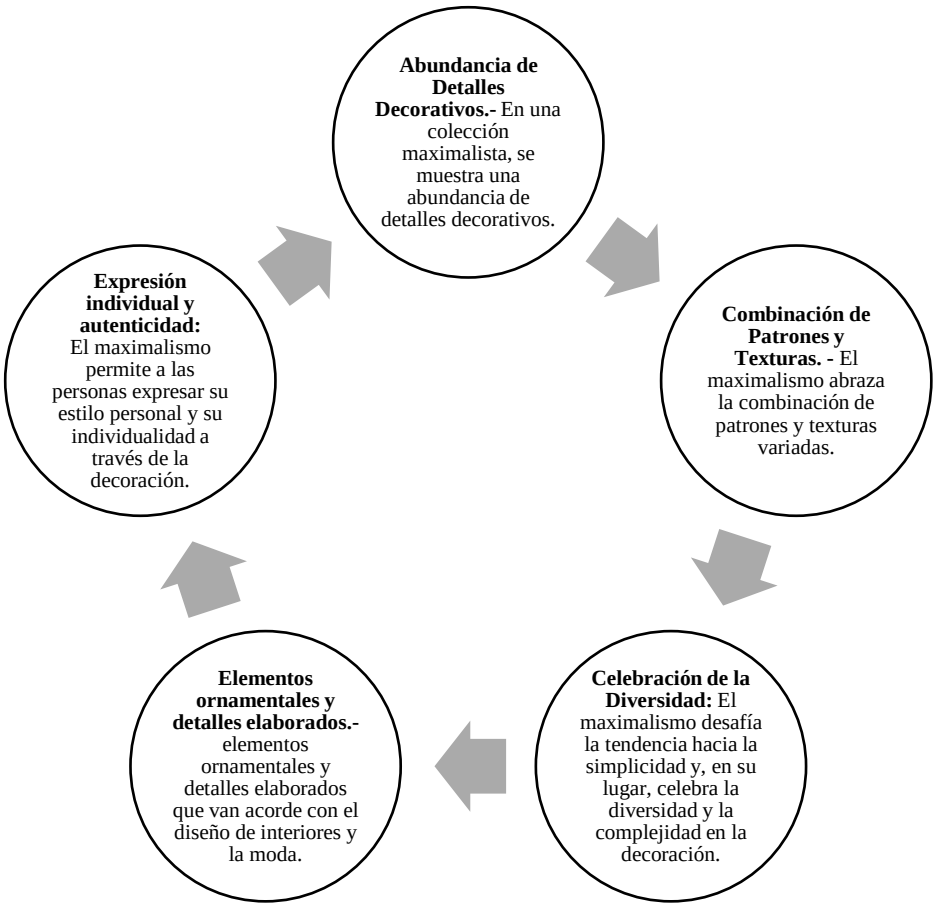


Ilustración 3: *Inclusión*

Elaborado por: El autor Granados (2023)

Por ende, se podría decir que la inclusión en una colección de prendas maximalistas está caracterizada por abundantes detalles ya sea decorativos,

ornamentales, mezcla de patrones y texturas. Estos elementos juntos crean un estilo maximalista distintivo y llamativo en la moda.

2.3.7 Género

La palabra "género" se usa en una variedad de contextos y puede tener diferentes significados dependiendo del contexto en el que se use, más comúnmente asociado con el término género que se centra en la sociología y los estudios de género e indica que se refiere a los mismos grupos sociales, estructura. Surge de todo lo que tiene que ver con las expectativas, roles y comportamientos de la sociedad donde las personas se identifican según su identidad de género. (Navarro, 2019).

En otras palabras, el género no se limita a ser simplemente masculino o femenino, sino que es un concepto amplio que abarca una variedad de identidades por permitir abarcar distintos elementos y expresiones de género, a poder expresarlo de forma visual. Gallardo et al. (2020) identifica algunos conceptos importantes en este contexto incluyen que le género es:

2.3.7.1 Características del Genero

Las características del género varían dependiendo de si se está hablando de género en el sentido construcciones sociales del género de identidad de género y construcción social, o si se trata de género en el contexto de la gramática y el lenguaje. Las características del género según lo expuesto por (Gallardo et al., 2020) son:

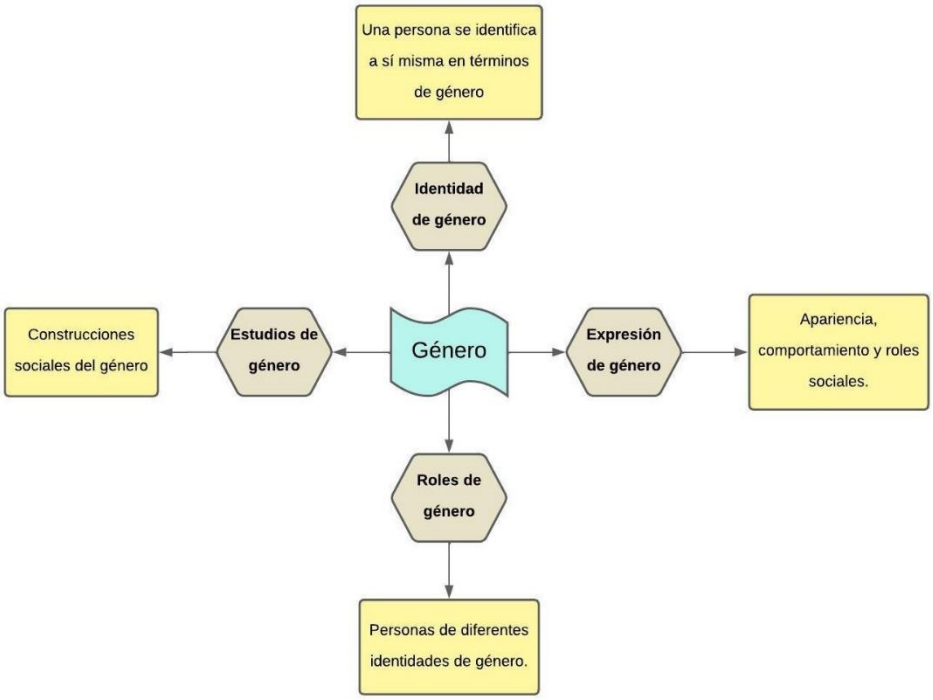


Ilustración 4: *Género*
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Es importante comprender que el término "género" tiene significados diversos en diferentes contextos, y las características asociadas a él pueden variar según el enfoque que se esté considerando.

2.3.7.2 Tipos de genero

El término "género" puede tener diferentes significados en distintos contextos. Aquí se presentan varios tipos de género que se relacionan con identidad de género y construcción social según lo expuesto por (Ambrosio y Fidalgo, 2019):

Género Cisgénero: Una persona cisgénero es aquella que su identidad de género se alinea con el sexo asignado al momento de nacer. Por ejemplo, una persona que desde su nacimiento es asignada como mujer al nacer que se identifica y se siente como mujer es considerada cisgénero.

Género Transgénero: Las personas transgénero mantiene una identidad de género que es diferente del sexo asignado al momento de nacer. Por ejemplo, una

persona asignada como hombre al nacer que se identifica y se siente como mujer es considerada transgénero.

Género No Binario: Las personas no binarias no se identifican exclusivamente. Pueden identificarse con géneros fuera de la dicotomía tradicional de género. Algunas identidades no binarias incluyen género fluido, género neutro y género queer.

Género Fluido: Las personas de género fluido pueden experimentar cambios en su identidad de género a lo largo del tiempo. Pueden sentirse a veces más masculinas, a veces más femeninas y otras veces no conformes con ningún género específico.

Género Queer: "Queer" en el contexto de género es un término que desafía las normas de género tradicionales y puede usarse para describir identidades de género diversas y no conformes.

Género Agénero: Las personas agéneros no tienen una identidad de género o se sienten al margen del género tradicionales. No se identifican como hombres, mujeres ni con ningún otro género.

Género Bigénero: Alguien que es Bigénero se identifica con dos géneros diferentes, ya sea de manera simultánea o en momentos distintos.

Género Andrógino: La androginia se refiere a la expresión de género que combina características tanto masculinas como femeninas. Alguien que se identifica como andrógino puede exhibir rasgos de género de ambas identidades tradicionales.

Género Intersexual: Las personas intersex nacen con características biológicas que no se ajustan a las definiciones típicas. La intersexualidad se refiere a la variabilidad natural en el desarrollo sexual.

Género Biológico: Aunque este término se usa a menudo, es importante tener en cuenta que el sexo asignado al nacer no determina necesariamente la identidad de género. El género es una construcción social y psicológica, mientras que el sexo es una categoría biológica que puede no ser binaria.

Pangénero: El término se refiere a una identidad de género que incluye todas las posibles identidades de género. Las personas que se identifican como pangénero pueden sentir que su identidad de género no se limita a la categorización tradicional de género, como masculino o femenino, sino que incluye una amplia gama de géneros. Esta identidad es inclusiva y reconoce la diversidad y complejidad de género.

Tercer Género: El concepto de "tercer género" se utiliza para describir la existencia de géneros que no se ajustan a la dicotomía tradicional de género, que clasifica a las personas como masculinas o femeninas. Un "tercer género" se refiere a un género adicional, distinto del masculino y del femenino. La noción de tercer género varía significativamente entre diferentes culturas y sociedades, y puede referirse a identidades de género no binarias, como género no conformista o género queer, que no se ajustan a las categorías binarias. (Ambrosio y Fidalgo, 2019)

Es importante recordar que las identidades de género son personales y únicas, y las personas tienen el derecho de identificarse de la manera que mejor les represente. También se requiere promover el respetar y comprender esta diversidad es fundamental para promover la igualdad y la inclusión.

2.3.8 Comercialización

La comercialización de prendas de vestir se refiere a el proceso de llevar productos de moda, como ropa incluso calzado y accesorios, desde su ideación, creación o producción hasta las manos del consumidor, es decir su venta. Implica una serie de estrategias y actividades destinadas a promocionar, distribuir y vender estas prendas en el mercado. (García, 2022). El procedimiento adecuado para la comercialización de prendas se establece según los siguientes aspectos:

Investigación de Mercado y Tendencias. La investigación de mercado desempeña un papel esencial en la comercialización de prendas de vestir, ya que permite a las empresas comprender las tendencias y las preferencias del consumidor, lo que influye en la producción y promoción de productos.

Promoción y Publicidad. Las estrategias parten de la promoción y publicidad son fundamentales en la comercialización de moda, con campañas publicitarias, presencia en redes sociales y eventos de moda que buscan atraer la atención del público.

Distribución y Ventas al por Mayor y al por Menor. La distribución de prendas de vestir implica una variedad de canales, desde tiendas físicas y en línea hasta tiendas de moda y boutiques. Las ventas al por mayor a minoristas y las ventas directas a consumidores son parte del proceso.

Gestión de la Imagen de Marca. La gestión de la imagen de marca, de la identidad de la marca es crucial en la comercialización de moda, ya que la percepción de una marca influirá en la lealtad del cliente y en su decisión de compra.

Sostenibilidad y Ética. En la actualidad, muchas empresas de moda consideran la sostenibilidad y la ética como aspectos esenciales en la comercialización, ya que los consumidores valoran cada vez más los productos producidos de manera responsable. (García, 2022)

2.3.8.1 Comercialización de prendas de vestir

La comercialización de prendas de vestir es un proceso multifacético que abarca desde la ideación, luego a la creación de productos de moda hasta la promoción, la distribución y la venta de este, todo con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores entorno a una tendencia en especifica o según el público objetivo. (Luna et al., 2021). La creación de una colección de prendas de vestir es un proceso complejo que involucra diversas etapas, desde la conceptualización hasta la producción que están detalladas a continuación:

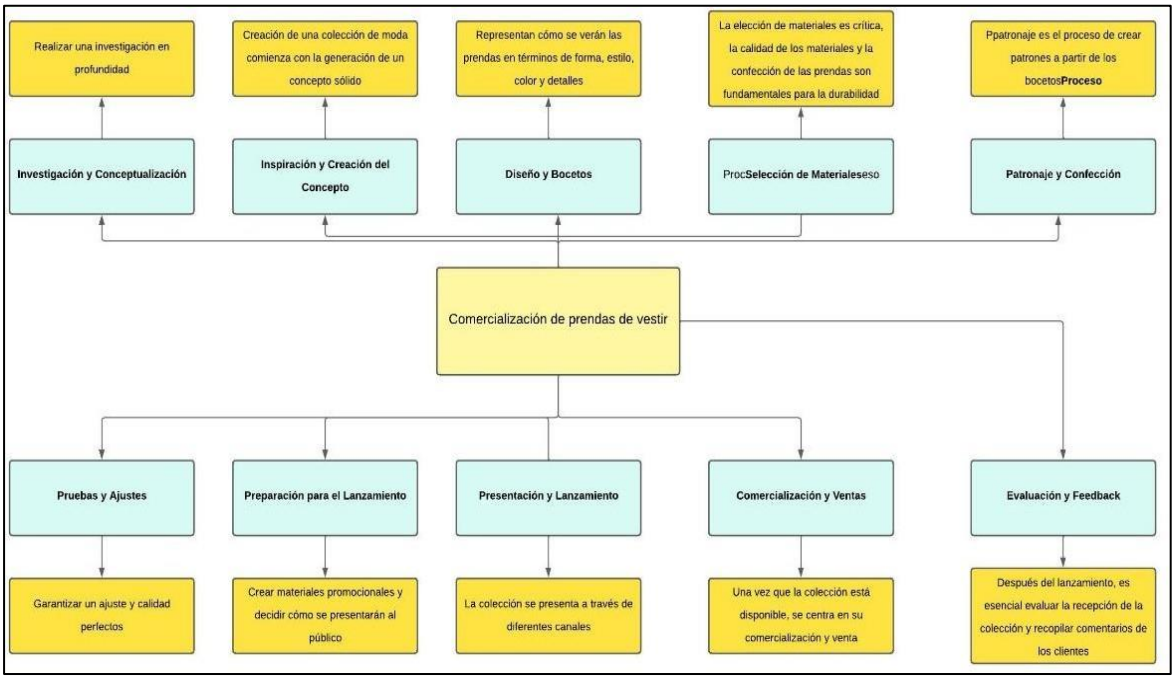


Ilustración 5: *Comercialización de prendas de vestir*
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)
Fuente: (Luna et al., 2021)

2.3.9 Marketing

El marketing engloba estrategias y acciones para promocionar la venta de productos o servicios por medio de una estrategia, además de entender y satisfacer las necesidades de los consumidores y de la empresa (Cudriz y Corrales, 2020).

Este proceso implica una planificación con tiempos estrictos y ejecución de la concepción, precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para facilitar intercambios o cambios que cumplan con objetivos individuales y organizacionales. El marketing se define por:

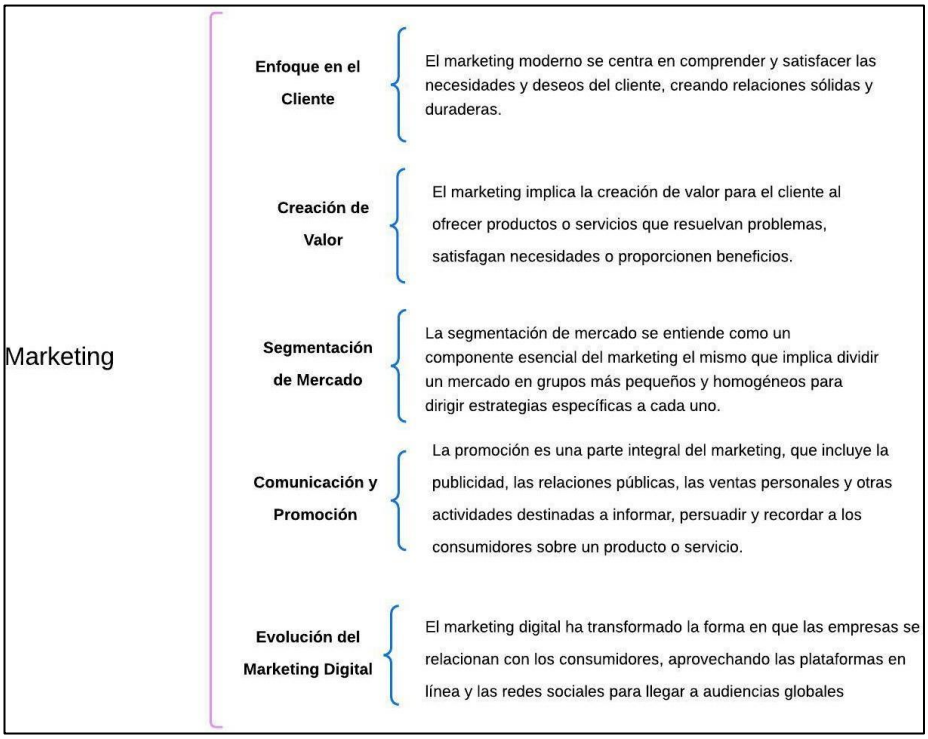


Ilustración 6: *Marketing*

Elaborado por: El autor Cudriz y Corrales (2020).

El marketing es una disciplina esencial para las organizaciones que desean entender a sus clientes, promocionar sus productos o servicios y crear relaciones sólidas en un entorno empresarial en constante evolución.

2.3.10 Modelos de Negocios

Los modelos de negocio son un conjunto de rutinas interdependientes que se encuentran, adaptan y aceptan a través de la acción por ello son interdependientes, es decir es una de las principales características distintivas de la misma, la herramienta se utiliza comúnmente para describir cómo un negocio crea valor, por medio de sus características utilizando la cadena de valor (Ramírez, et al., 2019). Sin embargo, se ha observado que esta herramienta, aunque es importante, puede ser estática y no muestra las relaciones entre actividades, funciones básicas y de apoyo.

En este sentido, al iniciar un modelo de negocio, es crucial entender que implica un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se encuentran y se adaptan a través de la acción para que la empresa pueda crear valor utilizando la cadena de valor.

Las innovaciones han ampliado las posibilidades para que las empresas trabajen de manera proactiva en red, es decir, estructurando su destino en base a sus objetivos o sus diferentes contextos de las redes de valor en las que operan (Chaguay, et al., 2019). Los altos directivos de las empresas pueden planificar activamente intercambios y actividades que trasciendan los límites de una empresa en particular de manera innovadora. Esta estructura se refleja en el modelo de negocio que ha establecido la empresa según sus necesidades.

Por lo tanto, al emprender un nuevo proyecto empresarial, es esencial incorporar innovación en todos los aspectos, desde la estructura organizativa hasta la indumentaria, el marketing, las ventas y los compromisos con los clientes. Esta mentalidad innovadora permitirá obtener resultados excelentes y fomentará la lealtad del cliente desde el inicio del proyecto.

Esta dualidad permite que una empresa tenga presencia tanto en el mundo virtual como en el mundo físico, ya que ambos son rentables en la actualidad. Con los avances tecnológicos, una empresa puede obtener beneficios significativos al operar en ambos ámbitos, aprovechando las oportunidades que ofrecen ambos mundos.

2.3.10.1 Tipos de modelos de negocios

Para (Baculima, 2021); Los modelos de negocio se refieren a las estructuras o estrategias que una empresa emplea con el objetivo de generar ingresos y beneficios. Existen variados tipos de modelos de negocios, cada uno con sus propias características y aplicaciones específicas que se detallan a continuación:

- **Modelo de Negocio de Comercio Electrónico:** El comercio electrónico, en su esencia, revoluciona la forma en que las empresas venden y los consumidores

adquieren bienes y servicios. Este modelo de negocio se centra en la transacción de productos y servicios a través de plataformas digitales, eliminando las limitaciones geográficas y horarias que caracterizan al comercio tradicional. Desde artículos de consumo diario hasta productos especializados, el comercio electrónico ofrece una amplia gama de productos disponibles para su compra con solo unos pocos clics. Además de la conveniencia para los consumidores, las empresas se benefician al reducir costos operativos y acceder a un mercado global más amplio. El comercio electrónico ha redefinido el panorama comercial, ofreciendo nuevas oportunidades para la innovación y el crecimiento empresarial en la era digital.

- **Modelo de Negocio de Suscripción:** En el ámbito empresarial contemporáneo, el modelo de suscripción ha emergido como una estrategia fundamental, especialmente en el contexto digital. Este enfoque implica una estructura en la que los consumidores abonan una tarifa recurrente, ya sea mensual o anual, a cambio de acceso continuo a productos o servicios. Esta modalidad, ampliamente adoptada por plataformas de entretenimiento como Netflix y Spotify, así como por servicios de entrega de alimentos y productos de uso cotidiano, brinda a las empresas una fuente de ingresos estable y fomenta la lealtad del cliente mediante la provisión de beneficios exclusivos y actualizaciones regulares.
- **Modelo de Negocio Freemium:** El modelo freemium, arraigado en la economía digital, se distingue por su estrategia dual de ofrecer servicios básicos de forma gratuita mientras reserva características avanzadas o premium para usuarios dispuestos a pagar. Esta táctica, empleada por aplicaciones como Dropbox y juegos como Candy Crush, atrae a una amplia audiencia mediante servicios gratuitos, al tiempo que capitaliza la disposición de ciertos usuarios a invertir en una experiencia mejorada. Este enfoque refinado de monetización es testimonio del poder de la versatilidad en la satisfacción de las necesidades del cliente.
- **Modelo de Negocio de Publicidad en Línea:** En el vertiginoso mundo digital, el modelo de negocio de publicidad en línea se erige como un pilar fundamental en la generación de ingresos para numerosas plataformas digitales. A través de la exhibición de anuncios en línea, estas plataformas, como Facebook, Twitter

y Google, monetizan la atención de los usuarios, facturando a las empresas por clics, impresiones o conversiones publicitarias. Este modelo, caracterizado por su capacidad para dirigirse a audiencias específicas y medir el retorno de la inversión publicitaria, constituye un componente esencial en la economía digital contemporánea.

- **Modelo de Negocio de Marketplace:** Los marketplaces, concebidos como espacios digitales que facilitan la interacción entre compradores y vendedores, han alcanzado una prominencia significativa en el panorama empresarial moderno. Actuando como intermediarios, plataformas como Amazon, eBay y Etsy ofrecen un entorno unificado donde los vendedores pueden listar sus productos y los compradores pueden acceder a una amplia gama de opciones. Esta modalidad, que se sustenta en comisiones por transacciones exitosas y tarifas por publicación de productos, ha redefinido la experiencia de compra y venta en línea, proporcionando una solución conveniente y eficaz para ambas partes.
- **Modelo de Negocio de Franquicias:** En el mundo empresarial, el modelo de franquicias emerge como una estrategia probada para la expansión y replicación de negocios exitosos. Al otorgar a los franquiciados los derechos para operar un negocio bajo una marca establecida a cambio de regalías o tarifas, este modelo proporciona una estructura sólida y probada para el crecimiento empresarial. Marcas icónicas como McDonald's, Subway y Starbucks han capitalizado este enfoque, creando una red global de ubicaciones operadas por franquiciados que se benefician tanto de la reputación consolidada de la marca como de la experiencia de negocio compartida.

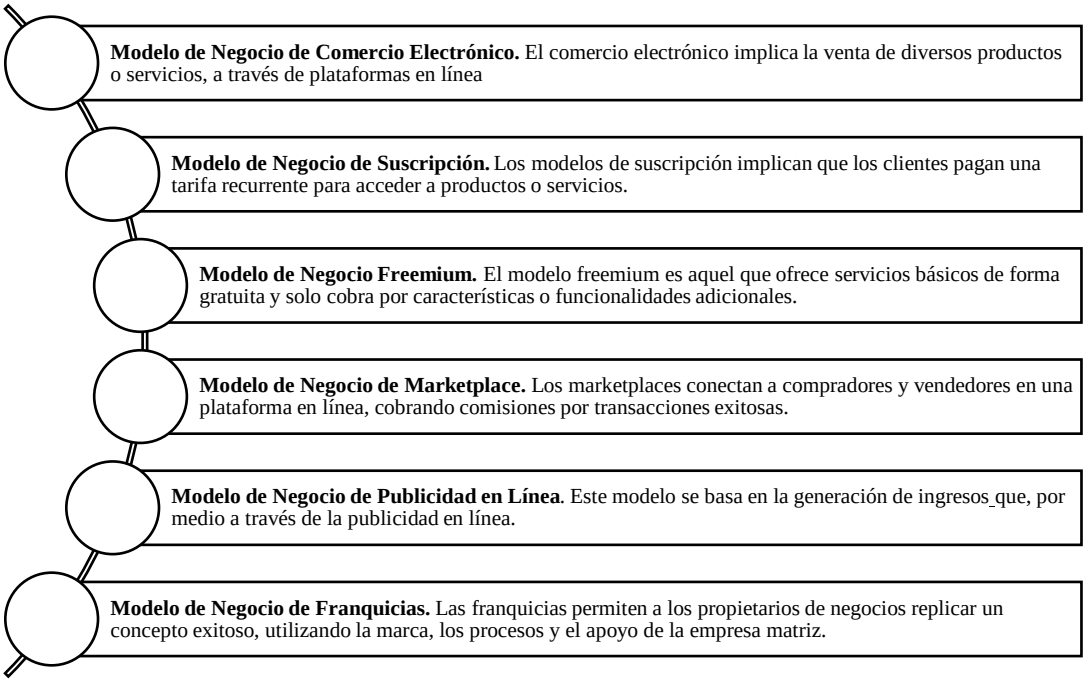


Ilustración 7: *Tipos de Modelo de Negocios*

Elaborado por: El autor Baculima (2021)

2.3.10.2 Modelo Canvas

Es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu organización para reconocer las deficiencias y analizar el rendimiento. (Clavijo, 2022).

- **Origen del modelo de negocios Canvas**

El Business Model Canvas -BMC- "nació gracias al suizo Alexander Osterwalder. Quien, en su tesis doctoral, tuvo como referencia el término "Modelo de Negocios", que a su punto de vista no tenía un consenso en su definición. Ahora, definir el término no era suficiente para él, este debía tener un incentivo latente a la innovación, prototipado y creación colaborativa o cocreación." (Amotergui, 2021).

Tabla 1: *Análisis de los 9 bloques del modelo de negocios CANVAS*

Actividades clave	**2. Recursos clave**	**3. Red de socios**
Son las tareas que se realiza para generar la propuesta de valor	Recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros.	Son los recursos clave para ofrecer la propuesta de valor al cliente.
4. Oferta de valor	**5. Segmento de clientes**	**6. Canales de distribución**
Productos de valor que satisfagan a los clientes	Analiza los tipos de clientes.	Son aquellos medios que permiten hacer llegar al cliente nuestra propuesta de valor.
7. Relaciones con los clientes	**8. Estructura de costos**	**9. Fuente de ingresos**
La relación positiva que quiere construir con todos los clientes	Costos prioritarios para ejecutar la línea de negocios.	Los recursos económicos con el que cuenta la empresa.

Elaborado por: El autor Fuente: Amotergui (2021).

Modelo de Negocio de Licensing (Licencias). El modelo de licencias implica permitir que otras empresas utilicen la propiedad intelectual o la marca de la empresa a cambio de regalías o tarifas de licencia. (Baculima, 2021)

Estos son solo algunos ejemplos de modelos de negocios, cada uno tiene su propio enfoque y estrategias, y la elección del modelo adecuado depende de la naturaleza del negocio y sus objetivos.

2.4 Marcas referentes y/o aspiracionales

Quienes forman parte de la inspiración para crear una colección de prendas maximalistas inclusivas en la empresa de bordados se detallan a continuación y han sido seleccionados por ser referentes y aspiracionales que se han destacado dentro de la industria de la moda por su enfoque en la inclusión se toman en cuenta elementos como, la creatividad y la expresión personal. Estas marcas han abrazado la diversidad y han presentado colecciones audaces y únicas:

Tabla 2: Marcas Referentes

Gucci:	Gucci es conocida por su estilo maximalista y su enfoque en la expresión personal. Han colaborado con artistas y diseñadores diversos, y su creatividad a menudo se traduce en colecciones únicas y eclécticas. (Cervantes, 2022)
Moschino:	La marca italiana Moschino, dirigida por Jeremy Scott, es conocida por su enfoque lúdico y maximalista. Han producido colecciones inspiradas en la cultura pop y la inclusión. (Garcia, 2021)
Versace:	Versace es famosa por su estilo audaz y su uso de estampados y acento de colores vivos. Han mostrado un compromiso con la diversidad en su publicidad y pasarelas. (Gómez, 2023)
Valentino:	Valentino ha presentado colecciones inclusivas y ha sido un defensor de la diversidad en la moda. Su enfoque en la alta costura y la artesanía puede servir como inspiración para prendas bordadas. (Andersen, 2022)
Chromat:	Esta marca neoyorquina es conocida por su compromiso con la diversidad corporal y la inclusión en la moda. Sus colecciones de moda baño y prendas deportivas son ejemplos de creatividad maximalista. (Quispillo, 2017)
Eckhaus Latta:	Eckhaus Latta es una marca que a menudo rompe con las normas de género y crea moda inclusiva. Han colaborado con artistas y presentado colecciones únicas y eclécticas. (Bartal, 2023)
Dolce & Gabbana:	Esta marca italiana ha mostrado prendas maximalistas en su estilo único. Aunque han enfrentado controversias en el pasado, su enfoque en la diversidad y la inclusión sigue siendo relevante. (Gallego, 2013)
Sindiso Khumalo:	Un diseñador sudafricano conocido por su compromiso con la sostenibilidad y la inclusión. Sus diseños suelen incluir estampados llamativos y en acento de colores vibrantes. (Larios y Burgos)
Marine Serre:	Esta diseñadora francesa combina elementos maximalistas con un enfoque sostenible, creando prendas únicas y llamativas. (Sadia, 2021)

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Estas marcas han demostrado un compromiso con la inclusión, la diversidad y la creatividad en la moda, lo que podría servir de inspiración para una empresa de bordados al crear una colección maximalista inclusiva. Al analizar las propuestas de diseñadores y artistas diversos, se puede dar a la marca un enfoque verdaderamente inclusivo y creativo.

2.4.1 Visionario

Dolce y Gabbana es conocida por su estilo distintivo y sus prendas maximalistas, a pesar de enfrentar controversias en el pasado, la marca ha demostrado un compromiso en evolucionar hacia la diversidad y la inclusión en su enfoque. Para complementar los diseños de Dolce & Gabbana en una colección maximalista inclusiva, podrías considerar incorporar las siguientes ideas como:

Diversidad de Modelos: Al igual que Dolce & Gabbana ha comenzado a presentar modelos diversos en sus pasarelas, podrías hacer hincapié en la diversidad de edades, razas, tallas y géneros en tus diseños. Esto enviará un mensaje inclusivo y atraerá a una audiencia más amplia.



Ilustración 8: *Diversidad de Modelos*

Fuente: Doce & Gabbana (2023)

Nota: Modelos enfocados en la inclusión y diversidad.

Colores y Estampados Vibrantes: Mantén el enfoque en colores llamativos y estampados audaces que caracterizan a Dolce & Gabbana. Los patrones florales, geométricos y abstractos pueden agregar un toque maximalista a las prendas.



Ilustración 9: *Atractivos*

Fuente: Doce & Gabbana (2023)

Nota: Colores y modelos que llaman la atención.

Inspiración Cultural: Dolce & Gabbana ha encontrado inspiración en la cultura italiana en muchas de sus colecciones. Puedes hacer lo mismo al incorporar elementos culturales diversos en los diseños, celebrando la riqueza de las tradiciones de diferentes partes del mundo.



Ilustración 10: *Inspiración Cultural*

Fuente: (Doce & Gabbana, 2023)

Nota: Aportes culturales enfocados en la diversidad.

Detalles Lujosos: Utiliza detalles lujosos como encajes, bordados y aplicaciones para realzar la belleza y la sofisticación las prendas maximalistas. Esto es una característica distintiva de la marca Dolce & Gabbana.



Ilustración 11: *Detalles*

Fuente: Doce & Gabbana (2023)

Nota: Ejemplo de la utilización de detalles que innovan.

Accesorios Únicos: Los accesorios pueden desempeñar un papel importante en una colección maximalista. Considera la incorporación de sombreros extravagantes, joyería llamativa y bolsos de diseño únicos para complementar tus prendas.

Sostenibilidad: Siguiendo la tendencia actual hacia la sostenibilidad en la moda, puedes optar por utilizar materiales sostenibles los diseños maximalistas, lo que atraerá a un público preocupado por el medio ambiente.



Ilustración 12: *Sostenibilidad en la moda*
Fuente: Doce & Gabbana (2023)
Nota: Utilizar materiales diversos sostenibles.

Colaboraciones Creativas: Al igual que Dolce & Gabbana ha colaborado con artistas y músicos, podrías explorar colaboraciones creativas con diseñadores, ilustradores o artistas que compartan tu visión inclusiva.



Ilustración 13*: Creativas con diseñadores*

Fuente: Doce & Gabbana (2023)
Nota: Utilización de ilustradores o artistas que compartan tu visión inclusiva.

Narrativa en la Moda: Considera contar una historia con tu colección. La moda narrativa agrega profundidad y significado a tus prendas, lo que puede atraer a un público interesado en la moda como una forma de expresión artística y cultural.



Ilustración 14: *Creativas con diseñadores*
Fuente: Doce & Gabbana (2023)
Nota: Prendas con profundidad y significado.

Desfiles Temáticos: Al organizar desfiles de moda temáticos, puedes destacar tu compromiso con la inclusión y celebrar la diversidad en la moda.



Ilustración 15: *Creativas con diseñadores*
Fuente: Doce & Gabbana (2023)
Nota: Compromiso con la inclusión y la diversidad.

Al incorporar estas ideas en la colección de moda maximalista inclusiva, se plantea crear diseños que sigan siendo relevantes y atractivos para un público diverso y consciente de la moda, al mismo tiempo incluye la creatividad y la inclusión que caracterizan a Dolce & Gabbana.

CAPÍTULO III

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

3.1.1 Análisis PEST

El análisis PEST, abreviatura de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, es una herramienta con características estratégicas que se utiliza a menudo en los negocios y la planificación para evaluar el entorno externo en el que opera una organización; este análisis es necesario porque permite identificar y comprender los principales factores y tendencias que pueden ser influenciados por el entorno. (Segura, 2022).

3.1.1.1 Entorno político

El incremento del IVA 15%, se encuentra en un proyecto que ingreso a la Asamblea Nacional del Ecuador por parte del presidente Constitucional de la República Daniel Noboa.

Tabla 3: *Factores involucrados en el incremento del IVA*

FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
Ingresos constantes	Paro nacional
Preverá nuevas financiaciones	Menor consumo
Incremento de las recaudaciones	
Luchar contra la seguridad	

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

El aumento del IVA al 15% propuesto por el presidente Daniel Noboa ha suscitado diversas reacciones en la Asamblea Nacional del Ecuador. No obstante, en el ámbito político se va a desarrollar un proyecto que podría mitigar algunos de los efectos negativos en la industria textil. Esta iniciativa se centra en crear una colección de ropa inclusiva para la comunidad LGBTQIA+. El respaldo político a este proyecto tiene como objetivo no solo fomentar la diversidad y la inclusión, sino también estimular la innovación y la creatividad en el sector textil. Se prevé que esta colección atienda a un mercado específico que valore la representación y la calidad, lo cual podría ayudar a mantener la demanda y brindar nuevas oportunidades de crecimiento a las empresas locales, aliviando así algunos de los retos provocados por el incremento del IVA. ~~El incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) al 15% podría plantear desafíos significativos para la industria textil ecuatoriana. En un sector que ya lidia con la competencia internacional y los costos de producción elevados, esta medida amenaza con agravar su situación. Con el alza del IVA, los productos textiles se encarecerían para los consumidores finales, lo que probablemente resultaría en una disminución de la demanda interna y un impacto negativo en las empresas locales. Además, la competitividad de las exportaciones ecuatorianas podría debilitarse frente a las de otros países con tasas impositivas más bajas, lo que podría mermar los ingresos y la expansión de la industria textil en el país.~~

Tabla 4: *Estabilidad política*

FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
Atrae inversionistas	Ninguno
Confianza en los mercados	

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

La Tabla 2 proporciona una visión esclarecedora de los aspectos positivos y negativos relacionados con la estabilidad política. Se destaca que la estabilidad política tiene el poder de atraer inversionistas y fomentar la confianza en los mercados financieros, factores cruciales que propician un entorno propicio para el desarrollo

económico y empresarial. Sin embargo, es notable que en esta tabla no se identifiquen factores negativos con respecto a la estabilidad política.

En el contexto específico de la industria textil, una estabilidad política robusta puede influir positivamente en varios aspectos. Por un lado, al generar confianza en los inversionistas, se pueden esperar flujos de capital que impulsen la modernización de la infraestructura, la adopción de tecnologías avanzadas y la mejora de las capacidades productivas en el sector textil. Además, la confianza en los mercados puede estimular la demanda tanto nacional como internacional de productos textiles, generando oportunidades de crecimiento y expansión para las empresas del rubro. No obstante, es imperativo reconocer que la ausencia de factores negativos en esta tabla no significa que la industria textil esté exenta de posibles desafíos políticos. Cambios abruptos en políticas gubernamentales, tensiones sociales o conflictos internos podrían desencadenar inestabilidad y generar incertidumbre en los mercados, factores que podrían comprometer el desarrollo y la competitividad del sector textil en el país.

3.1.1.2 Entorno económico

- La estabilidad de la dolarización en Ecuador es una ventaja notable, especialmente dada nuestra dependencia significativa de los ingresos provenientes de la venta de petróleo.
- Durante las disposiciones de toque de queda implementadas por el presidente, todos los sectores experimentaron una paralización total, lo que resultó en el cierre de negocios de todas las categorías. El teletrabajo no es una opción viable para todos, lo que ha llevado a una disminución sustancial en las ventas debido a la falta de moimiento de personas.
- En la actualidad, obtener créditos para emprender nuevas líneas de negocio o expandirse representa un desafío considerable, ya que los intereses han aumentado en el primer trimestre debido al riesgo país.
- El elevado índice de desempleo impide que muchas personas tengan el poder adquisitivo necesario para realizar compras, lo que impacta directamente en la actividad económica y la capacidad de crecimiento empresarial.

- La incertidumbre económica generada por la volatilidad del mercado petrolero también afecta la estabilidad financiera del país, lo que puede disuadir a los inversionistas y limitar el acceso a financiamiento para proyectos empresariales.
- La falta de infraestructura adecuada y de políticas gubernamentales que fomenten el desarrollo empresarial dificulta aún más la capacidad de las empresas para adaptarse a los cambios del mercado y expandir sus operaciones.
- La economía actual de Ecuador enfrenta grandes retos, pero también abre puertas a proyectos innovadores. La estabilidad del sistema de dolarización y el posible respaldo político podrían facilitar la creación de un nuevo modelo de negocio dirigido a una colección de ropa inclusiva para la comunidad LGBTQIA+. Aunque la volatilidad del mercado petrolero y las dificultades para obtener créditos debido a los altos intereses generan incertidumbre, este proyecto podría atraer a inversores interesados en mercados nicho con gran potencial de crecimiento. Enfocándose en un segmento que aprecia la diversidad y la inclusión, la colección podría atraer a una clientela leal y consciente, reduciendo el impacto del desempleo y la baja capacidad adquisitiva. Con políticas gubernamentales adecuadas y un entorno financiero más accesible, este nuevo modelo de negocio tiene el potencial de estimular la actividad económica y fomentar el crecimiento del sector textil en Ecuador.

3.1.1.3 Entorno social/ cultural

- En la actualidad, al momento de elegir prendas de vestir, algunas personas optan por conservar y celebrar sus tradiciones culturales, mientras que otras han adoptado una mentalidad más abierta y están dispuestas a evolucionar y cambiar su estilo. El enfoque principal ya no se centra tanto en seguir rigurosamente las normas de vestimenta, sino en sentirse cómodo y seguro de sí mismo al vestir, lo que refleja una importante valoración del bienestar personal para proyectar una imagen positiva.
- Se observa una creciente aceptación por la compra de diseños innovadores y llamativos, con acento en colores vibrantes y estampados únicos, lo que

permite a las personas diferenciarse y expresar su individualidad. Este cambio de mentalidad ha dado lugar a la formación de grupos y comunidades que buscan constantemente nuevas tendencias y formas de expresión a través de la moda.

- Las instituciones bancarias juegan un papel crucial al ofrecer financiamiento a las empresas, lo que les brinda la oportunidad de implementar nuevos modelos de negocios y expandir sus operaciones. Este acceso al crédito facilita la innovación y el crecimiento empresarial, permitiendo a las empresas adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y aprovechar nuevas oportunidades de negocio.
- La creciente conciencia ambiental y social está influyendo en las decisiones de compra de los consumidores, quienes están mostrando una preferencia por marcas y productos que promueven la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de productos eco-amigables y éticamente producidos, lo que representa tanto un desafío como una oportunidad para las empresas de la industria textil.
- El impacto de la tecnología en la moda es cada vez más relevante, con la proliferación de plataformas de comercio electrónico y redes sociales que están transformando la manera en que las personas descubren, compran y comparten prendas de vestir. La digitalización está brindando nuevas oportunidades para llegar a los consumidores y para la personalización de productos, así como para mejorar la eficiencia en la cadena de suministro y producción.
- En el actual contexto social y cultural, se percibe una tendencia creciente hacia la individualidad y la autoexpresión en la elección de la vestimenta. Este cambio de mentalidad, donde las personas priorizan la comodidad y la confianza en sí mismas sobre las normas tradicionales de vestimenta, presenta una oportunidad única para desarrollar un nuevo modelo de negocio enfocado en una colección de ropa LGBTQIA+. La aceptación y demanda de diseños innovadores, llamativos y sostenibles demuestran una sociedad que valora la diversidad y la responsabilidad social. Este ambiente, junto con el respaldo financiero de las instituciones bancarias y la influencia de la tecnología, puede facilitar la creación de una línea de ropa inclusiva que celebre la identidad y la cultura, y que además responda a las expectativas de un mercado consciente y

comprometido con la sostenibilidad. Al atraer a comunidades que buscan constantemente nuevas formas de expresión a través de la moda, este proyecto tiene el potencial de convertirse en un referente de innovación y crecimiento en la industria textil.

3.1.1.4 Entorno Tecnológico

- En la actualidad, el respaldo proporcionado por las redes sociales se ha convertido en un aspecto crucial para la toma de decisiones en todas las empresas. A través del análisis de métricas y de las reacciones de los usuarios, las empresas pueden obtener información valiosa que les permite entender mejor las necesidades y preferencias de su audiencia. Esto facilita la identificación de oportunidades de negocio y la formulación de estrategias más efectivas para introducir nuevos modelos de negocios y productos al mercado.
- La innovación tecnológica en maquinaria ha alcanzado niveles significativos, lo que ha tenido un impacto notable en la eficiencia y productividad de las empresas. Por un lado, estas maquinarias avanzadas permiten un ahorro considerable de recursos al suplantar la mano de obra en tareas repetitivas y laboriosas. Por otro lado, estas tecnologías contribuyen a la consecución de los objetivos empresariales al mejorar la calidad, precisión y rapidez en los procesos de producción. Esto brinda a las empresas una ventaja competitiva al poder ofrecer productos de alta calidad de manera más eficiente y rentable.
- La digitalización de los procesos empresariales ha revolucionado la forma en que se gestionan las operaciones y se interactúa con los clientes. La implementación de sistemas de gestión empresarial integrados, como los ERP (Enterprise Resource Planning), permite a las empresas optimizar la planificación, producción, distribución y seguimiento de sus productos, lo que conduce a una mayor eficiencia y rentabilidad en todas las áreas de la empresa
- La tendencia hacia la personalización en masa está ganando terreno en diversos sectores, incluida la industria textil. Gracias a los avances tecnológicos en impresión digital y fabricación aditiva, las empresas pueden ofrecer productos altamente personalizados y adaptados a las necesidades y preferencias

individuales de los consumidores. Esto no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también permite a las empresas diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo y generar lealtad entre sus clientes.

- Los avances tecnológicos actuales proporcionan una base robusta para el desarrollo de un nuevo modelo de negocio centrado en una colección de ropa LGBTQIA+. Las redes sociales se han convertido en una herramienta crucial para comprender las necesidades y preferencias del público objetivo, lo que permite a las empresas identificar oportunidades de negocio y diseñar estrategias efectivas. La innovación en maquinaria y la digitalización de procesos empresariales aumentan la eficiencia y la calidad en la producción, facilitando la creación de prendas personalizadas y adaptadas a las expectativas individuales. Además, la capacidad de ofrecer productos altamente personalizados, gracias a la impresión digital y la fabricación aditiva, no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también permite a las empresas diferenciarse en un mercado competitivo. Todo esto contribuye a que un proyecto de colección de ropa LGBTQIA+ pueda establecerse con éxito, aprovechando las ventajas tecnológicas para crear una línea de productos inclusivos y de alta calidad.

3.1.1.5 Entorno ambiental

- En la actualidad, se observa un aumento significativo en la adopción de nuevas prácticas empresariales centradas en. la sostenibilidad ambiental. Las empresas están priorizando la implementación de estrategias y políticas que reduzcan su impacto en el medio ambiente, como la reducción de emisiones de carbono, la conservación de recursos naturales y la gestión responsable de residuos.
- La innovación tecnológica está desempeñando un papel fundamental en el impulso de prácticas empresariales sostenibles. Las empresas están invirtiendo en tecnologías verdes y soluciones innovadoras que les permitan mejorar su eficiencia energética, como el uso de energías renovables, la implementación de sistemas de reciclaje y la optimización de procesos de producción para reducir el consumo de recursos.

- Además de adoptar prácticas ambientalmente responsables en sus propias operaciones, muchas empresas están colaborando con organizaciones ambientales y participando en iniciativas de conservación y reforestación. Estas alianzas no solo contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que también fortalecen la reputación corporativa y generan un impacto positivo en la comunidad y el entorno local.
- La creciente conciencia ambiental entre los consumidores está impulsando la demanda de productos y servicios eco-amigables. En respuesta a esta tendencia, las empresas están desarrollando y promoviendo productos respetuosos con el medio ambiente, utilizando materiales reciclados, biodegradables y sostenibles en su fabricación, y comunicando de manera transparente sus esfuerzos en materia de sostenibilidad a los consumidores.
- Además de implementar prácticas ambientales en su propio negocio, las empresas también están involucrando a sus proveedores y socios comerciales en iniciativas de sostenibilidad. Esto incluye establecer estándares ambientales para los proveedores, fomentar la adopción de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro y trabajar en colaboración con otros actores del sector para abordar los desafíos ambientales de manera conjunta.
- El enfoque en la sostenibilidad ambiental proporciona una base ideal para desarrollar un nuevo modelo de negocio centrado en una colección de ropa LGBTQIA+. Las empresas están adoptando prácticas sostenibles, como la reducción de emisiones de carbono, la conservación de recursos naturales y la gestión responsable de residuos, lo cual es crucial para este proyecto. Invertir en tecnologías verdes y soluciones innovadoras, como el uso de energías renovables y sistemas de reciclaje, puede mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad de la producción de ropa. Además, colaborar con organizaciones ambientales y participar en iniciativas de conservación puede fortalecer la reputación corporativa y tener un impacto positivo en la comunidad. La creciente demanda de productos eco-amigables por parte de los consumidores impulsa a las empresas a desarrollar y promover ropa fabricada con materiales reciclados, biodegradables y sostenibles, lo que se alinea perfectamente con una colección de ropa inclusiva y consciente del medio ambiente. Involucrar a proveedores y socios comerciales en estas iniciativas de sostenibilidad también

asegura que toda la cadena de suministro participe en la creación de productos respetuosos con el entorno, permitiendo que este nuevo modelo de negocio prospere y se diferencie en el mercado.

3.1.1.6 Entorno legal

- El sector de la confección de ropa está sujeto a una serie de procesos regulatorios y legales que deben cumplirse para llevar sus productos al mercado y ejecutar proyectos de manera adecuada. Es esencial reconocer la importancia de adherirse a las buenas prácticas empresariales, las cuales deben estar alineadas con las leyes y regulaciones que rigen el sector textil. Este cumplimiento legal no solo ayuda a asegurar el cumplimiento de los objetivos empresariales, sino que también ayuda a evitar sanciones legales y gastos económicos asociados con posibles infracciones.
- Las empresas del sector textil deben estar al tanto de las leyes laborales y de seguridad ocupacional que regulan las condiciones de trabajo en las fábricas y talleres de confección. Esto incluye el cumplimiento de normativas sobre horas laborales, salario mínimo, condiciones de trabajo seguras y saludables, así como el respeto de los derechos laborales de los trabajadores. Cumplir con estas regulaciones no solo es una obligación legal, sino que también contribuye a mejorar la imagen y reputación de la empresa, así como a promover un ambiente laboral justo y ético.
- Además de las leyes laborales, las empresas del sector textil también deben cumplir con regulaciones ambientales que buscan mitigar el impacto negativo de sus operaciones en el medio ambiente. Esto puede incluir el manejo adecuado de desechos, la reducción de emisiones contaminantes, y el cumplimiento de estándares de calidad del agua y del aire. Al adoptar prácticas empresariales sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, las empresas pueden no solo cumplir con la ley, sino también contribuir a la protección del entorno natural y a la conservación de recursos naturales para las generaciones futuras.

- El estricto cumplimiento de las normativas legales y regulaciones en el sector textil es fundamental para el éxito de un nuevo modelo de negocio centrado en una colección de ropa LGBTQIA+. Es crucial que las empresas se adhieran a las leyes laborales y de seguridad ocupacional para asegurar condiciones de trabajo justas y seguras durante todas las etapas de producción. Esto no solo protege los derechos de los trabajadores y fortalece la reputación corporativa, sino que también fomenta un entorno laboral ético y responsable. Además, cumplir con las regulaciones ambientales es esencial para reducir el impacto negativo en el medio ambiente, mediante prácticas sostenibles que incluyen la gestión adecuada de residuos y la minimización de emisiones contaminantes. Este enfoque no solo ayuda a evitar penalizaciones legales y costos económicos derivados de posibles infracciones, sino que también subraya el compromiso con la responsabilidad social y ambiental, valores cada vez más apreciados por los consumidores y la sociedad en general.

3.1.2 Tendencias de consumo

- Existen varios grupos de personas que utilizan acento en colores fuertes, llamativos como amarillo, fucsia, verde, violeta, neón, turquesa, cortes asimétricos, mangas con volumen, estampados de flores, cuadros, lunares, rayas entonces la empresa Charl's Bordados se encuentra una oportunidad para la creación de una colección con las características anteriormente nombradas es decir se pensara en las prendas maximalistas inclusivas.
- En el Ecuador el consumo de moda en los últimos 5 años ha aumentado un 7.2 %, se identificó que los ecuatorianos han incrementado sus compras en diseños totalmente diferentes a los estilos tradicionales. (Gonzalez, 2023).
- Además del acento en colores y estilos mencionados, se observa una creciente demanda de prendas de moda ética y sostenible. Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental y social de la industria textil, por lo que buscan marcas y productos que promuevan prácticas responsables en toda la cadena de producción. Charl's Bordados puede capitalizar esta

tendencia incorporando materiales reciclados, procesos de fabricación eco-amigables y prácticas de comercio justo en su oferta de productos.

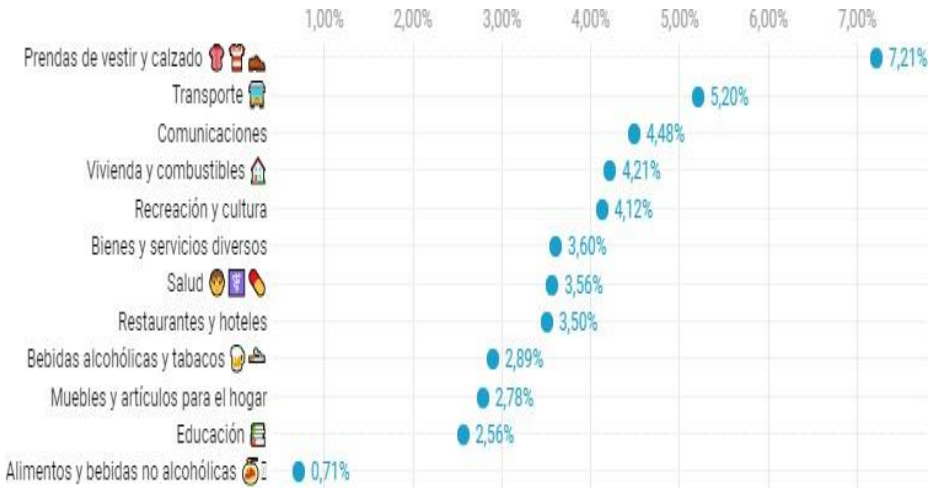


Ilustración 16: *Gasto por categoría de los hogares en Ecuador:*
Nota: Tomado de (Primicias, 2023)

Según la información proporcionada por Primicias, el aumento del consumo de prendas de vestir en un 7.21% representa una tendencia positiva para la empresa familiar Charl's. Este incremento en la demanda de ropa sugiere un mercado en crecimiento y una oportunidad para que Charl's capitalice esta tendencia emergente.

El enfoque en un nuevo modelo de negocio centrado en diseños maximalistas permite a Charl's diferenciarse en el mercado y satisfacer las necesidades de un grupo específico de consumidores que bUscan prendas audaces y llamativas. Al identificar esta demanda y adaptarse a las preferencias del mercado, Charl's puede posicionarse como una marca innovadora y atractiva para este segmento de clientes.

La expansión hacia diseños maximalistas también puede brindar a Charl's la oportunidad de diversificar su oferta de productos y llegar a nuevos públicos que buscan prendas más atrevidas y expresivas. Además, esta estrategia puede ayudar a la empresa a consolidar su presencia en el mercado y a generar un crecimiento sostenible a largo plazo.

Además, Charl's puede aprovechar este momento para fortalecer su marca y mejorar su posicionamiento en el mercado mediante estrategias de marketing dirigidas

a resaltar su compromiso con la innovación y la creatividad en el diseño de moda. Esto podría incluir colaboraciones con influencers, campañas publicitarias en redes sociales y eventos de lanzamiento de colecciones para generar entusiasmo y atención en torno a la marca y sus productos.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

La segmentación del mercado potencial para la colección de prendas maximalistas inclusivas de Charl's Bordados es el grupo LGBTIQ+ de la ciudad de Ambato.

1) Segmentación demográfica

- Edad:20 a 35 años
- Nacionalidad: Todas
- Estado civil: Todos
- Oficio o profesión: Todos
- Nivel de instrucción: Todos
- Ingresos: medio-alto

2) Segmentación Psicográfica

El grupo LGBTIQ, posee diversos gustos y preferencias en cuanto a su vestimenta consideran que la ropa debe ser diferente de acuerdo con su personalidad. Tienen identidad y autoexpresión.

El estilo de los grupos LGBTIQ+, son gustos maximalistas, ya no solo se visten con estilos tradicionales, buscan su identidad propia que genera confianza.

3) Segmentación socioeconómica

Según (Palacio, 2023) indica que las personas LGBTIQ+ generalmente son personas con tendencia a la superación laboral, esto quiere decir que ocupan buenos

puestos en las empresas o son dueños de sus propios negocios, lo cual genera un alto ingreso monetario. En los matrimonios o parejas homosexuales, el sueldo es doble, ya que generalmente ambas partes trabajan y su ingreso es doble.

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

El análisis del sector y el mercado de referencia para la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas en Ecuador implica comprender tanto el entorno económico y competitivo del país como las tendencias de consumo y la demanda potencial para este tipo de productos. A continuación, se proporciona un análisis general del sector y una del mercado en este contexto:

- **Análisis del Sector Textil y de Moda en Ecuador**

Ecuador alberga una industria textil y de moda en constante crecimiento, desempeñando un papel significativo en la economía del país y generando empleo para una gran cantidad de personas. El sector textil destaca como pilar al ser uno de los principales contribuyentes al desarrollo económico, evidenciando la importancia estratégica de esta industria en la estructura productiva ecuatoriana.

En este vibrante panorama, la competencia en el mercado es duro y en la moda es notable, con la presencia de tanto marcas nacionales como internacionales que ofrecen una variada gama de productos, abarcando diferentes segmentos del mercado. La diversidad de opciones disponibles refleja la dinámica y la exigencia de los consumidores ecuatorianos, quienes tienen acceso a una amplia variedad de propuestas de moda.

Las tendencias y preferencias del consumidor en Ecuador están experimentando cambios significativos, hay un creciente interés en la moda inclusiva y sostenible, con los consumidores buscando prendas que no solo estén a la moda, sino que también reflejen la diversidad cultural y promuevan la inclusión social. Este cambio en las preferencias del consumidor impulsa a las empresas a adaptarse y ofrecer productos que resuenen con estas nuevas demandas.

En sintonía con las tendencias globales, la conciencia sobre la sostenibilidad ha ganado terreno en Ecuador, los consumidores valoran cada vez más las marcas que adoptan prácticas responsables en la producción de prendas, utilizando materiales eco amigables y procesos que minimizan el impacto ambiental.

La sostenibilidad en un factor clave que influye en las decisiones de compra, llevando a las empresas a incorporar prácticas más éticas y sostenibles en sus operaciones. Este cambio en la percepción del consumidor también representa una oportunidad estratégica para las empresas competitivas del mercado de la moda en Ecuador.

Tabla 5: *Percepciones empresariales*

MODA INCLUSIVA EC:	
Enfoque Específico en Inclusividad:	ModaInclusivaEC se especializa en la creación de prendas maximalistas con un enfoque específico en la inclusividad.
Participación en Eventos de Concientización:	La empresa participa activamente en eventos y campañas de concientización sobre la inclusividad. Colabora con organizaciones locales que trabajan a favor de la igualdad de personas.
Personalización de Prendas:	ModaInclusivaEC ofrece opciones de personalización en sus prendas, permitiendo a los clientes adaptar los diseños según sus preferencias y necesidades específicas. Esta estrategia contribuye a su enfoque inclusivo.
Colaboraciones con Diseñadores Locales	FashionDiversa destaca por sus colaboraciones con diseñadores locales que abrazan la diversidad cultural de Ecuador. Sus colecciones maximalistas incorporan elementos tradicionales de diversas regiones del país.
Promoción de Modelos Diversos:	La empresa pionera en la promoción de modelos diversos en la industria de la moda. Sus campañas presentan una amplia variedad de modelos que reflejan la multiculturalidad del país.

Uso de Tecnología para la Personalización	FashionDiversa utiliza herramientas tecnológicas para permitir a los clientes personalizar ciertos aspectos de sus prendas, desde colores hasta estilos, proporcionando una experiencia de compra única.
TEXTIL ARTE INCLUSIVO	
Incorporación de Técnicas Artesanales:	TextilArte Inclusivo se destaca por su enfoque en la inclusividad a través de la incorporación de técnicas artesanales tradicionales. La empresa trabaja en colaboración con artesanos locales para crear desde cero prendas únicas y culturalmente ricas.
Participación en Ferias de Artesanía	La empresa participa activamente en ferias de artesanía y eventos culturales, donde presenta sus colecciones maximalistas inclusivas. Esto no solo aumenta su visibilidad, sino que también contribuye al fomento del arte y la cultura local.
Sensibilización sobre Inclusividad:	TextilArte Inclusivo lleva a cabo programas de sensibilización sobre inclusividad en colaboración con organizaciones locales. Esta iniciativa va más allá de la moda y aborda la importancia de la inclusión en la sociedad ecuatoriana, dando un mensaje.
ECOMODA ÉTNICA	
Sostenibilidad y Énfasis en lo Étnico:	EcoModa Étnica se especializa en prendas maximalistas que fusionan la sostenibilidad con elementos étnicos de las comunidades ecuatorianas. La empresa utiliza materiales orgánicos y trabaja en estrecha colaboración con comunidades locales para resaltar su cultura.
Programas de Reciclaje:	La empresa ha implementado programas de reciclaje de prendas, alentando a los clientes a devolver prendas antiguas para su reciclaje. Esto refleja su compromiso con la sostenibilidad y la reducción de residuos textiles.
Incorporación de Tecnología para la Sostenibilidad:	EcoModa Étnica utiliza tecnologías innovadoras en sus procesos de fabricación para minimizar el impacto ambiental. Esto incluye

	prácticas como la trazabilidad de materiales y la gestión eficiente de recursos.

Nota: Cada empresa aborda la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas desde perspectivas únicas, que van desde la innovación y la sostenibilidad hasta el enfoque en la tradición textil.

La elección de estrategias varía según la identidad y valores de cada empresa, proporcionando distintivos valiosos para el desarrollo de un nuevo modelo de negocio, llegando a ser un pilar en el sector textil y de moda en Ecuador.

La creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas desde perspectivas únicas ya sea a través de la innovación en diseño, un enfoque específico en la inclusividad, colaboraciones estratégicas, la promoción de la diversidad étnica, de cultura o la sostenibilidad.

- **Análisis del Mercado Potencia**

El público en el cual se ha enfocado la empresa Charl's es el grupo LGBTIQ+ con la edad de 20 a 35 años, con personalidades diferentes, pero con el mismo enfoque en utilizar prendas maximalistas y no solo el diseño, sino que también se enfoca en la calidad, la comodidad, y basado en diseños exclusivos que den representatividad a su grupo.

Es importante recalcar que estos grupos en su mayoría tienen ingresos altos y en conjunto con sus parejas hacen que el poder adquisitivo sea mayor por lo que podemos ofertar las prendas sin ningún inconveniente, además que son la población que se enfoca en tener su propio negocio y generar recursos, además estas personas un pequeño porcentaje se encuentran cursando carreras de tercer nivel y en su gran mayoría poseen títulos profesionales que se encuentran con gran demanda en el mercado ecuatoriano lo que es importante para que nuestra empresa bride el producto y sea adquirido con facilidad por estos grupos.

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

En Tungurahua no existe un lugar específico donde vendan prendas maximalistas, existe una brecha entre la oferta de la ropa y la demanda de los grupos LGBTIQ+, este tipo de consumidores están dispuestos a comprar ya que existe una representatividad inclusiva enfocándose siempre en la inclusión lo que hará atractivo para estos grupos.

La empresa Charl´s Bordados, ha logrado que las tendencias en el bordado y ha sido significativa, por lo tanto, al tomar la decisión de impulsar este modelo de negocios cubrirá este nicho de mercado que está siendo abandonado hasta el momento, esta colección será la primera que inicie con este mercado y buscará expandirse a todo el país y posteriormente a los mercados internacionales sin soltar la innovación y la diversificación para el Grupo LGBTIQ+, en tanto se espera que se expanda a todos los diferentes mercados con gustos y preferencias similares.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Por supuesto, existe una descripción de los modelos de negocio con los que trabajan Zara, H&M y Vans:

Zara: Zara se destaca principalmente por su modelo de negocio de moda rápida, ofreciendo una amplia gama de prendas de moda actualizada con una alta rotación de productos. Además, ha incursionado en la moda lenta, lanzando colecciones más exclusivas y duraderas bajo su línea Zara Home. También ha experimentado con el alquiler de prendas en algunos mercados y se ha consolidado como una marca líder en moda urbana. Su modelo de negocio se puede describir mediante el lienzo estratégico (CANVAS) que integra eficientemente la producción, distribución y comercialización de sus productos.

H&M: H&M es reconocida principalmente por su modelo de negocio de moda rápida, ofreciendo una amplia variedad de prendas de tendencia a precios accesibles. Además, la empresa ha incursionado en la moda lenta, lanzando colecciones

sostenibles bajo la marca H&M Conscious. También ha experimentado con el alquiler de prendas y se ha posicionado como una marca influyente en la moda urbana. Su modelo de negocio se puede describir mediante el lienzo estratégico (CANVAS) que destaca la eficiencia en la cadena de suministro y la constante adaptación a las tendencias del mercado.

Vans: Vans se centra en un modelo de negocio principalmente de moda urbana, ofreciendo una amplia gama de calzado, ropa y accesorios inspirados en la cultura del skate y el surf. Aunque su enfoque principal es la moda rápida, también ha lanzado colecciones exclusivas y colaboraciones con artistas y diseñadores, lo que la sitúa en la categoría de moda lenta en algunos aspectos. Vans también ha incursionado en el alquiler de productos y se ha destacado por su compromiso con la sostenibilidad en la fabricación de sus productos. Su modelo de negocio se puede describir mediante el lienzo estratégico (CANVAS) que enfatiza la creatividad, la autenticidad de la marca y la conexión con su base de clientes.

Tabla 6: *Modelo de Negocios ZARA*

MODELO DE NEGOCIO	ESTRATEGIAS
Moda Rápida	Amplia gama de prendas de moda actualizada con alta rotación de productos.
Moda Lenta	Lanzamiento de colecciones exclusivas y duraderas bajo la línea Zara Home.
Alquiler de Prendas	Experimentación con el alquiler de prendas en algunos mercados.
Moda Urbana	Consolidación como marca líder en moda urbana.
Lienzo Estratégico (CANVAS)	Integración eficiente de la producción, distribución y comercialización de productos.

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 7: *Modelo de Negocio H&M*

MODELO DE NEGOCIO	ESTRATEGIAS
Moda Rápida	Ofrecimiento de una amplia variedad de prendas de tendencia a precios accesibles
Moda Lenta	Lanzamiento de colecciones sostenibles bajo la marca H&M Conscious
Alquiler de Prendas	Experimentación con el alquiler de prendas
Moda Urbana	Posicionamiento como una marca influyente en moda urbana
Lienzo Estratégico (CANVAS)	Enfatización en la eficiencia de la cadena de suministro y adaptación a las tendencias del mercado

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 8: *Modelo de Negocios Vans*

MODELO DE NEGOCIO	ESTRATEGIAS
Moda Urbana	Ofrecimiento de calzado, ropa y accesorios inspirados en la cultura del skate y el surf
Moda Rápida/Lenta	Lanzamiento de colecciones exclusivas y colaboraciones con artistas y diseñadores
Alquiler de Productos	Incursión en el alquiler de productos
Compromiso con la Sostenibilidad	Destacado compromiso con la sostenibilidad en la fabricación de productos
Lienzo Estratégico (CANVAS)	Enfatización en la creatividad, autenticidad de la marca y conexión con la base de clientes

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Después de un análisis exhaustivo de los modelos de negocio de Zara, H&M y Vans, se procedió a realizar un benchmarking detallado. Este proceso de benchmarking permitió identificar las mejores prácticas y estrategias implementadas por cada una de estas marcas líderes en la industria de la moda. Al comparar y contrastar sus enfoques en términos de eficiencia operativa, innovación, sostenibilidad y conexión con el cliente, se obtuvieron valiosas lecciones y perspectivas que serán fundamentales para el desarrollo de nuestra estrategia empresarial. El benchmarking no solo nos proporcionó una comprensión más profunda del panorama competitivo, sino que también nos inspiró a explorar nuevas oportunidades y enfoques para mejorar nuestra posición en el mercado.

Se va a tomar como referencia a las diferentes empresas que están en tendencia en la moda:

Tabla 9:*Benchmarking*

ÁREAS DE BENCHMARKING	ZARA	H&M	VANS	PROMEDIO DE LA INDUSTRIA
Alianzas estratégicas	9	9	7	8,33
Calidad del Producto	9	8	8	8,33
Innovación de Producto	8	6	7	7
Variedad de Productos	9	8	7	8
Ciclo de Vida del Producto	8	7	7	7.33
Estrategia de Precio	8	9	8	8.33

Cobertura de Distribución	9	8	8	8.33
Canales de Distribución	8	9	7	8
Estrategia de Promoción	8	9	7	8
Presupuesto de Marketing	7	8	7	7.33
Atención al Cliente	9	9	9	9
Satisfacción del Cliente	9	8	8	8.33
Retención de Clientes	9	9	9	9
Segmento de Mercado	9	9	9	9
Participación en el Mercado	9	8	7	8
Rentabilidad	9	8	7	8

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

- **Alianzas Estratégicas**

Zara: 9

H&M: 9

Vans: 7

Basándose en los resultados de las áreas de benchmarking, se observa que tanto Zara como Vans destacan con las calificaciones más altas en varios aspectos clave. Esto sugiere que estas empresas tienen fortalezas significativas en términos de sus estrategias comerciales y operativas. Al examinar específicamente el área de Alianzas Estratégicas, se encuentra que Zara ha establecido asociaciones con Susan Fang, la marca surcoreana Ader Error y Kassl Editions, mientras que Vans ha forjado alianzas con empresas influyentes como Universal Music, Apple y T-Mobile. Estas asociaciones indican una búsqueda proactiva por parte de ambas empresas de colaborar con diseñadores, marcas emergentes y empresas líderes en otros sectores.

La justificación Zara y Vans tienen la calificación más alta y que estas alianzas estratégicas son un factor clave en su éxito se basa en el hecho de que estas empresas han logrado destacar en múltiples áreas de benchmarking, lo que indica una capacidad sólida para adaptarse, innovar y mantener una ventaja competitiva en el mercado. Además, las alianzas estratégicas específicas mencionadas sugieren un enfoque consciente en la colaboración con actores importantes en diferentes sectores, lo que puede proporcionar beneficios significativos en términos de alcance de mercado, innovación y posicionamiento de marca.

- **Calidad del producto:**

  Zara: 9

  H&M: 8

  Vans: 8

En el análisis de la calidad del producto, Zara obtuvo la calificación más alta con un puntaje de 9, mientras que H&M y Vans recibieron una calificación de 8 cada una. Este resultado indica que los consumidores perciben los productos de Zara como de mayor calidad en comparación con los de H&M y Vans.

La superioridad percibida de Zara en calidad puede atribuirse a diversas estrategias que la marca ha implementado. Por ejemplo, Zara ha demostrado un compromiso continuo con la excelencia en la calidad al introducir colecciones de gama alta, como la Colección Studio y "Zara Origins". Estas líneas premium no solo refuerzan la imagen de marca de Zara como una marca de moda de calidad, sino que

también pueden satisfacer las demandas de consumidores que buscan prendas con un nivel superior de diseño y fabricación.

Además, la incursión de Zara en el uso de tejidos de alta calidad es un factor clave que contribuye a su reputación en términos de calidad. La selección de materiales superiores no solo puede mejorar la durabilidad y el aspecto estético de las prendas, sino que también puede influir positivamente en la percepción general de la calidad de los productos de Zara por parte de los consumidores.

- **Innovación del producto:**

  Zara: 8

  H&M: 6

  Vans: 7

En el análisis de la calidad del producto, Zara obtuvo la calificación más alta con un puntaje de 9, mientras que H&M y Vans recibieron una calificación de 8 cada una. Este resultado indica que los consumidores perciben los productos de Zara como de mayor calidad en comparación con los de H&M y Vans.

La superioridad percibida de Zara en calidad puede atribuirse a diversas estrategias que la marca ha implementado. Por ejemplo, Zara ha demostrado un compromiso continuo con la excelencia en la calidad al introducir colecciones de gama alta, como la Colección Studio y "Zara Origins". Estas líneas premium no solo refuerzan la imagen de marca de Zara como una marca de moda de calidad, sino que también pueden satisfacer las demandas de consumidores que buscan prendas con un nivel superior de diseño y fabricación.

Además, la incursión de Zara en el uso de tejidos de alta calidad es un factor clave que contribuye a su reputación en términos de calidad. La selección de materiales superiores no solo puede mejorar la durabilidad y el aspecto estético de las prendas, sino que también puede influir positivamente en la percepción general de la calidad de los productos de Zara por parte de los consumidores.

- **Variedad de productos:**

  Zara: 9

  H&M: 8

  Vans: 7

Zara también lidera en cuanto a la variedad de productos con una calificación de 9, seguida por H&M con 8 y Vans con 7. Zara es reconocida por ofrecer una amplia gama de prendas de moda para hombres, mujeres y niños. Su catálogo diverso abarca desde ropa básica hasta prendas de moda de alta gama, lo que le permite atraer a una amplia base de clientes con diferentes preferencias y estilos. Esta amplia variedad de productos contribuye al atractivo de Zara como destino de compras para una amplia gama de consumidores.

- **Ciclo de Vida del Producto:**

  Zara: 8

  H&M: 7

  Vans: 7

Zara obtiene una calificación de 8 en el ciclo de vida del producto, mientras que H&M y Vans reciben 7 cada una. La estrategia de Zara se centra en la moda rápida, lo que significa que la calidad y durabilidad de sus productos pueden variar según el artículo específico y su precio. Sin embargo, Zara ha logrado mantener una buena reputación en términos de calidad y durabilidad en general, lo que ha contribuido a su éxito continuo en el mercado de la moda rápida.

- **Estrategia de precio:**

  Zara: 8

  H&M: 9

  Vans: 8

H&M lidera en la estrategia de precio con una calificación de 9, seguida por Zara y Vans con 8 cada una. H&M es conocida por ofrecer moda asequible y accesible, lo que la convierte en una opción popular para consumidores que buscan productos de tendencia a precios competitivos. Esta estrategia de precios le ha permitido a H&M ampliar su base de clientes y mantener una posición sólida en el mercado de la moda rápida.

- **Cobertura de distribución:**

  Zara: 9

  H&M: 8

  Vans: 7

Zara lidera en cobertura de distribución con una calificación de 9, seguida por H&M con 8 y Vans con 7. Zara cuenta con una presencia global y una amplia red de tiendas físicas en todo el mundo, lo que le permite llegar a una amplia base de clientes en diferentes países y regiones. Esta amplia cobertura de distribución ha sido un factor clave en el éxito de Zara como una de las principales marcas de moda a nivel mundial.

- **Canales de distribución:**

  Zara: 8

  H&M: 9

  Vans: 8

H&M lidera en canales de distribución con una calificación de 9, seguida por Zara y Vans con 8 cada una. H&M utiliza una variedad de canales de distribución, incluyendo anuncios en revistas de moda, redes sociales, y campañas en línea, para llegar a su audiencia objetivo y promover sus productos de manera efectiva. Esta estrategia de distribución omnicanal le ha permitido a H&M mantener una presencia fuerte y relevante en el mercado de la moda.

- **Estrategia de promoción:**

  Zara: 8

  H&M: 9

  Vans: 7

H&M lidera en estrategia de promoción con una calificación de 9, seguida por Zara con 8 y Vans con 7. H&M es conocida por su marketing innovador y su capacidad para asociarse con celebridades y eventos de moda de alto perfil. La marca utiliza una variedad de canales de promoción, incluyendo anuncios en revistas, redes sociales, y campañas en línea, para llegar a su audiencia objetivo y promover sus productos de manera efectiva.

- **Presupuesto de Marketing:**

  Zara: 7

  H&M: 8

  Vans: 7

H&M lidera en presupuesto de marketing con una calificación de 8, seguida por Zara y Vans con 7 cada una. H&M gasta un porcentaje significativo de sus ventas en publicidad, lo que le permite promover sus productos de manera efectiva y llegar a una amplia audiencia. Esta inversión en marketing ha sido un factor clave en el éxito de H&M como una de las principales marcas de moda a nivel mundial.

- **Atención al cliente:**

  Zara: 9

  H&M: 9

  Vans: 9

Las tres marcas reciben una calificación alta en atención al cliente, con 9 para Zara, H&M y Vans. Esto indica que las tres marcas se esfuerzan por ofrecer una

atención al cliente de calidad y una experiencia de compra satisfactoria para sus clientes. El servicio al cliente juega un papel importante en la retención de clientes y la construcción de relaciones a largo plazo con los consumidores.

- **Satisfacción del cliente:**

  Zara: 9

  H&M: 8

  Vans: 8

  Zara lidera en satisfacción del cliente con una calificación de 9, seguida por H&M y Vans con 8 cada una. Zara se destaca por su capacidad de respuesta a las tendencias de moda y su enfoque en ofrecer productos de calidad que satisfacen las necesidades y preferencias de sus clientes. Esta capacidad de adaptación y enfoque en el cliente ha contribuido a la alta satisfacción del cliente con la marca.

- **Retención de clientes:**

  Zara: 9

  H&M: 9

  Vans: 9

  Las tres marcas reciben una calificación alta en retención de clientes, con 9 para Zara, H&M y Vans. Esto indica que las tres marcas tienen estrategias efectivas para retener clientes y construir relaciones a largo plazo con los consumidores. La retención de clientes puede ser el resultado de una combinación de factores, incluyendo la calidad de los productos, el servicio al cliente, y programas de fidelización. Las tres marcas han demostrado su capacidad para mantener una base de clientes leales y satisfechos a lo largo del tiempo.

- **Segmento de mercado:**

  Zara: 9

H&M: 9

Vans: 9

Conclusiones:

Zara:

Demográfico: Zara tiende a dirigirse a un amplio espectro demográfico que incluye hombres, mujeres y niños de diversas edades. Sus colecciones pueden adaptarse a diferentes grupos demográficos, desde jóvenes adolescentes hasta adultos profesionales.

Estilo de Vida: Zara se centra en clientes que valoran la moda y las tendencias actuales. Sus clientes suelen estar interesados en estar a la moda y tienen un estilo de vida urbano y cosmopolita.

Comportamiento de Compra: Los clientes de Zara suelen ser personas que buscan moda asequible y de calidad que puedan adquirir de manera frecuente para mantenerse al día con las últimas tendencias.

Geográfico: Zara tiene una presencia global y sus segmentos de mercado pueden variar según la ubicación geográfica, adaptándose a las preferencias y estilos locales de cada región.

H&M:

Demográfico: H&M también se dirige a un amplio espectro demográfico, ofreciendo moda para hombres, mujeres, adolescentes y niños de diversas edades.

Estilo de Vida: H&M atrae a clientes que buscan moda asequible y accesible para todos los días. Sus clientes pueden tener un estilo de vida activo y dinámico, interesados en la moda, pero también en la comodidad y la versatilidad.

Comportamiento de Compra: Los clientes de H&M suelen estar interesados en la moda rápida y pueden realizar compras frecuentes para actualizar sus guardarropas con las últimas tendencias a precios accesibles.

Geográfico: Al igual que Zara, H&M tiene una presencia global y adapta sus segmentos de mercado según las preferencias y estilos locales de cada región.

Vans:

Demográfico: Vans se dirige principalmente a un público joven y urbano, incluyendo a adolescentes y adultos jóvenes que están interesados en la cultura del skate, el surf y el estilo de vida alternativo.

Estilo de Vida: Los clientes de Vans suelen tener un estilo de vida activo y aventurero, disfrutando de actividades al aire libre y deportes como el skateboarding y el surf.

Comportamiento de Compra: Los clientes de Vans pueden ser leales a la marca y estar dispuestos a pagar un poco más por productos de calidad que reflejen su estilo de vida y pasiones.

Geográfico: Si bien Vans tiene una presencia global, su segmento de mercado puede estar más concentrado en áreas urbanas y costeras, donde la cultura del skate y el surf tiene una presencia significativa.

- **Participación en el mercado:**

Zara: 9

H&M: 8

Vans: 7

Conclusiones: Zara, como parte del grupo Inditex, es una de las marcas de moda más grandes y reconocidas a nivel mundial. Inditex es uno de los mayores grupos minoristas de moda del mundo y posee varias marcas, incluida Zara. La marca tiene una amplia presencia global con tiendas físicas en numerosos países y una fuerte presencia en línea, Zara se considera una de las marcas líderes en la industria de la moda rápida.

- **Participación en el mercado:**

Zara: 9

H&M: 8

Vans: 7

Conclusiones: Zara, como parte del grupo Inditex, es una de las marcas de moda más grandes y reconocidas a nivel mundial. Inditex es uno de los mayores grupos minoristas de moda del mundo y posee varias marcas, incluida Zara. La marca tiene una amplia presencia global con tiendas físicas en numerosos países y una fuerte presencia en línea, Zara se considera una de las marcas líderes en la industria de la moda rápida.

- **Rentabilidad:**

Zara: 9

H&M: 8

Vans: 7

Conclusiones: Con 2.312 tiendas (casi el 40% del total de establecimientos de Inditex entre Zara y Zara Home) repartidas por todo el mundo y un e-commerce totalmente integrado con sus establecimientos físicos, el negocio que genera crece cada año. Vende ropa por valor de 65 millones de euros al día. El último ejercicio, aún con restricciones por la pandemia a inicios del 2022 y el cierre comercial de Rusia, uno de sus principales mercados antes de la guerra, Zara facturó 23.761 millones, un 21% más que el año anterior, liderando el crecimiento dentro de la multinacional

- **Propuesta de valor del modelo de ZARA**

Para (Yun, 2022) indica que la principal propuesta de valor de Zara es ofrecer a sus clientes lo que quieren en cada momento. Analizan las tendencias y se adelantan al lanzamiento de las prendas que más éxito tendrán cada temporada.

Su estrategia se basa en una orientación 100% al cliente y todo el proceso de compra, el ambiente, los espacios, e incluso la música, están preparados para que la experiencia de compra sea inmejorable.

Son los clientes los que van marcando el ritmo de fabricación y la producción de prendas nuevas, decidiendo cuáles tienen éxito y deben seguir fabricándose y cuáles deben de dejar de producirse. Y lo mejor de todo es que las prendas tienen la calidad de una marca de prestigio a un precio asequible.

- **EMPRESA CHARL'S BORDADOS**

Charl's Bordados es una empresa ecuatoriana con una sólida trayectoria en la industria textil y de moda, fundada hace más de una década. Desde sus inicios, la empresa ha destacado por su habilidad en el arte del bordado, creando diseños únicos y de alta calidad que han resonado con una amplia base de clientes. Con un firme compromiso con la excelencia y la innovación, Charl's Bordados ha evolucionado para adaptarse a las tendencias del mercado, integrando tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles en sus procesos de producción. La empresa cuenta con un talentoso equipo de diseñadores y un robusto sistema de producción que le permite atender la demanda y ofrecer productos distintivos. La reputación de Charl's Bordados en el mercado ecuatoriano es de prestigio, gracias a su dedicación a la calidad y la satisfacción del cliente, lo que le ha permitido establecer una fuerte presencia en línea y en redes sociales. Con la colaboración de su hermano, Juan Pérez, la empresa ha diversificado sus servicios, incluyendo sublimados, y ha fortalecido su posición en el mercado a través de asociaciones estratégicas. Ahora, Charl's Bordados se prepara para lanzar una nueva colección de prendas maximalistas inclusivas, capitalizando sus recursos y experiencia para continuar liderando en la industria textil.

- **Análisis**

Después de haber buscado empresas de moda y que tengan que ver con la idea de negocio que estamos planteando como trabajo de investigación vemos que tenemos oportunidades para ingresar al mercado con diseños únicos para el grupo de LGBTIQ+, quienes serán nuestro mercado meta.

Es importante recalcar que en estas empresas se puede utilizar el plan estratégico y además que podemos ver la diferenciación de precios de nuestro producto para el ingreso al mercado con una estrategia de diferenciación.

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Crear desde cero una colección de prendas maximalistas con características inclusivas como un nuevo modelo de negocio en la empresa requiere una combinación de recursos propios y disponibles, los recursos que la empresa como Charl's Bordados tiene en la actualidad son:

Tabla 10: *Recursos internos de la empresa*

RECURSOS	DISPONIBILIDAD
Capital Financiero	Dispone de capital propio o la capacidad para obtener financiamiento para el desarrollo y la producción de la nueva colección. Este recurso es esencial para cubrir costos iniciales, como diseño, materiales y producción.
Conocimiento y Experiencia en la Industria Textil	La empresa cuenta con la experiencia y el conocimiento en bordados para crear diseños únicos y de alta calidad en la industria textil y de moda.
Talento de Diseño	El equipo de diseño tiene la experiencia en crear prendas maximalistas inclusivas innovadoras y atractivas.
Infraestructura y Equipo de Producción	La capacidad de producción de la empresa es adecuada, se tiene la maquinaria y la mano de obra necesaria para la producción y atención de la demanda y fabricación de la nueva colección.

Red de Proveedores y Contactos en la Industria	La empresa cuenta con una red sólida de proveedores que ofrezcan materiales sostenibles y otros insumos necesarios para la producción de la nueva colección textil y de moda.
Reputación de Marca	La reputación de Charl's Bordados en el mercado ecuatoriano es de prestigio, puesto que atrae a clientes y generar interés en el trabajo que se viene realizando, por la confianza y reconocimiento que se ha ganado.
Presencia en Línea y Redes Sociales	La presencia en las redes sociales que genera la empresa para promocionar y llegar a una audiencia en el momento es activo en instagram. Pretende perfeccionar la inclusión de la marca para ampliar el público consumidor.
Socios	Para impulsar el negocio de sublimados, cuenta con el respaldo invaluable de su hermano, Juan Pérez, quien colabora mediante un sistema de trueque, ofreciendo bordados a cambio de los productos sublimados. Esta asociación fortalece aún más su emprendimiento y le permite diversificar sus servicios, consolidando así una relación de colaboración mutuamente beneficiosa.

Nota: La empresa Charl's Bordados mantiene una base sólida para el desarrollo y el éxito de su nueva colección de prendas maximalistas inclusivas**.**

- **Recursos Propios**

La experiencia y el conocimiento en la industria textil y de moda son activos fundamentales para Charl's Bordados; la empresa puede capitalizar su profundo conocimiento en bordados para desarrollar diseños únicos y distintivos y en esta ocasión se ha planteado los estampados en combinación con los bordados. El talento de diseño también desempeña un papel crucial, si Charl's Bordados aprovecha este recurso para crear una colección innovadora y atractiva que resuene con los consumidores.

La evaluación de la infraestructura y del equipo de producción de la empresa es esencial para garantizar la viabilidad de la fabricación de la nueva colección, de igual forma se pretende analizar la capacidad actual, que incluye la maquinaria y la mano de obra, proporcionará información clave sobre la capacidad de la empresa para generar la producción de manera eficiente.

La red de proveedores y contactos en la industria textil y de moda puede ser un activo estratégico para Charl's Bordados, estos contactos pueden facilitar la adquisición de materiales de calidad, la identificación de colaboradores potenciales y la creación de alianzas estratégicas beneficiosas para el crecimiento de la empresa. La reputación de la marca en el mercado ecuatoriano es un factor valioso que puede ser aprovechado para atraer a clientes y generar interés en la nueva colección, una sólida reputación respaldada por la calidad de los productos y la satisfacción del cliente puede contribuir significativamente al éxito de la empresa en el lanzamiento de la nueva línea de productos, con característica y tendencias específicas.

- **Recursos Disponibles**

En la evaluación de los recursos para el desarrollo y producción de la colección, el capital financiero emerge como un factor crítico, ya sea a través de recursos propios o la capacidad para obtener financiamiento. Identificar fuentes de financiamiento es esencial para respaldar el proceso creativo y de fabricación.

La elección de materiales sostenibles puede alinear la marca con las tendencias y valores actuales del mercado, si Charl's Bordados ya posee tecnología de diseño asistido por computadora (CAD) u otros recursos tecnológicos, puede aprovecharlos eficazmente en la creación de diseños, optimizando el proceso creativo y mejorando la eficiencia.

La evaluación de la capacidad de distribución actual, tanto a través de tiendas físicas como de plataformas, es crucial para garantizar una distribución efectiva de la nueva colección. Además, explorar oportunidades de alianzas estratégicas con

organizaciones o influencers que compartan valores de inclusión y maximalismo puede potenciar la visibilidad y relevancia de la marca.

Si la empresa ya posee conocimientos sobre prácticas sostenibles, puede aplicarlos directamente en la producción de la colección, consolidando su compromiso con la responsabilidad ambiental. Utilizar la presencia en línea y en redes sociales existente para promocionar la colección es una estrategia efectiva con el fin de llegar a una audiencia más amplia y generar un mayor interés en los productos; en conjunto, la gestión consciente de estos recursos contribuirá a la ejecución exitosa de la nueva colección de Charl's Bordados.

Una ventaja para que la empresa surja con este nuevo modelo de negocios es que posee la maquinaria y el personal con experiencia para poder crear esta colección, por lo tanto, los costos serán mínimos y permitirá con ello sacar productos con la estrategia de diferenciación de costos y así evitar tener una competencia en potencia.

3.2.2 Análisis Cadena de valor

El análisis de la cadena de valor es una metodología estratégica que descompone y examina detalladamente las actividades necesarias que son internas de una empresa para comprender cómo contribuyen al valor total que la organización ofrece a sus clientes. Este enfoque implica identificar y evaluar cada eslabón de la cadena, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto o servicio final al cliente.

3.2.3 Detalle de la cadena de valor específica para la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas en la empresa Charl's Bordados

- **Logística Interna:** Adquisición de materiales:

Identificación de tejidos de alta calidad y sostenibles que reflejen la estética maximalista.

Búsqueda de proveedores comprometidos con prácticas éticas y sostenibles.

- **Almacenamiento de materiales:**

Implementación de un sistema de almacenamiento eficiente para mantener organizados los insumos.

- **Diseño de prendas maximalistas inclusivas:**

Colaboración con diseñadores especializados en moda maximalista e inclusiva.

Integración de elementos inclusivos, como tallas diversas y adaptaciones para los LGBTIQ+, inclusive se deja abierta la posibilidad del ingreso de nuevos clientes.

- **Producción de las prendas:**

Utilización de técnicas de bordado de alta calidad para realzar la estética maximalista.

Enfoque en la atención al detalle para garantizar la calidad y durabilidad de las prendas.

Experiencia en estampados.

Logística Externa:

- **Distribución de las prendas:**

Establecimiento de acuerdos con servicios de mensajería confiables para la entrega oportuna.

Exploración de opciones de distribución sostenible.

- **Gestión de inventario:**

Implementación de un sistema de gestión de inventario en tiempo real para evitar excesos o agotamientos.

Marketing y Ventas:

- **Estrategia de marca:**

Desarrollo de una narrativa propia de la marca que destaque los valores de la inclusividad y la individualidad maximalista.

Colaboración con influencers y figuras relevantes en el ámbito de la moda inclusiva.

- **Estrategia de ventas:**

Ser pionero en la creación de una plataforma en línea fácil de usar y atractiva.

Participación en eventos de moda y ferias para aumentar la visibilidad de la colección.

Servicio:

- **Atención al cliente:**

Establecimiento de canales funcionales de comunicación efectivos para atender consultas y recibir retroalimentación.

Desarrollo de políticas de devolución y cambios que reflejen el compromiso con la satisfacción del cliente.

- **Garantía de calidad:**

Implementación de pruebas de calidad rigurosas antes de que las prendas salgan al mercado.

Desarrollo Tecnológico:

- **Innovación en diseño:**

Utilización de software de diseño de última generación para la creación de patrones y prototipos.

Exploración de tecnologías emergentes, como realidad aumentada, para mejorar la experiencia de compra en línea.

- **Sistemas de gestión:**

Implementación de un sistema integrado que gestione eficientemente las ventas, el inventario y la logística.

Recursos Humanos:

- **Capacitación del personal:**

Capacitación continua sobre tendencias en moda inclusiva y prácticas éticas en la producción.

Fomento de la creatividad y la innovación entre los diseñadores y el personal de producción.

- **Fomento de la diversidad:**

Creación de un entorno de trabajo que celebre la diversidad y la inclusividad.

Infraestructura:

- **Instalaciones de producción:**

Mantenimiento de un espacio de trabajo seguro y ergonómico para el personal de producción.

Integración de tecnologías sostenibles en los procesos de fabricación.

- **Plataforma de venta en línea:**

Garantía de seguridad y facilidad de navegación en las plataformas y redes sociales en línea.

Implementación de medidas para proteger la privacidad y seguridad de los clientes.

Este proceso se ajusta a la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas y servirá como guía para el desarrollo del nuevo modelo de negocio de Charl's Bordados.

3.2.3.1 Eslabón de investigación y desarrollo

El eslabón requerido de investigación y desarrollo desempeña un papel crucial en la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas para Charl's Bordados en Ecuador. Aquí se describen los pasos clave en este proceso:

- **Investigación de Mercado**

Charl's Bordados siempre trata de identificar las tendencias y se enfoca en realizar un análisis exhaustivo de las tendencias de moda actual, con un enfoque particulares, pues se dedica a estudiar de cerca lo que está en demanda y lo que resuena con el público objetivo en Ecuador. Este proceso permite a la empresa anticipear las preferencias del mercado y adaptear su oferta de productos que buscan satisfacer las necesidades cambiantes de los diferentes tipos de consumidores. y jugará un papel importante en la planificación de la nueva colección que es la moda inclusiva y maximalista

- **Diseño y Desarrollo de Productos**

En la fase inicial de Investigación y Conceptualización, se llevaron a cabo exhaustivas investigaciones de mercado con el propósito de comprender las actuales tendencias en moda maximalista e inclusiva. Se puso énfasis en la identificación de elementos específicos que conectaran con la audiencia objetivo, considerando la diversidad en tallas, adaptaciones y características inclusivas como aspectos clave para el diseño de la colección.

En el proceso subsiguiente de desarrollo de la concepción partiendo de conceptos, se lleva a cabo la creación de propuestas iniciales que integraran la estética maximalista con características inclusivas, la consideración meticulosa de colores, patrones y detalles permite reflejar la individualidad y diversidad en cada diseño conceptualizado.

El Diseño de Prototipos se enfoca en transformar los conceptos seleccionados en prototipos visuales y físicos, facilitando una evaluación detallada de la apariencia y funcionalidad de las prendas. Estas etapas incluyeron pruebas de ajuste en modelos representativos de diversos tamaños y formas corporales, obteniendo feedback valioso de grupos de enfoque para asegurar la comodidad y estilización para una amplia gama de clientes.

La selección de materiales sostenibles se llevó a cabo con la identificación cuidadosa y la elección de materiales que cumplen con estándares de sostenibilidad y calidad. Se considera la durabilidad y el impacto ambiental de cada material seleccionado para asegurar una producción ética y responsable.

El desarrollo de patrones y bordados se centra en la creación de patrones visuales impactantes y técnicas de bordado innovadoras que realzaran la estética maximalista, la Integración de Tecnología explora opciones como aplicaciones de realidad con el fin de ser aumentada para mejorar la experiencia del cliente y conocer más, agregando elementos tecnológicos que complementaran la propuesta de valor de la colección. A lo largo del proceso, los Ajustes y Refinamientos fueron esenciales, basados en el feedback de las pruebas de productos y análisis de desempeño que se

realiza un refinamiento continuo de los diseños y detalles para garantizar la coherencia con la visión de la colección.

La Producción Piloto implica la fabricación de una pequeña cantidad de prendas para evaluar la eficiencia y calidad de los procesos de fabricación, para mejorar el producto final, permitiendo la identificación y resolución de posibles problemas de producción antes de la producción final.La Evaluación de Sostenibilidad revisa las prácticas de producción para garantizar la sostenibilidad a lo largo de la cadena de suministro, incluyendo la investigación de opciones de embalaje y envío respetuosas con el medio ambiente.

La Presentación de la Colección implica el desarrollo de una estrategia que destaca la unicidad de la colección, junto con la creación de materiales de marketing que comunicaran la visión maximalista inclusiva de Charl's Bordados.

- **Investigación de Sostenibilidad**

La evaluación de impacto ambiental se convierte en un componente esencial en la estrategia de Charl's Bordados, implicando la realización de un análisis el mismo debe ser exhaustivo del ciclo de vida de sus productos para evaluar su impacto ambiental global. Este proceso no solo permite identificar posibles áreas de mejora en términos de sostenibilidad, sino que también orienta la toma de decisiones en la producción y elección de materiales. La búsqueda de proveedores sostenibles se integra en este enfoque, ya que implica identificar y colaborar con proveedores que ofrecen materiales sostenibles y procesos de producción que sean respetuosos con el medio ambiente. La selección cuidadosa de socios en la cadena de suministro no solo refuerza el compromiso de Charl's Bordados con la sostenibilidad, sino que también contribuye a la creación de productos alineados con las expectativas y valores cada vez más importantes de los consumidores respecto al cuidado del medio ambiente.

- **Desarrollo Tecnológico:**

La implementación del software de diseño, el mismo que sea asistido por computadora (CAD) se presenta como una estrategia fundamental para Charl's Bordados, permitiendo la creación de patrones y diseños precisos con mayor eficiencia. La utilización de CAD no solo agiliza el proceso de diseño, sino que también facilita la iteración y personalización de patrones, optimizando la precisión en la confección de prendas.

La adopción de tecnología de modelado 3D emerge como un recurso valioso, posibilitando la visualización realista de cómo quedarán las prendas en diferentes tipos de cuerpo. Esta herramienta no solo contribuye a la eficiencia en la producción, sino que también desencadena un enfoque inclusivo, crucial para adaptarse a la diversidad de formas y tallas corporales, en conjunto, la combinación de CAD y modelado 3D fortalece la capacidad de Charl's Bordados para ofrecer productos de calidad, precisión y que aborden las necesidades variadas de su audiencia.

- **Pruebas y Retroalimentación:**

La realización de pruebas de usuario ocupa un lugar crucial en la estrategia de Charl's Bordados, al incluir consumidores reales, con especial atención a personas con LGBTILGBTIQ+ y se deja la posibilidad para ingreso de nuevos segmentos de mercado, para obtener retroalimentación directa sobre la comodidad, la funcionalidad y la accesibilidad de las prendas. Estas pruebas no solo permiten evaluar la experiencia del usuario de manera integral, sino que también garantizan que las prendas satisfagan las necesidades de diversidad en el público objetivo.

La información recopilada durante las pruebas se utiliza de manera proactiva en el proceso de ajustes y mejoras, donde los comentarios de los usuarios influyen directamente en modificaciones tanto en el diseño como en la producción. Este enfoque interactivo no solo asegura la calidad de las prendas desde la perspectiva del usuario final, sino que también demuestra el compromiso de Charl's Bordados con la satisfacción y la inclusión de su audiencia.

3.2.3.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

El eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima es crítico para la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas para Charl's Bordados en Ecuador, es necesario asegurarse de tener acceso a los materiales adecuados es esencial para garantizar la calidad el producto y la sostenibilidad de la colección. Aquí se describen los pasos clave en este proceso:

La implementación de una estrategia de aprovisionamiento sostenible para Charl's Bordados abarca diversas etapas clave; en primer lugar, se lleva a cabo una investigación exhaustiva para la identificación de materiales sostenibles, considerando opciones como tejidos orgánicos, reciclados o aquellos con certificaciones ambientales. Posteriormente, se emprende la búsqueda de proveedores locales o internacionales que suministren estos materiales, asegurándose de que compartan el compromiso de sostenibilidad y estén dispuestos a cumplir con los estándares de calidad establecidos. La negociación de términos y condiciones se convierte en un paso crucial, abordando aspectos como precios, cantidades, plazos de entrega y acuerdos de sostenibilidad.

Una vez establecidos los términos, se establecen rigurosos estándares de calidad para los materiales, respaldados por inspecciones y pruebas que garantizan su cumplimiento, la gestión eficiente del inventario se planifica meticulosamente para evitar escasez o exceso de materiales, optimizando así el proceso de producción. La logística y el transporte se organizan considerando tanto la eficiencia como la sostenibilidad, asegurando un traslado eficaz de los materiales desde los proveedores hasta las instalaciones de producción.

La fase de almacenamiento y almacenaje se aborda cuidadosamente, preservando la calidad de los materiales mediante condiciones adecuadas de temperatura y humedad, la sostenibilidad en la cadena de suministro se verifica mediante la implementación de prácticas sostenibles por parte de los proveedores, incluyendo la trazabilidad de productos y la reducción de desechos. Para mitigar riesgos, se respalda y diversifica la red de proveedores, proporcionando alternativas para reducir posibles interrupciones en la cadena de suministro.

El cumplimiento normativo es prioritario, asegurándose de cumplir con las regulaciones y requisitos legales relacionados con la importación y el uso de materiales y materias primas, especialmente en el contexto de adquisiciones internacionales. Este enfoque integral garantiza que la cadena de suministro de Charl's Bordados sea no solo eficiente y rentable, sino también ética y respetuosa con el medio ambiente.

3.2.3.3 Eslabón de producción

El eslabón de producción es una etapa fundamental en la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas para Charl's Bordados en Ecuador. Durante este proceso, se transformarán los materiales y la materia prima en prendas de moda de alta calidad que reflejen los diseños y la visión de la marca.

El proceso de producción de Charl's Bordados abarca diversas etapas cruciales con el fin de garantizar fielmente a los objetivos de la empresa la calidad, la sostenibilidad y la fidelidad al diseño y la visión de la marca, en la fase de patronaje y corte, los patrones de las prendas se diseñan con precisión mediante software de diseño asistido por computadora (CAD) o manualmente, asegurando un ajuste adecuado. La posterior tarea de corte de tela se realiza conforme a estos patrones, minimizando el desperdicio de material y optimizando la utilización de recursos.

En la etapa de confección y ensamblaje, los componentes de las prendas se unen mediante técnicas de costura avanzadas, ejecutadas por una mano de obra altamente calificada para garantizar calidad y durabilidad. La personalización, si se ofrece, como tallas o colores personalizados, se integra en este proceso, la accesibilidad y el diseño universal, se priorizan, implementando características que aseguran que las prendas sean accesibles para personas LGBTIQ+ y se deja la posibilidad para ingreso de nuevos segmentos de mercado.

La tecnología 3D se emplea para visualizar cómo quedarán las prendas bordadas en diferentes tipos de tejidos antes de la producción, sobresaliendo del material base, para mostrar textura en la prenda, es así el control de calidad se implementa rigurosamente en cada etapa de la producción, asegurando que las prendas

cumplan con los estándares de calidad y sostenibilidad de la marca, establecida en su manual de empresarial..

La sostenibilidad en la producción se logra mediante prácticas como la reducción de desechos, el uso de tintes y materiales ecológicos, y la eficiencia energética en las instalaciones de producción. Se establecen plazos de producción realistas y eficientes para cumplir con las fechas de lanzamiento de la colección, mientras que la gestión de inventarios se monitorea para garantizar un flujo constante y la disponibilidad oportuna de productos.

En cuanto al embalaje y etiquetado, se diseñan envases sostenibles y etiquetas que reflejan la marca, proporcionando información sobre la sostenibilidad y los detalles de cuidado de las prendas; si existen colaboraciones y alianzas estratégicas con otros actores de la industria, como diseñadores o organizaciones de inclusión, se coordinan eficazmente durante la producción. Este eslabón de producción integral refleja el compromiso de Charl's Bordados con la excelencia, la sostenibilidad y la materialización exitosa de su visión de moda inclusiva y maximalista.

3.2.3.4 Eslabón de comercialización

El eslabón de comercialización es un paso crucial en la creación de una colección con características específicas de prendas maximalistas inclusivas para Charl's Bordados en Ecuador, este eslabón implica la estrategia de marketing y venta de la colección para llegar a la audiencia objetivo y lograr el éxito en el mercado. El desarrollo de la estrategia de marketing para la colección de prendas maximalistas inclusivas de Charl's Bordados implica una serie de pasos cruciales. En primer lugar, se define con precisión el público objetivo, considerando factores como género, edad, preferencias de estilo y valores de inclusión. El posicionamiento de la marca es esencial, estableciendo cómo la colección se destacará en el mercado, resaltando sus características únicas y su compromiso con la inclusión y la sostenibilidad.

En cuanto a los canales de comercialización, se toman decisiones clave, como la selección de canales de venta, ya sea a través de tiendas físicas, comercio

electrónico, ferias de moda u otros; si se opta por la venta en línea, se desarrolla una plataforma de comercio electrónico atractiva y funcional. Las estrategias de marketing se diseñan cuidadosamente para destacar aspectos clave de la colección, como la inclusión, la sostenibilidad y la autenticidad de la marca.

La promoción en redes sociales se utiliza para amplificar la visibilidad, mostrando imágenes de alta calidad y compartiendo la historia detrás de la marca y la colección, se garantiza una experiencia de compra positiva, ofreciendo servicio al cliente excepcional y experiencias en línea atractivas, con herramientas de prueba virtual o guías de tallas precisas para facilitar decisiones informadas.

En el ámbito de la distribución y logística, se gestiona de manera eficiente la distribución de las prendas a los puntos de venta o directamente a los clientes si se venden en línea. Se prioriza el embalaje sostenible para reflejar los valores de la marca, y se lleva un control adecuado del inventario para evitar sobreproducción o falta de productos.

La medición del rendimiento se realiza mediante indicadores clave de rendimiento (KPI) como la tasa de conversión, el tráfico del sitio web y la retroalimentación del cliente, se exploran alianzas estratégicas con organizaciones o influencers que compartan valores de inclusión y sostenibilidad, ampliando así la visibilidad de la colección.

La estrategia de precios se determina de manera competitiva, reflejando el valor de la colección y las inversiones en sostenibilidad, considerando también ofertas y promociones especiales. En conjunto, este enfoque integral en la comercialización es fundamental para atraer a la audiencia, promover la colección y garantizar el éxito de los productos dispuestos a realizar en el mercado de moda ecuatoriana buscando ser distintivos.

CAPÍTULO IV

4 MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

4.1.1 Modelo de encuesta y/o entrevista

Se llevó a cabo una entrevista estructurada con 10 preguntas diseñadas para explorar las preferencias y hábitos de compra de ropa de los participantes. A continuación, se detallan las preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia sueles adquirir ropa nueva?
2. ¿Valoras la comodidad al momento de comprar ropa?
3. ¿Cuál es tu opinión sobre la presencia excesiva de elementos decorativos en las prendas de vestir?
4. ¿Estarías dispuesto a comprar chaquetas y pantalones que presenten colores y diseños diferentes entre sí?
5. ¿Crees que la ropa con diseños, estampados y colores vivos te hace sentir como si estuvieras disfrazado/a?
6. ¿Consideras que combinar estampados, colores y bordados en una prenda es una práctica favorable?
7. ¿Has encontrado tiendas, tanto físicas como en línea, que ofrezcan productos que se ajusten a tus preferencias?
8. ¿Piensas que las prendas disponibles en los diversos establecimientos son inclusivas?
9. ¿Consideras que las tendencias actuales de moda satisfacen tus gustos y preferencias?
10. ¿Cuál es tu rango de precio habitual al realizar compras de ropa?

Estas preguntas fueron diseñadas para proporcionar una visión completa de las preferencias individuales y las consideraciones de compra de los participantes en relación con la ropa. Los datos recopilados a partir de estas respuestas podrían ayudar a comprender mejor las tendencias y demandas del mercado de la moda, así como a orientar estrategias comerciales y de diseño para satisfacer las necesidades del consumidor.

4.2 Selección de la muestra

Se empleó un muestreo no probabilístico de intención para seleccionar una muestra de 20 representantes de la comunidad. Este tipo de muestreo se basa en la disponibilidad y disposición de los participantes para formar parte de la investigación, en lugar de utilizar métodos aleatorios para garantizar la representatividad de la muestra. se llevó a cabo entrevistas con dos expertos en el campo de la moda y el comercio minorista de prendas de vestir. La inclusión de expertos en el proceso de investigación permite obtener perspectivas especializadas y profundizar en temas específicos relacionados con las tendencias de la moda, el comportamiento del consumidor y las estrategias de mercado.

Estas entrevistas con expertos proporcionan una oportunidad para obtener información cualitativa valiosa, basada en la experiencia y conocimiento profundo del campo. Los expertos pueden ofrecer análisis y evaluaciones críticas sobre las prácticas actuales de la industria, así como sugerir recomendaciones y predicciones sobre futuras tendencias y desarrollos en el mercado de la moda.

Al combinar los datos recopilados de las entrevistas con los representantes de la comunidad y la información aportada por los expertos, se puede obtener una comprensión holística y completa de las preferencias de los consumidores, los desafíos del mercado y las oportunidades de crecimiento en la industria de la moda y el comercio minorista de prendas de vestir. Esta combinación de enfoques metodológicos fortalece la validez y la relevancia de los hallazgos de la investigación, permitiendo así una toma de decisiones más informada y estratégica.

4.3 Técnicas de estudio

4.3.1 Cualitativa

La investigación cualitativa se caracteriza por su enfoque en comprender fenómenos complejos desde una perspectiva holística, explorando la naturaleza subjetiva de la realidad. A través de métodos como la observación participante, entrevistas en profundidad y análisis de contenido, busca capturar la riqueza y la diversidad de experiencias humanas, permitiendo la emergencia de patrones, significados y contextos que no podrían ser capturados mediante técnicas cuantitativas. Este enfoque valora la flexibilidad, la interpretación y la contextualización de los datos, promoviendo un entendimiento profundo y contextualizado de los sujetos de estudio (López & Fachelli, 2015).

4.4 Elaboración e interpretación de los datos

- **Entrevista A Diseñadores**

Objetivo: Obtener una comprensión profunda de su experiencia, perspectivas y procesos creativos en trabajos inclusivos

1. **¿Qué aspectos se tuvo en cuenta para garantizar que la colección sea inclusiva?**

Todos los gustos que el grupo lgtbi desea llevar acabo, como algunas personas deseaban muchos colores llamativos y otras personas no deseaban ser tan vistos

2. **¿Cómo se conectan personalmente con la comunidad LGBTQ y de qué manera ha influido esto en su enfoque creativo?**

Entendiendo y haciéndoles saber que somos iguales y que no hay ningún defecto que nos separe

3. **¿Se observó alguna diferencia destacada en su aproximación creativa en comparación con otras colecciones?**

Si, algunas colecciones se destacan por las texturas que tienen y lo que representan.

4. **¿Cómo ha influido esta experiencia en su perspectiva general y enfoque como diseñador?**

Influye de una manera significativa, tener retos en la vida, y crear diseños que hace feliz a más personas.

5. **¿Cómo se concibió el diseño de las prendas para reconocer y respetar la identidad de género y orientación sexual de los usuarios?**

Escuchando todos los problemas a resolver con lo que pasan día a día el grupo LGTBI

6. **¿Cuál fue el momento más satisfactorio o emblemático durante el proceso de diseño y presentación de la colección?**

El mirar la pasarela y el desenvolvimiento de las personas LGTBIQ+ al usar sus prendas nuevas

7. **¿Qué recomendaciones ofrecerían a diseñadores emergentes que aspiren a abordar la moda inclusiva?**

Se recomienda vivir las experiencias con el grupo, ver más allá de lo que desean las personas, satisfacer, y saber aprender de los errores que se comete.

GERENTE CHARL´S BORDADOS

OBJETIVO: Obtener la perspectiva del gerente de "Charl's Bordados" sobre la implementación del nuevo modelo de negocio centrado en la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas.

1. **¿Cuál es su perspectiva principal acerca de la incorporación de un modelo de negocio renovado para "Charl's Bordados"?**

Encontrar otro nicho de mercado que no está satisfecho con lo que encuentra normalmente.

2. **¿Cuáles factores específicos han motivado a la empresa a explorar la creación de un nuevo modelo de negocio en este momento?**

Diversificar, ampliar, mejorar el negocio y conservar la competitividad junto con la motivación a un nicho de mercado que no ha sido tomado en cuenta.

3. **¿Hasta qué punto la tecnología y la digitalización jugarán un papel crucial en el recién concebido modelo de negocio?**

Nos adaptaremos a todos los cambios necesarios para que la empresa sea más eficiente, aprovechar todo lo que se obtiene, ampliar el negocio y llegar hacer una empresa que cumpla todos los requerimientos llegando así a ser una empresa eficaz.

4. **¿Se encuentra evaluando posibles colaboraciones o alianzas estratégicas para fortalecer el modelo de negocio?**

Trabajar con academias de corte y confección, para compartir conocimientos de corte, si es posible el contratar personal apto para este departamento.

5. **¿Cuáles son los objetivos fundamentales que espera lograr mediante la implementación de este innovador modelo de negocio?**

Ampliar una nueva línea de negocio y destacar un entorno empresarial dinámico.

6. **¿Cuánto puede invertir en él nuevo modelo de negocio?**

La inversión seria entre los 5000 dólares.

4.4.1.1 Entrevistas a participantes

Dada la gran cantidad de personas entrevistadas, se ha decidido implementar un sistema de codificación para sintetizar la información recopilada de los participantes. En este sistema, cada participante será representado por la letra "P" seguida de un número único del 1 al 20, asignado secuencialmente de la siguiente manera "P1 a P20"

Tabla 11: *Unificación de Respuestas*

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Con qué frecuencia sueles comprar nueva ropa?	P4, P8, P12, P16, P20respondieron que: Cada mes compran ropa P3, P7, P11, P15, P19 Cada vez que encuentro ofertas P1, P5, P9, P13, P17Tres veces al año P2, P6, P10, P14, P18Regularmente, cuando necesito actualizar mi guardarropa
2. ¿Prefieres la comodidad cuando compras tu ropa?	Sí, prefiero la comodidad
3. Danos tu opinión sobre la saturación de elementos decorativos en las prendas de vestir	P6, P12, P18Me encantan las decoraciones P2, P8, P14, P20Los elementos decorativos añaden valor a la prenda

	P1, P7, P13, P19 Me gusta la sutilidad en la decoración de la ropa P3, P9, P15Disfruto de las prendas con toques decorativos elegantes ´ P5, P11, P17Los elementos decorativos pueden darle personalidad a la ropa P4, P10, P16Aprecio los elementos decorativos siempre que no sean excesivos
4. Que piensas si las chaquetas y pantalones llevan colores y diseños diferentes, estarías dispuesto a comprar estos productos	P5, P12, P19: Sí, estaría dispuesto a comprar productos con chaquetas y pantalones de colores y diseños diferentes P2, P9, P16: Depende del diseño y la combinación de colores P3, P10, P17: Consideraría comprarlos si los diseños son atractivos P4, P11, P18: Me interesaría, siempre y cuando los colores y diseños sean armoniosos P1, P8, P15: Es una propuesta interesante, estaría dispuesto a probarlo P6, P7, P13, P14, P20Podría considerarlo, dependiendo de cómo se vea en conjunto.
5. Piensas que la ropa con diseños, estampados, y colores vivos te hacen sentir disfrazada	P1, P2, No, no me hacen sentir disfrazada P17, P20 Los diseños vivos y estampados me hacen sentir con estilo P9. P10 Los diseños audaces me hacen sentir segura P3, P4 Me encanta experimentar con diseños y colores vibrantes.

	P8, P18Las prendas con diseños llamativos me hacen sentir única P14, P6, P11Me hacen sentir segura y con confianza P16, P17.P 2No, me hacen sentir segura y expresiv P1, P4Me siento auténtica y original con diseños llamativos
6.Crees que combinar estampados, colores y bordados mientras más es mejor.	P15, P16Sí, mientras más variedad, mejor P5, P6, P7, P8, P13, P14: Me gusta la combinación de estampados, colores y bordados P4, P12, P20: Depende de cómo se combinen, pero me inclino por la variedad P2, P10, P18: Creo que la combinación de elementos puede ser interesante P3, P11, P19: Me gusta experimentar con diferentes combinaciones P1, P9, P17: Mientras estén bien equilibrados, me gusta la combinación de elementos15
7.Has encontrado tiendas físicas o en línea que vendan productos que tengas tus preferencias	P4, P8, P12, No he encontrado tiendas que satisfagan mis preferencias P1, P5, P9, P13, P17: A veces encuentro tiendas en línea que tienen lo que busco P16, P20: He encontrado algunas opciones en tiendas físicas y en línea P2, P6, P10, P14, P18: A veces encuentro lo que busco en tiendas físicas, pero no siempre P3, P7, P11, P15, P19: Es difícil encontrar exactamente lo que busco en las tiendas disponibles.

8. Piensas que las prendas que se encuentran en los diferentes almacenes son inclusivas	P4, P8, P12, P16:No siempre, siento que falta diversidad en las opciones P19, P18, P17, P20: Creo que debería haber más variedad en las prendas disponibles P1, P5, P9, P13: No, hay una falta de inclusividad en los almacenes de ropa P2, P6, P10, P14: Siento que las tiendas podrían ofrecer más opciones inclusivas P3, P7, P11, P15:Podrían mejorar en términos de inclusividad en la selección de prendas
9. Consideras que las nuevas tendencias actuales cumplen con tus gustos y preferencias.	P3, P4, P5, P8, P9, P10, P13, P14, P15, P18, P19: No siempre, algunas tendencias no van con mi estilo personal P1, P6, P11, P16, P20: A veces las nuevas tendencias no coinciden con mis preferencias29 P2, P7, P12, P17: Depende, algunas tendencias me gustan más que otras
10. Con que precio te manejas para realizar tus compras de ropa	P3, P7, P11, P15, P19: Mi presupuesto oscila entre 70 y 100 dólares por compra P4, P8, P12, P16, P20: Suelo gastar alrededor de 90 dólares por compra P2, P6, P10, P14, P18: Generalmente gasto alrededor de 200 dólares por compra P1, P5, P9, P13, P17:Mi límite de gasto es de unos 300 dólares por compra.

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

- **Interpretación**

Se puede identificar claramente que las prendas maximalistas encajaran en el mercado, porque primero la mayoría de los entrevistados piensan que la comodidad es la más importante así como también buscan ropa con estilos diferentes, al hacer consultas de que existan diseños con bordados, estampados, letras y diseños diferentes indican que estarían dentro de sus gustos y preferencias, en Tungurahua donde podrían adquirir tranquilamente las prendas, no existe un lugar que sea inclusivo mucho menos existe un lugar que venda estas prendas maximalistas, de hecho se entiende por las respuestas que compran las prendas sencillas y después ponen los demás estilos tienen un gasto adicional para que las prendas tengan como tal los diseños, es por eso que nosotros como empresa tenemos la confiabilidad de que esta nueva tendencia esta nueva línea de negocios será positiva para la empresa, además que el poder adquisitivo de estos grupos nos da la confianza para generar diseños y colecciones exclusivas que la empresa no pierda al momento de implementar esta línea.

4.5 Conclusiones

Se identifica claramente que una colección maximalista tendrá la aceptación para poder ingresar este nuevo modelo de negocio donde el mismo tendrá características con diseños, acento en colores, bordados, estampados extravagantes, lo que permitirá que las personas que adquieran nuestro producto sientan esa inclusividad y la igualdad de compra en el mercado,

Este nicho claramente se encuentra abandonado por las empresas textiles y es donde Charl's bordados va a ingresar de manera agresiva con la implementación de este nuevo modelo de negocios.

Tabla 12: *Matriz de triangulación concurrente*

Elaborado por: Gissela Haro

CAPÍTULO V

5 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

En este capítulo, se examinarán las tecnologías necesarias para la implementación del proyecto actual, ya que constituyen un elemento crucial para su realización, además, se buscará definir la función que desempeñarán en la creación del producto final, de la creación de prendas de vestir, que se está presentando. A continuación, se detallarán de manera puntual los requisitos y necesidades que el investigador debe cubrir para cumplir con los objetivos propuestos para llevar a cabo con éxito este proyecto.

5.1 Cronograma de producción

En este capítulo, se examinarán las tecnologías necesarias para la implementación del proyecto actual, ya que constituyen un elemento crucial para su realización, además, se buscará definir la función que desempeñarán en la creación del producto final, de la creación de prendas de vestir, que se está presentando. A continuación, se detallarán de manera puntual los requisitos y necesidades que el investigador debe cubrir para cumplir con los objetivos propuestos para llevar a cabo con éxito este proyecto.

Tabla 13: *Cronograma de Producción*

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

	Octubre			**Noviembre**				**Diciembre**				**Enero**			
ACTIVIDAD															
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PRE PRODUCCIÓN															
Desarrollo creativo															
Proceso de bocetaje															
Definición de colección															
Adquisición de materiales															

Presentación de fichas técnicas	
PRODUCCIÓN Patronaje de las propuestas de diseño	
Tendido, marcado y tizado	
Corte de piezas	
Confección de la prenda y bordado	
POS PRODUCCIÓN Etiquetado y empaque	
Control de calidad	
Entrega de la propuesta	

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

5.2 Control de calidad

La gestión de calidad se encarga de examinar y confirmar la calidad de los productos a través de una inspección exhaustiva al 100%., específicamente, esta responsabilidad recae en el departamento de calidad y sus inspectores, de este modo, se busca evitar que productos defectuosos lleguen al usuario. Además, el control de calidad posibilita la oferta de productos de alta calidad, los cuales se caracterizan por sus atributos físicos o químicos. (Barrionuevo, 2022) establece que la calidad, desde la perspectiva del cliente, implica satisfacer los deseos o necesidades del consumidor, entendiendo su entorno por lo que el producto debe cumplir con requisitos y especificaciones que garanticen una calidad superior según el uso que vaya a tener la prenda.

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

En el área de diseño, los diseñadores trabajan en estaciones equipadas con computadoras de alto rendimiento y dispositivos de realidad virtual para la conceptualización y diseño de prendas, utilizando software CAD y otros programas de

diseño. Se cuenta con equipos como cámaras y grabadoras, así como material de papelería. En el área de patronaje, se utilizan estaciones de trabajo con software CAD/CAM e Ilustrador para la elaboración de patrones digitales, junto con softwares, impresora, plotter e insumos de patronaje, además de material de papelería.

El área de corte está equipada con máquinas de corte láser y personal especializado, minimizando desperdicios y garantizando precisión en los cortes, aquí se utilizan una mesa de corte, tiza, cinta métrica, alfileres y tijeras de tela. En el área de confección, se emplean máquinas modernas como la recta y la overlock de 5 hilos, así como maquinas fusionadoras, botoneras y ojaladoras. Se cuenta también con una plancha industrial, pies y guías de máquinas, materia prima, insumos y material de papelería.

El área de acabados se dedica a aplicar toques finales a las prendas, incluyendo detalles decorativos, bordados y planchado. El área de control de calidad inspecciona minuciosamente las prendas para garantizar estándares de calidad, identificando y corrigiendo defectos antes de pasar al siguiente paso. Después del control de calidad, las prendas pasan al área de empaquetado, donde se etiquetan, empacan cuidadosamente y se preparan para su distribución, siguiendo las directrices de la empresa.

La bodega sirve como espacio de almacenamiento organizado para materiales, productos semielaborados y prendas terminadas. Por último, el área de venta se encarga de la promoción y comercialización de las prendas, ya sea a través de un espacio de exhibición físico, un sitio web de comercio electrónico o estrategias de marketing para dar a conocer la marca, luego dar a conocer sus metas y sus productos, acorde al mercado elegido.

5.4 Requerimientos de mano de obra

En la implementación del proyecto, es necesario mantener un uso de mano de obra especializada, colaborando con Charl's Bordados, la empresa proporcionará apoyo y facilitará una distribución efectiva de profesionales para llevar a cabo la propuesta, la elaboración se basa en un enfoque colaborativo, que implica la cooperación entre la empresa y el diseñador de moda.

En el ámbito de la atención al cliente, se requiere un profesional con experiencia para desempeñar el cargo de Atención al Cliente, actuando como el enlace directo entre la empresa y los clientes, asegurando una experiencia positiva para estos últimos. En el área de contabilidad, se necesita un Auxiliar Contable, responsable de los aspectos relacionados con la gestión financiera y contable del negocio.



Ilustración 17: *Mano de Obra*
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

La seguridad industrial abarca un conjunto de normas precisas de carácter obligatorio, establecidas con el propósito de prevenir y mitigar la ocurrencia de accidentes laborales, tomando en cuenta cualquier punto de peligro o posibilidad de un riesgo laboral que puedan causar daños a personas, bienes o al medio ambiente en entornos industriales (Còrdova, 2020).

La infraestructura del espacio de seguridad industrial y medio ambiente en una empresa textil debe ser diseñada cuidadosamente para garantizar la seguridad de los trabajadores y minimizar los impactos ambientales asociados con las operaciones textiles. Aquí hay algunas consideraciones específicas para la infraestructura en una empresa textil:

Tabla 14 *Seguridad:*

DISEÑO DEL PLANO DE LA PLANTA	VENTILACIÓN Y CONTROL DE CONTAMINANTES	MANEJO DE SUSTANCIAS QUÍMICAS:	PREVENCIÓN DE INCENDIOS:	EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL (EPP):	ALMACENAMIENTO Y MANIPULACIÓN DE MATERIAS	GESTIÓN DEL AGUA Y EFLUENTES:	GESTIÓN DE RESIDUOS	ILUMINACIÓN:	FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN
Distribuir las áreas de trabajo Separar áreas de procesamiento químico	Implementar sistemas de ventilación eficientes Utilizar equipos de filtración y purificación	Almacenar productos químicos de manera segura Establecer áreas específicas para el manejo, revisión, supervisión y almacenamiento	Instalar sistemas de detección y extinción de incendios adecuados	Guantes, gafas de seguridad y respiradores, según sea necesario.	Diseñar áreas de almacenamiento seguras para las materias primas textiles y productos químicos Implementar sistemas de manipulación segura	Implementar sistemas para el tratamiento adecuado Cumplir con las normativas locales y nacionales	Establecer procedimientos para la segregación, almacenamiento temporal	Garantizar una iluminación adecuada en todas las áreas de trabajo para revisar y vigilar	Proporcionar capacitación regular a los empleados

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

5.5.1 Medio ambiente y riesgos laborales

En los espacios laborales y sus extensiones, se buscará mantener recursos naturales o artificiales, condiciones que garanticen un entorno cómodo y saludable para los trabajadores. (Garcia, 2021)

En áreas de trabajo cerradas, se asegurará un suministro mínimo de 30 metros cúbicos de aire fresco y limpio, el mismo debe ser por hora y por trabajador un ambiente propio para trabajar, a menos que se realice una renovación completa del aire no inferior a 6 veces por hora.

La circulación del aire en espacios cerrados se ajustará para evitar que los trabajadores estén expuestos a corrientes molestas, los espacios deben tener un clima adecuado para poder laborar y la velocidad del aire no superará los 15 metros por minuto a temperatura normal ni los 45 metros por minuto en entornos cálidos.

En procesos industriales con la presencia o liberación de contaminantes físicos, químicos o biológicos, la prevención de riesgos para la salud se llevará a cabo priorizando la eliminación de su generación, su emisión en segundo lugar, y como última medida, su transmisión (Frascara, 2018). Solo en situaciones técnicamente irresolubles mediante las medidas previas, se optará por la utilización de equipos de protección personal o la reducción de la exposición a los efectos del contaminante.

Los límites normales de temperatura en grados Celsius (°C) se establecerán según el gráfico de confort térmico, garantizando que los espacios de trabajo se mantengan dentro de estos límites, siempre que lo permitan el proceso de fabricación y otras condiciones (Garcia, 2021). En los lugares de trabajo expuestos a temperaturas elevadas o bajas, se evitarán cambios abruptos, en actividades realizadas en espacios cerrados con temperaturas extremas, se limitará la permanencia de los trabajadores mediante la implementación de turnos adecuados.

CAPÍTULO VI

6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del Producto o Servicio

Modelo de negocio con prendas maximalistas con enfoque en las personas LGBTIQ+, que cuentan con mensajes positivos y empoderarles mediante parches, bordados estampados o impresiones que permiten a cada blazer y cada pantalón contar una historia única, brindando opciones para que los usuarios personalicen su estilo. Estos productos maximalistas inclusivos buscan no solo destacar visualmente, sino también enviar mensajes de positividad, empoderamiento y celebración de la diversidad.

Tabla 15: *Modelo de negocio Charl´s bordados*

MODELO DE NEGOCIOS CHARL´S BORDADOS SEGÚN EL MODELO BECHMARKING DE LAS EMPRESAS ZARA, HYM Y VAN	
Alianzas estratégicas	**Proveedores de telas** • **Proveedores de insumos** Charl's Bordados ha desarrollado un plan estratégico para avanzar en varios aspectos esenciales de su nuevo modelo de negocio con prendas maximalistas inclusivas. Principalmente, buscará fortalecer su red de proveedores de telas e insumos, enfocándose en aquellos que ofrezcan materiales sostenibles y de alta calidad para asegurar la excelencia de sus productos. • **Accesorios de moda** Además, la empresa procurará establecer asociaciones con proveedores de accesorios de moda para complementar sus prendas y proporcionar opciones de personalización atractivas. • **Ferias locales** La participación en ferias locales será fundamental para promocionar su nueva colección y atraer a nuevos clientes. Charl's Bordados contará con el apoyo de sus familiares para representar estos productos en dichos eventos.
Calidad del Producto	• **Resistencia y durabilidad** Charl's Bordados tiene un enfoque integral para progresar en varios ámbitos clave, asegurando la resistencia y durabilidad de sus productos a través de materiales de alta calidad y técnicas avanzadas de bordado, como lo es el 3D. • **Diseño y estilo** La empresa continuará destacándose en diseño y estilo, ofreciendo prendas que no solo sean visualmente atractivas sino también innovadoras y personalizables.

	• **Calidad y precio** En términos de calidad y precio, Charl's Bordados mantendrá un equilibrio competitivo, asegurando que sus prendas sean accesibles sin comprometer su excelencia. • **Tecnología textil avanzada** La adopción de maquinaria con tecnología textil avanzada permitirá optimizar los procesos de producción y mejorar la eficiencia. • **Originalidad y creatividad** Charl's Bordados se distingue por su originalidad y creatividad en su trabajo. Su talentoso equipo de diseñadores trabaja continuamente para crear diseños únicos que reflejen tanto las tendencias actuales como la identidad de la marca. La nueva colección de prendas maximalistas inclusivas es un claro testimonio de este compromiso, combinando estampados y bordados innovadores que atraen y resuenan con su público objetivo.
Innovación de Producto	• **Experiencia de compra agradable** La empresa se dedica a proporcionar una experiencia de compra agradable para todos sus clientes. Desde el primer contacto hasta la entrega del producto, Charl's Bordados se asegura de que cada interacción sea positiva y memorable. La atención al detalle y el ambiente acogedor de sus tiendas físicas contribuyen a que los clientes se sientan valorados y satisfechos con su compra. • **Atención personalizada** En Charl's Bordados, la atención personalizada es una prioridad. Cada cliente recibe un trato individualizado que se adapta a sus necesidades y preferencias. El personal capacitado está siempre dispuesto a ofrecer asesoramiento y ayudar a los clientes a encontrar las prendas perfectas que reflejen su estilo y

personalidad, garantizando una experiencia de compra excepcional.

- **Personalización y adaptación**

Charl's Bordados ofrece un servicio de personalización y adaptación que permite a los clientes crear prendas únicas y exclusivas. Ya sea añadiendo bordados específicos, ajustando tallas o combinando diferentes elementos de diseño, la empresa asegura que cada prenda se adapte perfectamente a los deseos del cliente, elevando la satisfacción y fidelidad del mismo.

- **Moda sostenible**

La empresa está comprometida con la moda sostenible, utilizando materiales ecológicos y prácticas de producción responsables. Charl's Bordados busca minimizar su impacto ambiental y promover la sostenibilidad en la industria textil. La nueva colección inclusiva es estilísticamente innovadora, alineándose con los valores y expectativas de los consumidores modernos.

- **Venta en línea y cobro con tarjeta de débito, tarjeta de crédito, transferencia o depósito**

Charl's Bordados facilita la compra de sus productos a través de su plataforma de venta en línea, ofreciendo una experiencia de compra conveniente y segura. Los clientes pueden pagar con tarjeta de débito, tarjeta de crédito, transferencia o depósito, garantizando flexibilidad y comodidad en cada transacción.

- **Entrega a domicilio**

Para mayor conveniencia de sus clientes, Charl's Bordados ofrece un servicio de entrega a domicilio eficiente y fiable. Los clientes pueden recibir sus compras directamente en la puerta de su casa, asegurando una experiencia de compra sin complicaciones y satisfactoria. Esta opción es especialmente valorada por quienes prefieren la comodidad de comprar desde casa.

Variedad de Productos	• **Amplia gama de estilos** Charl's Bordados presenta una colección que se ajusta a diferentes gustos y preferencias. Desde diseños clásicos hasta opciones contemporáneas y maximalistas, la empresa garantiza que todos los clientes puedan encontrar prendas que reflejen su estilo personal y estén al día con las últimas tendencias de moda. • **Diversidad de tallas y ajustes** La empresa se enorgullece de ofrecer una amplia gama de tallas y ajustes, asegurando que cada cliente pueda encontrar la prenda perfecta que se adapte a su cuerpo. Este enfoque inclusivo garantiza que todas las personas, independientemente de su tamaño o forma, puedan disfrutar de la moda de Charl's Bordados. • **Variedad de colores y patrones** Charl's Bordados se destaca por su diversa paleta de colores y patrones, permitiendo a los clientes expresarse de manera única. Desde tonos vibrantes hasta combinaciones sofisticadas, cada colección está diseñada para capturar la atención y resonar con una amplia audiencia • **Accesorios y complementos** Además de prendas de vestir, Charl's Bordados ofrece una selección de accesorios y complementos que añaden un toque especial a cualquier conjunto. Estos productos adicionales permiten a los clientes completar su look con estilo y originalidad
Ciclo de Vida del Producto	• **Introducción: sale al mercado el producto.** Cada nuevo producto de Charl's Bordados se lanza al mercado con una estrategia bien planificada, captando la atención de los clientes desde el inicio. Este enfoque asegura un comienzo fuerte y un rápido aumento en la demanda.

	• **Crecimiento: aumento en la demanda.** Gracias a su compromiso con la calidad y la innovación, Charl's Bordados experimenta un crecimiento continuo en la demanda de sus productos. La satisfacción del cliente y las recomendaciones boca a boca son factores clave en este éxito. • **Declive: el consumidor se interesa por nuevas tendencias.** Charl's Bordados siempre está atento a las nuevas tendencias y sabe cuándo es el momento adecuado para introducir nuevos productos. Este enfoque proactivo permite a la empresa mantenerse relevante y minimizar el impacto de los cambios en las preferencias del consumidor.
Estrategia de Precio	• **Posicionamiento de precio** La empresa utiliza una estrategia de posicionamiento de precio que refleja la calidad y exclusividad de sus productos. Esta táctica asegura que los clientes perciban un alto valor en cada compra, justificado por el diseño y la manufactura superior. • **Valor percibido** El valor percibido de los productos de Charl's Bordados es elevado, gracias a la combinación de diseño innovador, materiales de alta calidad y atención al detalle. Esto fomenta la lealtad del cliente y justifica el precio de los productos. • **Elasticidad de precios** Charl's Bordados maneja de manera efectiva la elasticidad de precios, ajustando sus estrategias según las condiciones del mercado y la respuesta del consumidor. Esto le permite maximizar sus ingresos sin perder competitividad • **Flexibilidad y adaptabilidad** Charl's Bordados es altamente flexible y adaptable, lo que le permite ajustarse rápidamente a los cambios del mercado y las

	demandas de los consumidores. Esta agilidad es crucial para mantener su relevancia y éxito a largo plazo.
Cobertura de Distribución	• **Presentación de canales de distribución diversificados: físicos como digitales.** La empresa utiliza una variedad de canales de distribución, tanto físicos como digitales, para llegar a una audiencia amplia y diversa. Esta estrategia asegura que los productos estén disponibles para todos los clientes, sin importar su ubicación. • **Acceso a puntos de venta relevantes: ubicaciones de alto tráfico, centros comerciales, zonas comerciales de moda.** La empresa se asegura de tener presencia en ubicaciones de alto tráfico, como centros comerciales y zonas comerciales de moda. Esto aumenta la visibilidad de sus productos y facilita el acceso a una base de clientes más amplia. • **Relaciones con distribuidores y minoristas** Charl's Bordados mantiene relaciones sólidas con distribuidores y minoristas, garantizando una cadena de suministro eficiente y una presencia constante en puntos de venta estratégicos.
Canales de Distribución	• **Plataformas digitales** La empresa utiliza plataformas digitales para llegar a un público más amplio y facilitar las compras en línea. Esto incluye una tienda en línea bien diseñada y una fuerte presencia en redes sociales. • **Redes sociales** Charl's Bordados utiliza activamente las redes sociales para promocionar sus productos, interactuar con los clientes y mantener a su audiencia informada sobre las últimas novedades y tendencias.

	• **Distribución directa** La empresa maneja una distribución directa que permite una relación más cercana con los clientes y un control total sobre la experiencia de compra. • **Marketing tradicional** La empresa utiliza técnicas de marketing tradicional, como anuncios en medios impresos y promociones en tiendas, para mantener su presencia y atraer a una audiencia diversa.
Estrategia de Promoción	• **Marketing digital** Charl's Bordados implementa estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad en línea. Esto incluye redes sociales, como Instagram, tik tok y publicidad en línea. • **Innovación de productos** La empresa se mantiene a la vanguardia de la innovación de productos, desarrollando constantemente nuevas colecciones y mejorando las existentes para satisfacer las demandas cambiantes del mercado. • **Comunicación efectiva con el cliente** La empresa prioriza la comunicación efectiva con sus clientes, asegurándose de que siempre estén informados sobre nuevos lanzamientos, promociones y otros eventos importantes. • **Capacitación constante** Charl's Bordados invierte en la capacitación constante de su personal para garantizar un servicio al cliente de alta calidad y una experiencia de compra excepcional.
Presupuesto de Marketing	• **Equilibrio entre estrategias de corto y largo plazo** Charl's Bordados mantiene un equilibrio entre estrategias de corto y largo plazo, asegurando que pueda responder a las demandas inmediatas del mercado mientras planifica su crecimiento futuro.

	• **Flexibilidad para adaptarse a cambios** La empresa es flexible y está preparada para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, asegurando que siempre pueda satisfacer las necesidades de sus clientes y mantenerse competitiva. • **Medición y evaluación del rendimiento** Charl's Bordados realiza una medición y evaluación constante de su rendimiento para identificar áreas de mejora y asegurar que siempre esté operando a su máximo potencial.
Atención al Cliente	• **Atención personalizada** La atención personalizada es una prioridad en Charl's Bordados. Cada cliente recibe un trato individualizado y atención especial, asegurando que todas sus necesidades y preferencias sean atendidas. • **Conocimiento del producto** El personal de Charl's Bordados tiene un profundo conocimiento de los productos, lo que les permite ofrecer asesoramiento experto y ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas • **Empatía y cortesía** El equipo de Charl's Bordados se destaca por su empatía y cortesía, creando un ambiente de compra agradable y asegurando que los clientes se sientan valorados y respetados.
Satisfacción del Cliente	• **Calidad de producto** Charl's Bordados se compromete a ofrecer productos de la más alta calidad, utilizando técnicas de producción avanzadas para asegurar la satisfacción del cliente. • **Cumplimiento de las expectativas** La empresa se asegura de cumplir con las expectativas de sus clientes en cada compra, proporcionando productos que superan sus estándares de calidad y diseño.

	• **Servicio al cliente eficiente** Charl's Bordados ofrece un servicio al cliente eficiente y resolutivo, asegurando que cualquier problema o consulta sea manejado de manera rápida y satisfactoria. • **Experiencia de compra positiva** La empresa se enfoca en crear una experiencia de compra positiva, desde la navegación en línea hasta la interacción en la tienda, asegurando que cada cliente se sienta satisfecho con su compra. • **Facilidad de devolución y cambio** Charl's Bordados ofrece políticas de devolución y cambio fáciles y convenientes, asegurando que los clientes puedan ajustar sus compras según sus necesidades sin complicaciones.
Retención de Clientes	• **Programas de fidelización** La empresa implementa programas de fidelización que recompensan a los clientes recurrentes, fomentando la lealtad y asegurando una relación duradera con su base de clientes. • **Experiencia de compra personalizada** En Charl's Bordados, brindar una experiencia de compra personalizada es fundamental. Cada cliente recibe una atención individualizada que asegura que sus gustos y necesidades sean considerados con precisión. Este enfoque no solo incrementa la satisfacción del cliente, sino que también refuerza la relación con la marca, fomentando la lealtad y el retorno de los clientes. • **Comunicación regular** Mantener una comunicación constante con los clientes es vital para informarlos sobre nuevos lanzamientos, promociones y eventos. Charl's Bordados se esmera en mantener una línea de comunicación abierta, utilizando diversos canales como redes sociales para mantener a su audiencia comprometida y bien

	informada. Esta transparencia genera confianza y fortalece la conexión entre la marca y sus consumidores. • **Incentivos para clientes leales** Charl's Bordados aprecia la fidelidad de sus clientes y lo demuestra a través de programas de incentivos diseñados para recompensar a los compradores frecuentes. Estos programas pueden incluir descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevas colecciones y promociones especiales, incentivando así la lealtad y asegurando que los clientes regresen repetidamente. • **Calidad del producto y servicio** La calidad del producto y del servicio es un pilar esencial en Charl's Bordados. La empresa se compromete a utilizar materiales de alta calidad y técnicas de producción avanzadas para asegurar que cada prenda cumpla con los más altos estándares. Además, un servicio al cliente eficiente y amable complementa la calidad del producto, garantizando una experiencia de compra satisfactoria y memorable.
Segmento de Mercado	• **Grupos LGBTI 20-40** Charl's Bordados ha identificado a los grupos LGBTI de entre 20 y 40 años como su mercado objetivo para la nueva colección inclusiva. Al enfocarse en este segmento, la empresa se compromete a ofrecer diseños que reflejen y celebren la diversidad, atendiendo las necesidades y preferencias específicas de esta comunidad con prendas innovadoras y respetuosas. • **Abierto al público** Charl's Bordados se enorgullece de ser una empresa accesible para todo el público. Con tiendas físicas y una sólida presencia en línea, la empresa garantiza que sus productos estén disponibles para una amplia audiencia, promoviendo la inclusión y la accesibilidad en la moda.

Participación en el Mercado	• **Posicionamiento de marca** El posicionamiento de marca de Charl's Bordados se basa en la calidad, la innovación y el compromiso con la inclusión. La empresa ha logrado establecerse como un referente en el mercado ecuatoriano, reconocida por sus diseños únicos y su dedicación a la excelencia, lo que le permite mantener una posición sólida y respetada en la industria. • **Segmentación del mercado** Charl's Bordados utiliza una estrategia de segmentación de mercado que le permite identificar y atender de manera efectiva a diferentes grupos de consumidores. Esta segmentación asegura que las campañas de marketing y las colecciones de productos se adapten específicamente a las necesidades y deseos de cada segmento, maximizando el impacto y la relevancia de la marca. • **Participación de crecimiento del mercado: generación de plazas de trabajo** El crecimiento de Charl's Bordados no solo se refleja en su expansión de mercado, sino también en la generación de empleo y experiencia. La empresa crea nuevas oportunidades laborales a medida que amplía su capacidad de producción y diversifica sus servicios, contribuyendo positivamente a la economía local y fortaleciendo su impacto social.
Rentabilidad	• **Margen de beneficio: ingresos totales y costos totales** Charl's Bordados se enfoca en maximizar su margen de beneficio mediante una gestión eficiente de sus ingresos totales y costos totales. La empresa implementa estrategias para aumentar las ventas y reducir los costos operativos, asegurando una rentabilidad sostenible a largo plazo. • **Eficiencia operativa: optimización de en procesos de fabricación y distribución.**

La eficiencia operativa es crucial para el éxito de Charl's Bordados. La empresa se dedica a optimizar sus procesos de fabricación y distribución, utilizando tecnología avanzada y prácticas eficientes para mejorar la productividad, reducir el desperdicio y asegurar la entrega oportuna de productos de alta calidad.

- **Gestión de inventarios: evitar excesos que puedan llevar a costos de almacenamiento adicionales.**

Una gestión efectiva de inventarios es esencial para evitar excesos y minimizar los costos de almacenamiento adicionales. Charl's Bordados implementa sistemas de gestión de inventarios que permiten un control preciso y una planificación adecuada, garantizando que siempre haya suficiente stock sin incurrir en gastos innecesarios.

- **Análisis de rentabilidad por producto y canal**

Charl's Bordados realiza un análisis detallado de la rentabilidad por producto y canal de distribución. Este enfoque permite identificar qué productos y canales son más rentables, facilitando la toma de decisiones estratégicas y asegurando que los recursos se asignen de manera eficiente para maximizar los beneficios.

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.1.1 Brain storming

Este proyecto se caracteriza por la confección de prendas maximalistas inclusivas, el cual incorpora detalles llamativos como estampados que representen culturas diversas y combinación de patrones, utiliza acento en colores vibrantes y combinaciones inesperadas para expresar diversidad y alegría. (Arbaiza & Huertas, 2018)



Ilustración 18: *Brain storming*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.2 Perfil del Cliente

El perfil del cliente que opta por la tendencia de moda o ropa maximalista inclusiva suele ser diverso y abierto a expresar su individualidad de una manera audaz y vibrante. Por ello se ha establecido la siguiente segmentación.

Jóvenes y adultos jóvenes de 20 a 35 años, para jóvenes adultos con preferencias de diseño específicas, personas abiertas, creativas y apasionadas por la expresión personal a través de la moda. Enfocado en clientes que valoran la inspiración cultural en la moda y buscan prendas que celebren diversas herencias. Para aquellos que están interesados en la incorporación de tecnología en la moda, como textiles tecnológicos o detalles innovadores. Enfocado en clientes que buscan prendas con mensajes de empoderamiento y positividad.

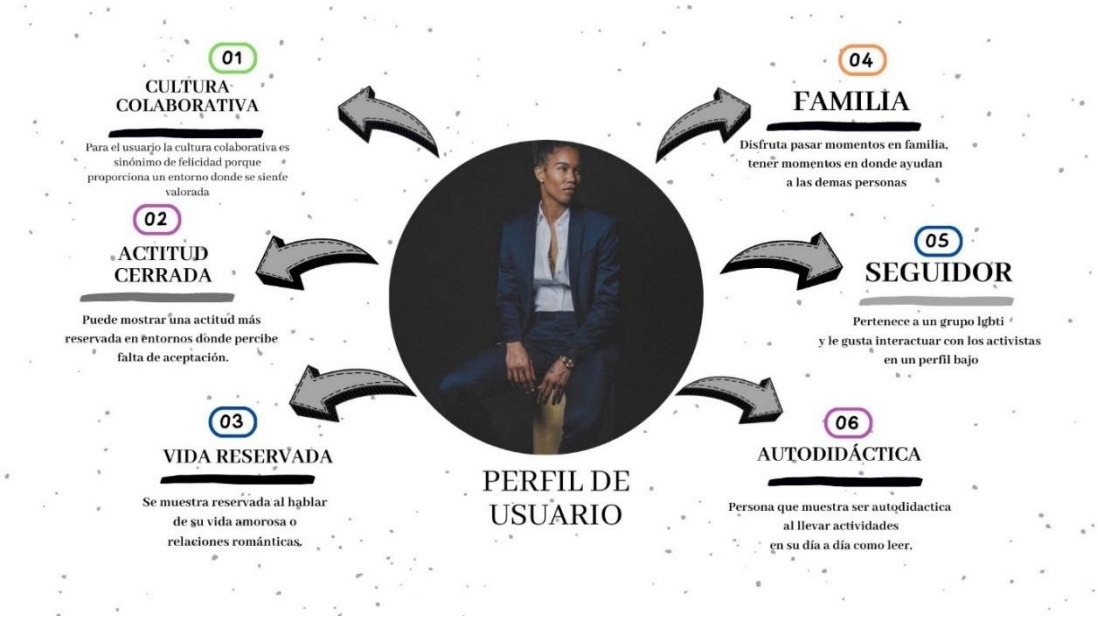


Ilustración 19: *Perfil del Usuario*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

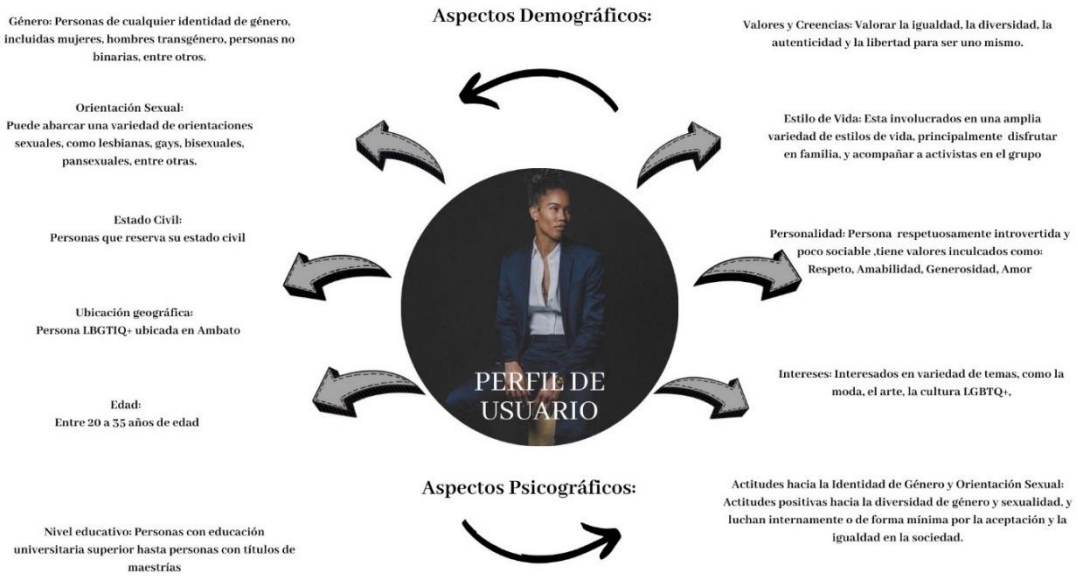


Ilustración 20: *Aspectos demográficos*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 21: *Perfil*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

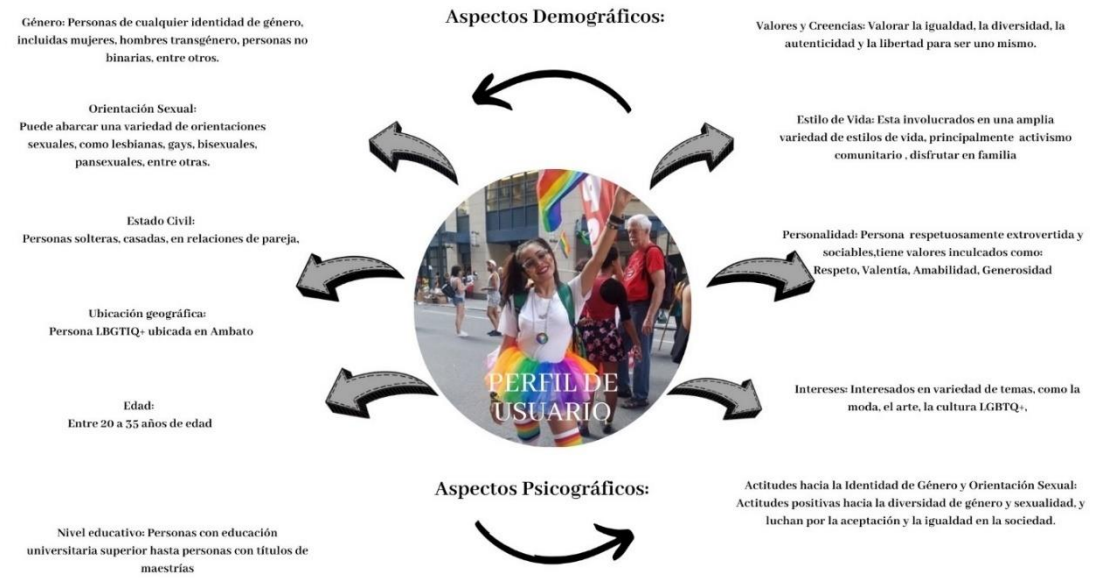


Ilustración 22: *Aspectos psicográficos*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

El moodboard del cliente se creó basándose en los datos recopilados a través de entrevistas a la población y la investigación de mercado, identificando así los gustos y preferencias de este.



Ilustración 23: *Moodboard*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.3 Identidad de Marca

La marca de ropa "RB-Belina Rodríguez" presenta una identidad única y personal. La combinación de las iniciales "RB" junto con el nombre "Belina Rodríguez" refleja un enfoque distintivo y una conexión especial con la identidad del creador o fundador de la marca.

6.3.1 Nombre de la marca

El nombre "Belina" tiene un significado apelativo, ya que se originó como una modificación de "Evelyn", evolucionando a través de la influencia y participación de la madre del creador. La elección de este nombre no solo sugiere una conexión

emocional y personal con la familia, especialmente con la figura materna, sino que también aporta un toque distintivo y único a la marca.

La inclusión del apellido "Rodríguez" agrega una dimensión adicional de autenticidad y pertenencia, posiblemente resaltando la herencia cultural o la identidad familiar del fundador. En conjunto, "RB- Belina Rodríguez" se posiciona como más que una simple marca de ropa; es una expresión de historias, vínculos afectivos y un homenaje a la influencia materna en la vida del creador. Esta identidad única puede resonar con los consumidores al transmitir autenticidad, calidez y un sentido de comunidad.

6.3.2 Esencia de la marca

La esencia de la marca se define por su expresión maximalista, caracterizada por una creatividad desbordante y audaz en cada prenda. La marca celebra la individualidad, alentando a los clientes a expresar su estilo personal sin restricciones, destacando la diversidad y singularidad de quienes la visten. A pesar de la extravagancia en el diseño, la marca se compromete a ofrecer prendas de alta calidad a precios accesibles, buscando así hacer la moda maximalista más inclusiva. Además, la esencia de la marca se centra en empoderar a quienes la eligen, proporcionando prendas visualmente impactantes que no solo reflejan un estilo único, sino que también fomentan la confianza y la autoexpresión.

6.3.3 Valores de la Marca

Inclusividad: La marca abraza a todas las formas, tallas, géneros y culturas. Cada prenda se crea con la idea de que la moda es para todos, independientemente de su identidad o background.

Sostenibilidad: Aunque las prendas son maximalistas en diseño, la marca valora la sostenibilidad y busca reducir su impacto ambiental. Puede utilizar materiales reciclados, procesos eco amigables y promover la durabilidad de las prendas.

Autoexpresión: La marca fomenta la autoexpresión y la libertad para que cada individuo use la moda como una forma de comunicar su identidad única al mundo.

Colaboración y Diversidad: Valoriza la colaboración con diseñadores diversos y artistas para crear colecciones que reflejen diversas perspectivas. La diversidad no solo se refleja en las prendas sino también en las personas involucradas en su creación.

Consciencia Social: La marca se compromete a utilizar su plataforma para abogar por causas sociales importantes y contribuir positivamente a la comunidad. Puede asociarse con organizaciones benéficas o promover mensajes de inclusión y aceptación.

En conjunto, esta marca de ropa maximalista inclusiva busca ser una fuerza positiva en la industria de la moda al desafiar las normas, celebrar la diversidad y empoderar a las personas a través de la expresión personal y la moda.

6.4 Uso de la marca

6.4.1 Logotipo



Ilustración 24: *Logotipo*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

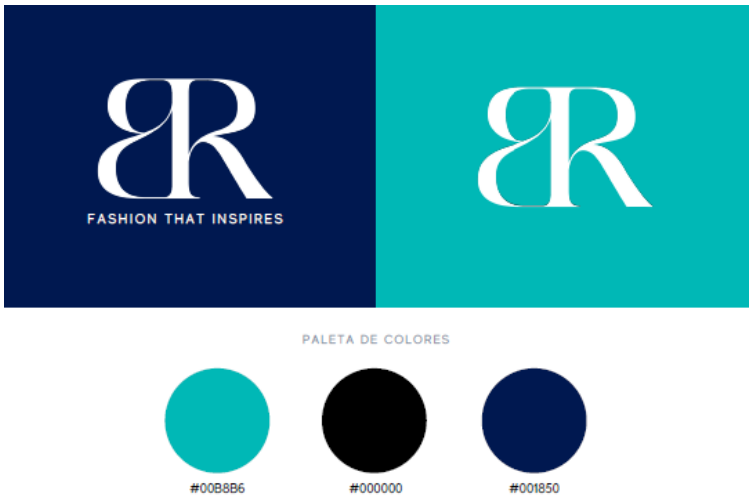


Ilustración 25: *Paleta de Colores*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 26: *Aplicación del Logo*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.4.2 Tipografía



***Ilustración 27**: Tipografía Corporativa*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.4.3 Aplicaciones



***Ilustración 28**: Aplicación 1*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



***Ilustración 29:** Aplicación 2*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 30: *Aplicación 3*
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 31: *Aplicación 4*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 32:*Aplicación 5*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 33: *Aplicación 6*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.5 Análisis de color de la propuesta

6.5.1 Paleta de Color de la Propuesta

La paleta de colores seleccionada para la colección maximalista equilibra tonos neutros con acento en colores más llamativos, permitiendo una expresión audaz y diversa. La combinación de blanco y negro establece una base sólida, mientras que el rosado, amarillo y azul añaden la dosis justa de expresión creativa y dinamismo, creando una colección que destila energía y estilo en cada prenda.



Ilustración 34: *Paleta de color propuesta (Estampado)*
Nota: Colores tomados de la inspiración para la propuesta.



Ilustración 35: *Paleta de color propuesta*
Nota: La base de las prendas serán blanco y negro con detalles dorados y plateados

6.6 Tendencia

6.6.1 Macrotendencia

Lafayette UNO encapsula la esencia de la macrotendencia al centrarse en la comunidad, la colaboración y la diversidad emocional, aplicando estos principios a través de una estética vibrante y participativa. Su enfoque principal es la creación de

prendas unisex. La participación del usuario se fomenta mediante la personalización de prendas, ya sea a través de teñidos, bordados o pinturas.

Además, se promueve la sostenibilidad con la entrega de kits de reparación, elevando la utilidad de las prendas más allá de su función estética. Lo gráficos utilizados convierten las prendas en pancartas visibles, reflejando posturas y creencias a través de un lenguaje amable. Esta macrotendencia no solo se limita al ámbito de la moda, sino que se extiende a otras áreas como la decoración y la expresión personal en el entorno social. (Gallego, 2013).

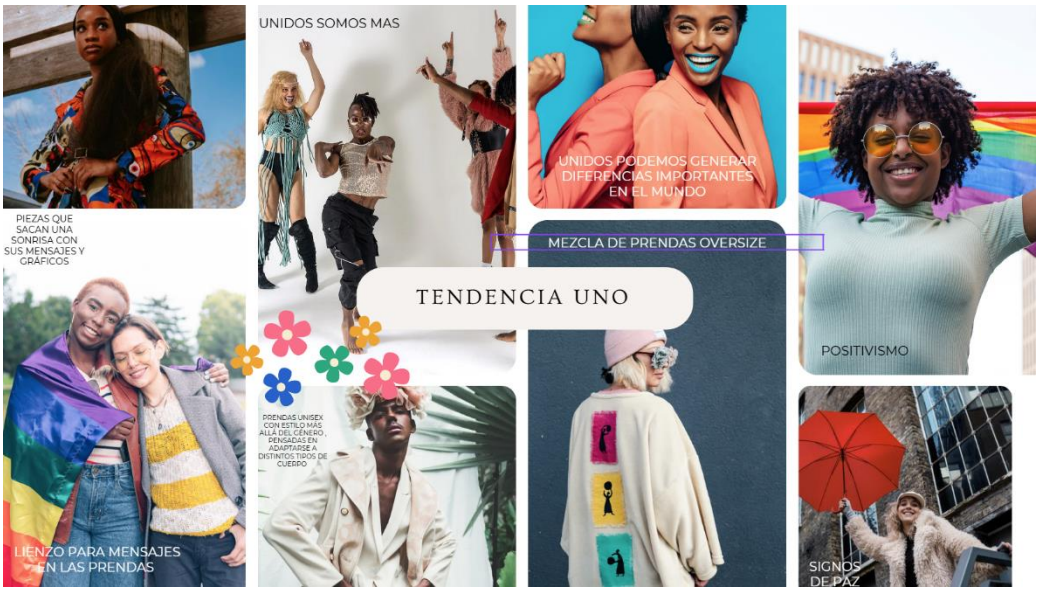


Ilustración 36: *Modboard Tendencia*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Nota: Imágenes tomadas de inspiración para la propuesta.

6.6.2 Tendencia

La tendencia Lafayette UNO se caracteriza por un enfoque centrado en el usuario y la construcción de comunidades sociales. En este contexto, la utilidad de las prendas va más allá de lo estético, buscando crear piezas que se adapten a diferentes

tipos de cuerpos y fomentando la participación del usuario a través de la personalización en todos los aspectos decorativos como los teñidos, bordados o pintura. En el entorno social, la tendencia aboga por la formación de comunidades, promoviendo la diversidad emocional y abandonando el individualismo en favor de la colaboración colectiva para sanar y avanzar juntos.

Desde el punto de vista simbólico, la paleta de acento en colores vibrantes, la inclusión de elementos DIY y la elección de gráficos optimistas transmiten mensajes de positividad y celebran la diversidad humana. Técnicamente, la tendencia se apoya en textiles que reflejan la herencia cultural de las revoluciones estudiantiles de los años 70, incorporando artesanía clásica, bordados a mano, y tejidos de punto suaves y lisos, (Arbaiza & Huertas, 2018).

En cuanto al aspecto estético, la tendencia se inspira en elementos retro, utilizando tipografías y líneas de arcoíris que actualizan la estética de los años 70 para un público contemporáneo y digital. El estilo resultante es inclusivo y versátil, reflejado tanto en prendas unisex diseñadas para adaptarse a distintos tipos de cuerpo como en la mezcla de estampados inspirados en el hip hop neoyorkino de los 90 para la línea deportiva. La inspiración de Lafayette UNO se materializa en una colección que va más allá de lo puramente estético, integrando significado social, participación del usuario y la expresión de la diversidad emocional en cada detalle y diseño.

6.7 Concepto de la propuesta

La línea de ropa maximalista inclusiva inspirada en la tendencia Lafayette UNO tiene como concepto fundamental la creación de comunidades que fomentan la diversidad emocional y promueven un desarrollo colectivo para sanar y avanzar juntos. Esta perspectiva aboga por el abandono del individualismo en favor de la formación de comunidades, enfocándose en el bienestar social y la cultura colaborativa.

En cuanto a la paleta de acento en colores, la tendencia se caracteriza por tonalidades positivas y alegres, como fresa, naranja, azul cielo, morado, amarillo, rojo y verde. Estas tonalidades presentan saturaciones medias que celebran la diversidad humana, reflejando la inclusividad en la elección cromática.

La línea de ropa se centra en prendas unisex y adaptables, con participación del usuario y mensajes que visibilizan posturas y creencias. Esta colección maximalista inclusiva basada en la tendencia Lafayette UNO se destaca por su enfoque en la comunidad, la diversidad emocional y la colaboración, expresando estos valores a través de la elección de colores, textiles, gráficos y diseños que celebran la singularidad y positividad, (Gallego, 2013).

6.8 Elementos del diseño

6.8.1 Siluetas

La colección se inspira en la diversidad de formas y tallas, optando por siluetas holgadas y rectas. Las siluetas permiten movilidad y comodidad, además de acentuar las curvas, ofreciendo una propuesta equilibrada y versátil para distintos tipos de cuerpo.

6.8.2 Proporción y línea

El equilibrio visual se logra a través del uso de líneas rectas y orgánicas en las prendas. Las líneas rectas proporcionan un toque vintage, mientras que las orgánicas en los cortes generan una apariencia emocionante. Esta combinación ofrece un estilo único que resalta la individualidad y la diversidad.

6.8.3 Función

La función es esencial en nuestra propuesta, creando prendas más allá de lo estético. La comodidad y seguridad son prioritarias, utilizando materiales hipoalergénicos y textiles para un desempeño óptimo y confort del usuario.

6.8.4 Detalles

La colección incorpora técnicas innovadoras como la sublimación y el estampado, agregando capas visuales y texturas. Estas técnicas, combinadas con patrones maximalistas, crean productos únicos y atractivos en el mercado de la moda inclusiva.

6.8.5 Estilo

Con un enfoque en la versatilidad, la colección propone un estilo semi formal. Cada prenda puede adaptarse a ocasiones especiales o al uso diario, permitiendo a los usuarios expresar su estilo de manera auténtica y personal.

6.9 Estampados, bordados y acabados, terminados

6.9.1 Materiales e insumos

Tabla 16: *Materiales*

MATERIALES		
TEXTIL	**DESCRIPCIÓN**	**COMPOSICIÓN**
GABARDINA	Es un textil de algodón, lana o de una fibra sintética, tiene un tipo de tejido ligo, tiene características relativamente impermeables, de costo por metro de 4$.	

BODESUA	Es un textil de tipo tejido plano color negro y blanco.	
ALADIN	Es un textil de algodón y de una fibra sintética, de tipo plano de color negro, con un costo de 9.50$.	

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 17: *Insumos*

INSUMOS		
INSUMO	**DESCRIPCIÓN**	**COMPOSICIÓN**
BOTONES	De color negro y blanco, hechos de plástico, aptos para el tipo de prensad a confeccionar.	
CIERRE INVISIBLE	De color blanco y negro, proporcionar un aspecto más discreto y sin interrupciones visuales en la tela.	
CIERRE	De plástico o metálico visible en las prendas.	

HILOS	De diferentes numeraciones y colores con una resistencia a la tracción.	

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

RB

FICHA TÉCNICA DE INSUMOS

FECHA:FEBRERO 2024	REFERENCIA: BR
PRENDA: PANTALÓN BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	TALLA EN REFERENCIA: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA CATALIA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

TEXTILES



Nombre: GABARDINA
Proveedor: VIZZU
Composición: 100%poliester
Ancho: 1.50 metros

TEXTILES



Nombre: GABARDINA
Proveedor: VIZZU
Composición: 100%poliester
Ancho: 1.50 metros

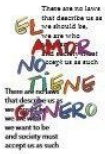
INSUMOS



Nombre: Botones
Poroveedor: La tranca
Composición: Plastico
Cantidad total:1 por prenda
Tamaño: 2.5 cm
Color:blanco y negro



Nombre: Cierre
Poroveedor: La tranca
Composición: Plástico
Cantidad total:1 por prenda
Tamaño: 10 cm
Color:blanco y negro



Nombre: Cierre
Poroveedor: La tranca
Composición: Metal
Cantidad total:1 por prenda
Tamaño: 10 cm
Color:blanco

Material de costura

	Código	Consumo	Total
Cierre	BRC001	10cm	10cm
Hilo para coser	BRHC001	2 unidades	2 unidades
Aguja	BRA001	1 fundas	1 fundas



Nombre: Gafetes
Poroveedor: La tranca
Composición: Metal
Cantidad total:1 por prenda
Tamaño: 2.5 cm
Color:blanco y negro

RB

Nombre: Etiqueta
Poroveedor: Charl's
Composición: Bordado
Cantidad total:1 por prenda
Tamaño: 3cmx4cmv
Color:blanco y negro

***Ilustración 37**: Insumos*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.10 Sketch o bocetos



Ilustración 38: *Diseño Plano 1*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 39: *Diseño Plano 2*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.11 Fichas Técnicas

6.11.1 Ficha de Diseño Integral



Ilustración 40: *Ficha de diseño integral 2.*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 41: *Ficha de diseño integral 3*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



***Ilustración 42**: Ficha de diseño integral 4*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL

FECHA: FEBRERO 2024	REFERENCIA: BRP004 CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
PRENDA: PANTALÓN	
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	TALLA EN REFERENCIA: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Variantes de color



Estampado



BLANCO

C 0
M 0
Y 0
K 0

Gris

C: 48,63
M:38,82
Y: 32,55
K: 14,51

Delantero Posterior



Estampado

Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1.	Gabardina/ 1 base	1 piezas
2	Pieza delantero 2.	Gabardina / 1 base	1 piezas
3	Pieza posterior	Gabardina/ 1 base	1 piezas
4	Pretina.	Gabardina / 1 base	2 piezas
5	Bragueta.	Gabardina/ 1 base	1 piezas

Textiles



GABARDINA

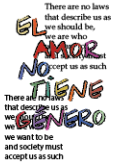
Insumos



Boton

Cierre

Detalles



Estampado frase

Ilustración 43:*Ficha de diseño integral 5*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

RB

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL

FECHA:FEBRERO 2024	REFERENCIA: BRBN001 CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
PRENDA: BLAZER	
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	TALLA EN REFERENCIA: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Variantes de color



NEGRO

C 0
M 0
Y 0
K 100

C: 48,63
M: 38,82
Y: 32,55
K: 14,51

Delantero Posterior



Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1.	Gabardina/ 1 base	1 piezas
2	Pieza delantera 2.	Gabardina / 1 base	1 piezas
3	Pieza delantera 3	Gabardina / 1 base	1 piezas
4	Pieza posterior 4	Gabardina / 1 base	1 piezas
5	Pieza Posterior 1	Gabardina / 1 base	1piezas
6.	Mangas	Gabardina / 1 base	1piezas
7	Cuello	Gabardina/ 1 base	1piezas

Textiles



GABARDINA

Insumos



Botones

Detalles



Prenda realizada con bordado



Estampado frase

***Ilustración 44**:Ficha de diseño integral 6*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO INTEGRAL

FECHA:FEBRERO 2024	REFERENCIA: BRPN001
PRENDA: PANTALÓN	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	TALLA EN REFERENCIA: M
MATERIAL/TEXTIL: CATLIA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Variantes de color



Azul

C 0
M 0
Y 0
K 100

C: 29,8
M:41.96
Y:52,55
K: 20.78

Delantero Posterior



Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1.	Catalia / 1 base	1 piezas
2	Pieza delantera 2.	Catalia / 1 base	1 piezas
3	Pieza posterior 1.	Catalia / 1 base	1 piezas
4	Pieza posterior 2	Catalia/ 1 base	1 piezas

Textiles



BODESUA

Insumos



Cierre Invisible

Detalles



Prenda basta ancha, con sublimados

Ilustración 45:*Ficha de diseño integral 7*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 46:*Ficha de diseño integral 8*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.11.2 Ficha de Patronaje



Ilustración 47: *Ficha de diseño de patronaje y marcada 1*

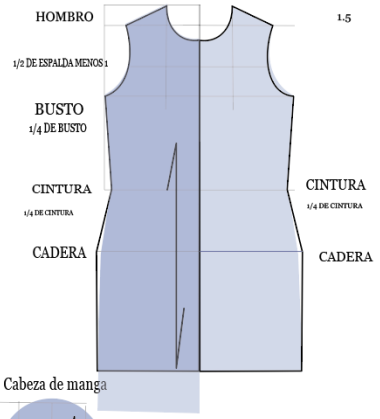
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

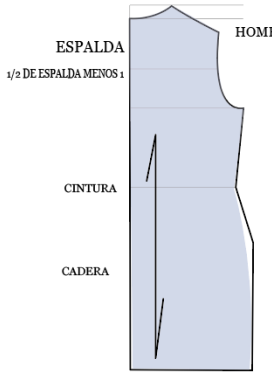
RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRBN001
PRENDA: BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

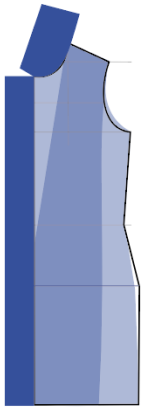
DELANTERO



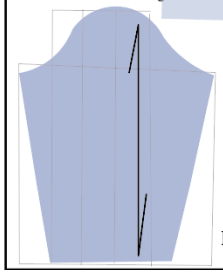
POSTERIOR



CUELLO



Cabeza de manga



MANGA

Puño

Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
2	Pieza delantera 2	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
3	Pieza posterior 1	GABARDINA/ NEGRO	1 piezas
4	Bolsillo	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
5	Mangas	GABARDINA/ NEGRO	2 pieza
6	Cuello	GABARDINA/ NEGRO	2 pieza



PIEZAS EN CORTE:

N°	REFERENCIA:	ESTAMPADO
1	Pieza delantero izquierdo	Estampado
2	Pieza delantera derecha	Estam/ bordado
3	Posterior	Bordados
4	Mangas	
5	Cuello	

ESPECIFICACIONES IMPORTANTES:

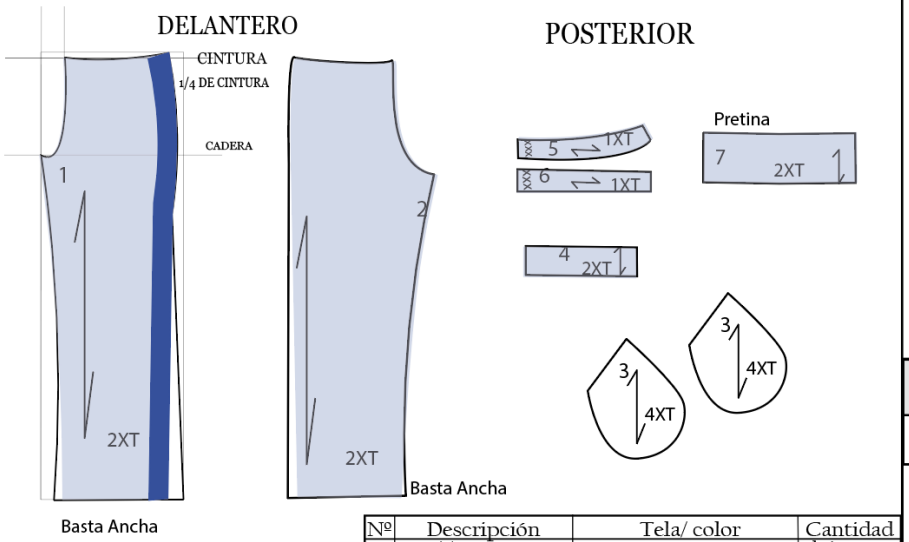
Blazer oversize , con estampados y bordados

Ilustración 48:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 2*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRPN004
PRENDA: PANTALÓN	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ



Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1	GABARDINA/ NEGRO	1 piezas
2	Pieza delantera 2	GABARDINA/ NEGRO	1piezas
3	Pieza delantera 3	GABARDINA/ NEGRO	1 piezas
4	Pieza posterior 1	GABARDINA/ NEGRO	1 piezas
5	Pieza posterior 2	GABARDINA/ NEGRO	1 pieza
6	Pretina	GABARDINA/ NEGRO	2 pieza



PIEZAS EN CORTE:

N°	REFERENCIA:	ESTAMPADO
1	Pieza delantero izquierdo	Estampado
2	Pieza delantera derecha	
3	Pieza delantera	
4	Posterior derecha	
5	Posterior izquierda	

ESPECIFICACIONES IMPORTANTES:

Pantalón con estampados

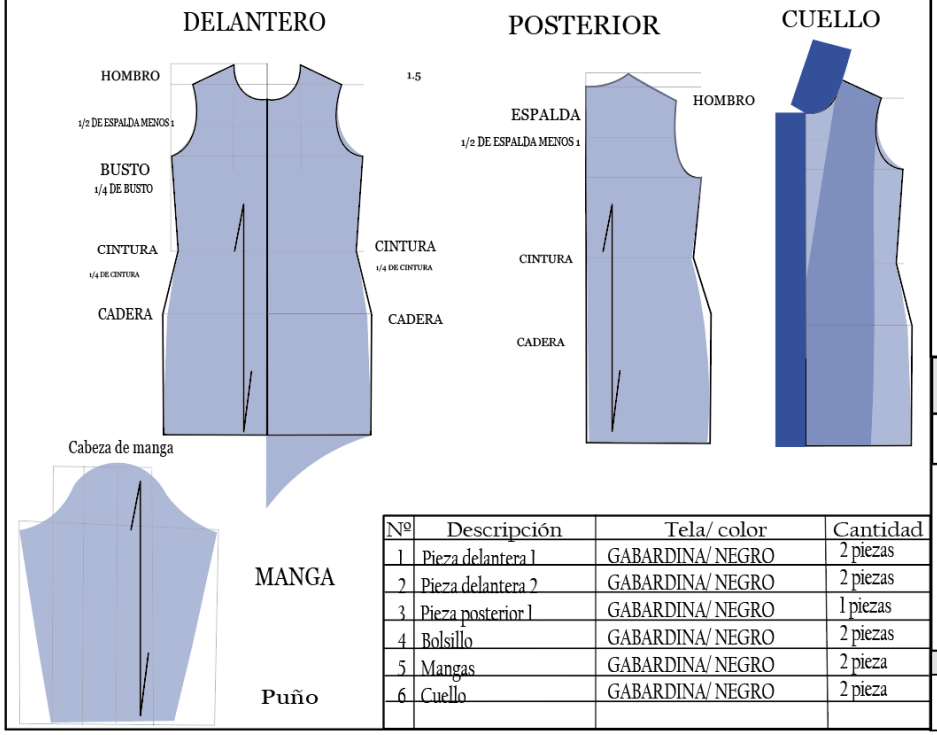
Ilustración 49:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 3*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRB002
PRENDA: BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ



Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
2	Pieza delantera 2	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
3	Pieza posterior 1	GABARDINA/ NEGRO	1 piezas
4	Bolsillo	GABARDINA/ NEGRO	2 piezas
5	Mangas	GABARDINA/ NEGRO	2 pieza
6	Cuello	GABARDINA/ NEGRO	2 pieza



PIEZAS EN CORTE:

Nº	REFERENCIA:	ESTAMPADO
1	Pieza delantero izquierdo Pieza delantera derecha	Estampado
2	Posterior	Bordado
3	Mangas	Bordado
4	Cuello	
5		

ESPECIFICACIONES IMPORTANTES:

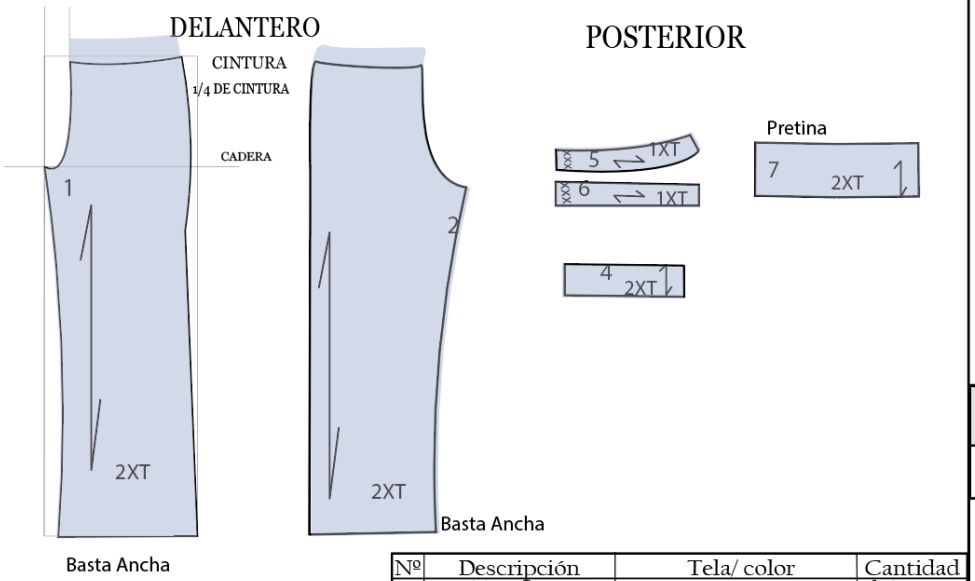
Blazer oversize , con estampados y bordados

Ilustración 50::*Ficha de diseño de patronaje y marcada 4*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRP005
PRENDA: PANTALÓN	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ





Nº	Descripción	Tela/ color	Cantidad
1	Pieza delantera 1	Bodesua/ NEGRO	1 piezas
2	Pieza delantera 2	Bodesua/ NEGRO	1piezas
3	Pieza posterior 1	Bodesua/ NEGRO	1 piezas
4	Pieza posterior 2	Bodesua NEGRO	1 piezas
5	Pretina	Bodesua/ NEGRO	2 pieza

PIEZAS EN CORTE:

N°	REFERENCIA:	ESTAMPADO
1	Pieza delantero izquierdo	Estampado
2	Pieza delantera derecha	
3	Posterior derecha	
4	Posterior izquierda	
5		

ESPECIFICACIONES IMPORTANTES:

Pantalón basta ancha con estampados

Ilustración 51:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 5*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 52:*Ficha de diseño de patronaje y marcada 6*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.11.3 Ficha de Ruta Operacional

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRBN004
PRENDA: BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCION: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Delantero



Posterior



Nº	Descripción	Piezas	Máquina	Puntada
1	Cortar piezas delanteras	Delantero	Cortadora	0
2	Cortar piezas posteriores	Posterior	Cortadora	0
3	Bordar piezas delanteras	Delantero	Recta	301
4	Unir hombro con hombro	Delantero y Posterior	Recta	301
5	Unir costados iguales	Delantero y Posterior	Recta	301
6	Formar cuello y solapa	Delantero y Posterior	Recta	301
7	Unir forro y exterior	Delantero y posterior	Recta	301
8	Unir mangas	Delantero y posterior	Overlock y Recta	602 301
9	Bordar flores en la parte inferior	Delantero Inferior	A mano	0

Puntos Críticos de la confección

Los bordados representan flores retro de los año 70

La prenda tiene forro por dentro y bolsillo



El estampado utilizado en esta prenda da referencia y tiene diferentes tipografias de frase que grupos lgbtiq utilzan en su dia a dia, junto con frases en ingles que significan

There are no laws that describe us as we are who we want to be and society must accept us as such.
No hay leyes que nos describan como debemos ser y la sociedad debe aceptarlas nosotros como tales
Amor es Amor.

Ilustración 53: *Ficha de ruta operacional 1*

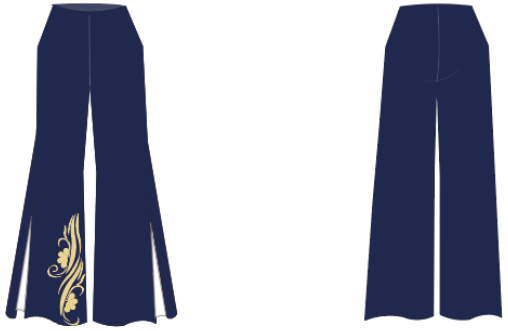
Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRP004
PRENDA: PANTALON	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Delantero Posterior



Nº	Descripción	Piezas	Máquina	Puntada
1	Cortar piezas delanteras	Delantero	Cortadora	0
2	Cortar piezas posteriores	Posterior	Cortadora	0
3	Unir costados	Delantero y Posterior	Recta	301
4	Unir tiro	Delantero y Posterior	Recta	301
5	Bolsillo	Delantero	Recta	301
6	Formar Pretina	Delantero y Posterior	Recta	301
7	Unir pretina	Delantero y posterior	Recta	301
8	Basta	Delantero y posterior	Recta	301

Puntos Críticos de la confección

La prenda no tiene bolsillos, y es una prenda suelta,
Textil: bodesua

El estampado utilizado en esta prenda da referencia y tiene diferentes tipografias de frase que grupos lgbtiq utilzan en su dia a dia, junto con frases en ingles que significan

There are no laws that describe us as we are who we want to be and society must accept us as such.
No hay leyes que nos describan como debemos ser y la sociedad debe aceptarlas nosotros como tales
Amor es Amor.

***Ilustración 54**:Ficha de ruta operacional 2*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRB004
PRENDA: BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Delantero Posterior



Nº	Descripción	Piezas	Máquina	Puntada
1	Cortar piezas delanteras	Delantero	Cortadora	0
2	Cortar piezas posteriores	Posterior	Cortadora	0
3	Bordar piezas delanteras	Delantero	Recta	301
4	Unir hombro con hombro	Delantero y Posterior	Recta	301
5	Unir costados iguales	Delantero y Posterior	Recta	301
6	Formar cuello y solapa	Delantero y Posterior	Recta	301
7	Unir forro y exterior	Delantero y posterior	Recta	301
8	Unir mangas	Delantero y posterior	Overlock y Recta	602 301
9	Bordar flores	Delantero Inferior	A mano	0

Puntos Críticos de la confección



Los bordados representan flores retro de los año 70

La prenda tiene forro por dentro

El bordado representa flores tomadas de ilustraciones retro de los años 70, reflejando la tendencia uno de lafayette.

Ilustración 55: *Ficha de ruta operacional 3*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRP005
PRENDA:PANTALON	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Delantero



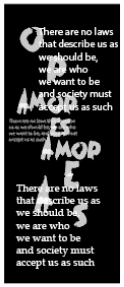
Posterior



Nº	Descripción	Piezas	Máquina	Puntada
1	Cortar piezas delanteras	Delantero	Cortadora	0
2	Cortar piezas posteriores	Posterior	Cortadora	0
3	Unir costados	Delantero y Posterior	Recta	301
4	Unir tiro	Delantero y Posterior	Recta	301
5	Formar Pretina	Delantero y Posterior	Recta	301
6	Unir pretina	Delantero y Posterior	Recta	301
7	Basta	Delantero y posterior	Recta	301

Puntos Críticos de la confección

La prenda no tiene forro ni bolsillos
Textil Bodesua



El estampado utilizado en esta prenda da referencia y tiene diferentes tipografias de frase que grupos lgbtiq utilzan en su dia a dia, junto con frases en ingles que significan

There are no laws that describe us as we are who we want to be and society must accept us as such.
No hay leyes que nos describan como debemos ser y la sociedad debe aceptarlas nosotros como tales
Amor es Amor.

Ilustración 56: *Ficha de ruta operacional 4*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

RB

FECHA: FEBERO 2024	REFERENCIA: BRB005
PRENDA: BLAZER	CÓDIGOS/INDUSTRIALIZACIÓN
LINEA: SEMI FORMAL	COLECCIÓN: LIBERTAD
TEMPORADA: PRIMAVERA	NIDO DE TALLAS: M
MATERIAL/TEXTIL: GABARDINA	ELABORADO POR: EVELYN PÉREZ

Delantero



Posterior



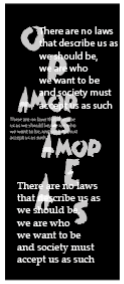
Nº	Descripción	Piezas	Máquina	Puntada
1	Cortar piezas delanteras	Delantero	Cortadora	0
2	Cortar piezas y unir posteriores	Posterior	Cortadora	0
3	Bordar piezas delanteras	Delantero	Recta	301
4	Unir hombro con hombro	Delantero y Posterior	Recta	301
5	Unir costados iguales	Delantero y Posterior	Recta	301
6	Formar cuello y solapa	Delantero y Posterior	Recta	301
7	Unir forro y exterior	Delantero y posterior	Recta	301
8	Unir mangas	Delantero y posterior	Overlock y Recta	602 301
9	Bordar flores	Delantero Inferior	A mano	0

Puntos Críticos de la confección



Los bordados representan flores retro de los año 70

La prenda tiene forro por dentro



El estampado utilizado en esta prenda da referencia y tiene diferentes tipografias de frase que grupos lgbtiq utilzan en su dia a dia, junto con frases en ingles que significan

There are no laws that describe us as we are who we want to be and society must accept us as such.
No hay leyes que nos describan como debemos ser y la sociedad debe aceptarlas nosotros como tales
Amor es Amor.

Ilustración 57: *Ficha de ruta operacional 5*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.12 Photobook



Ilustración 58: *Fotografía de la propuesta final*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 59: *Fotografía de la propuesta final.*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 60: Fotografía de la propuesta final

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

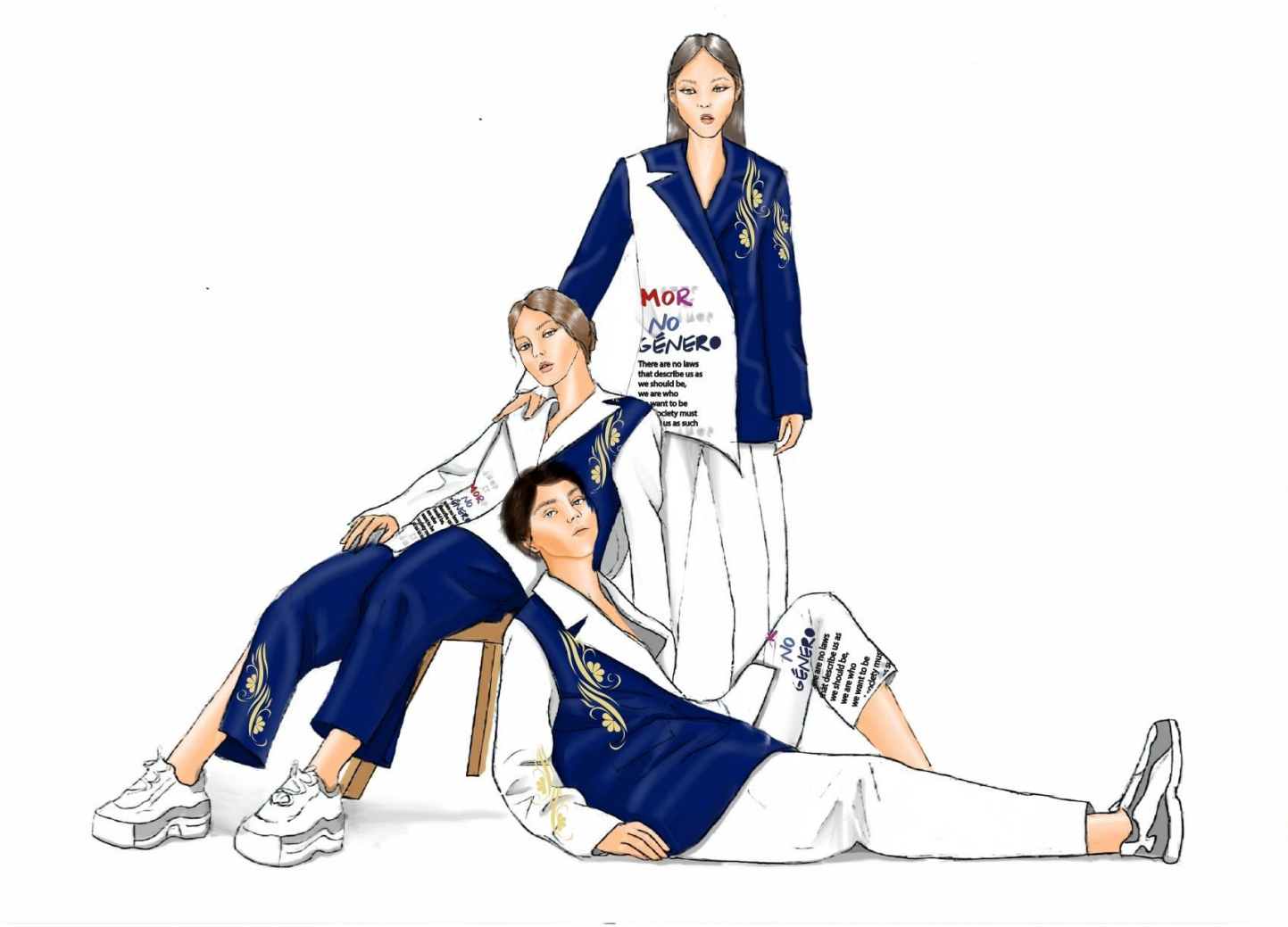


Ilustración 61: *Fotografía de la propuesta final primera colección*



Ilustración 62: *Fotografía de la propuesta final segunda colección.*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



Ilustración 63: *Fotografía de la propuesta final.*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)



.

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Ilustración 64: *Fotografía de la propuesta final.*

6.13 Costos de Producción

6.13.1 Costos Fijos

Tabla 18: *Costos Fijos*

COSTOS FIJOS			
Descripción	**Detalle**	**Proporción del costo indirecto**	**Valor**
Gastos generales (transporte, local, luz, agua, internet)	Por unidad	14%	$3.63
Gastos administrativos (salarios)	Por unidad	22%	$5,56
Imprevistos	Por unidad	2%	$0,50
Generados por ventas.	Por unidad	2%	$0,50
Total, costo por unidad			$10.19

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 19: *Maquila y sublimado*

MAQUILA BORDADO Y SUBLIMADO		
Descripción	**Detalle**	**Valor**
Maquila de confección	Por unidad	$0.80
Maquila de corte	Por unidad	$0.25
Maquila de manualidades	Por unidad	$0.50
Maquila de patronaje y plano de corte	Por unidad	$0.50
Sublimado y Bordado	Por unidad	$6.00
Total costo por unidad		$8.05

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.13.2 Costos Variables

Tabla 20: *Costos variables de materia prima*

COSTOS VARIABLES		
Descripción	**Cantidad**	**Valor**
Textil gabardina 1	1.30 m	$4.00
Textil Bodesua 2	1.30 m	$9.50
Código de barras	1	$0.03
Bolsa	1	$1.00
Etiqueta	1	$1.00
Total, costo por unidad		$15.53

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.13.3 Costo Total

Tabla 21: *Costo Total*

COSTO TOTAL		
Descripción	**Valor 1**	**Valor 2**
Costos Maquinaria	$8.05	$8.05
Costos Fijos	$19.80	$21.80
Costos Variables	$19.80	$17.53
TOTAL	$45.38	$47.35
TOTAL $94.73		

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.13.4 Costo Unitario

Tabla 22: *Costo Unitario*

COSTO UNITARIO TOTAL			
Referencia	**Costo variable**	**Costos fijos**	**Costos totales por pieza**
1518B	23,10	10,19	33,29
1023B	14,08	10,19	24,27
1011P	23,58	7,89	31,47
1023P	14,08	7,89	21,97

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Nota: B: Blazer, P: Pantalón/ Valores expresados en dólares americanos

6.13.5 Utilidad

Tabla 23: *Utilidad*

MARGEN DE UTILIDAD		
Referencia	**Costos totales por pieza**	**Margen de utilidad 20%**
1518B	33,29	6,66
1023B	24,27	4,85
1011P	31,47	6,29
1023P	21,97	4,39

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Nota: B: Blazer, P: Pantalón/ Valores expresados en dólares americanos

6.13.6 Costo de Venta

Tabla 24: *Costo de Venta*

COSTO DE VENTA		
Precio Con utilidad	**IVA 12%**	**PVP**
$61.59	$7.39	$68.99
$58.99	$7.08	$66.07
TOTAL		**$135.06**

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

6.13.7 Punto de Equilibrio

Tabla 25: *Punto de Equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO				
Referencia	**Precio Unitario $**	**Costo fijo unitario $**	**Costo variable unitario $**	**PE**
1518B	44,74	10,19	23,10	3
1023B	32,62	10,19	14,08	8
1011P	42,30	7,89	23,58	3
1023P	31,40	7,89	14,08	5
Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos				20

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

- **Fórmula Empleada**

PE= Precio unitario/ (Costo fijo-costo variable)

Tabla 26: *Ejemplo 1*

FICHA TÉCNICA DE COSTOS 1023		
	LÍNEA	FEMENINA
	REFERENCIA	1023
	DESCRIPCIÓN	BLAZER
	MARCA	CUERPO NATURAL
	TALLAS	M-L-XL
	TEMPORADA	FAMILIAR

COSTOS DIRECTOS

TERIALES E INSUM	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO (a	CONSUMO (b)	TOTAL a*b
TEXTIL 1	Gabardina	LAFAYETTE	METROS	4,00	1,00	**4,00**
CÓDIGO DE BARRAS	Impreso papel Adhesivo	MEGAGRAF	UNIDAD	0,03	1,00	**0,03**
BOLSA	De tela	MI PERSONA	UNIDAD	1,00	1,00	**1,00**
LÁPIZ COMPOSTABLE	Lápiz de madera	MADERAB	UNIDAD	1,00	1,00	**1,00**
					Total Materiales	6,03

CONSUMO TEXTIL / METROS		
AT	ANCHO DE TELA	1,50
AO	ANCHO OCUPADO	1,20
NP	NÚMERO DE PIEZAS	1,00
LO	LARGO OCUPADO	1
CT	CONSUMO TOTAL	1,00
PM	PRECIO POR METRO	4
CTU$	COSTO POR UNID	4,00

MAQUILA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO a	UNIDAD b	TOTAL a* b
MAQUILA	MAQUILA DE CONFECCIÓN	ELENA SOLÍS	UNIDAD	0,80	1	0,80
MAQUILA	MAQUILA DE CORTE	Segundo Salazar	UNIDAD	0,25	1	0,25
MAQUILA	MAQUILA DE MANUALIDADES	MANUALIDADES	UNIDAD	0,50	1	0,50
MAQUILA	MAQUILA DE PATRONAJE Y PLANO DE CORTE	MANUALIDADES	UNIDAD	0,50	1	0,50
SUBLIMADO	SUBLIMADO			6,00	1	6,00
					Total Maquilas	8,05
			TOTAL COSTOS DIRECTOS UNI			14,08

ANCHO OCUPADO	1,2
LARGO OCUPADO	1,00
ANCHO DE LA TELA	1,50
$ METRO	4,00

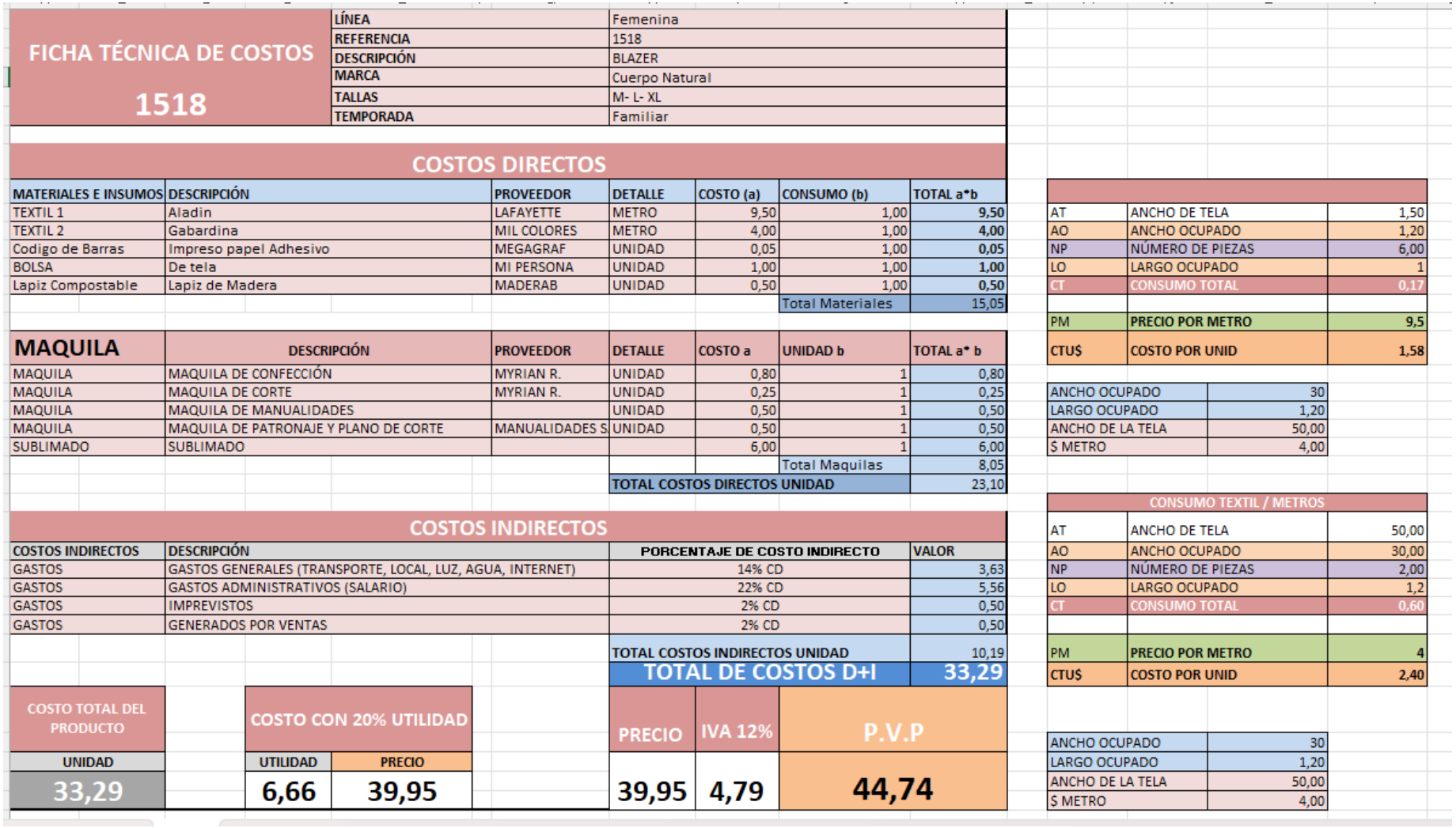
COSTOS INDIRECTOS

COSTOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE COSTO INDIRECTO	VALOR
GASTOS	GASTOS GENERALES (TRANSPORTE, LOCAL, LUZ, AGUA, INTER	14% CD	3,63
GASTOS	GASTOS ADMINISTRATIVOS (SALARIOS)	22% CD	5,56
GASTOS	IMPREVISTOS	2% CD	0,50
GASTOS	GENERADOS POR VENTAS	2% CD	0,50
		TOTAL COSTOS INDIRECTOS UI	10,19
		TOTAL DE COSTOS D+I	24,27

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	COSTO CON 20% UTILIDAD		PRECIO	IVA 12%	P.V.P
UNIDAD	UTILIDAD	PRECIO			
24,27	4,85	29,12	29,12	3,49	32,62

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 27: *Ejemplo 2*



FICHA TÉCNICA DE COSTOS 1518		
	LÍNEA	Femenina
	REFERENCIA	1518
	DESCRIPCIÓN	BLAZER
	MARCA	Cuerpo Natural
	TALLAS	M- L- XL
	TEMPORADA	Familiar

COSTOS DIRECTOS

MATERIALES E INSUMOS	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO (a)	CONSUMO (b)	TOTAL a*b
TEXTIL 1	Aladin	LAFAYETTE	METRO	9,50	1,00	**9,50**
TEXTIL 2	Gabardina	MIL COLORES	METRO	4,00	1,00	**4,00**
Codigo de Barras	Impreso papel Adhesivo	MEGAGRAF	UNIDAD	0,05	1,00	**0,05**
BOLSA	De tela	MI PERSONA	UNIDAD	1,00	1,00	**1,00**
Lapiz Compostable	Lapiz de Madera	MADERAB	UNIDAD	0,50	1,00	**0,50**
					Total Materiales	15,05

AT	ANCHO DE TELA	1,50
AO	ANCHO OCUPADO	1,20
NP	NÚMERO DE PIEZAS	6,00
LO	LARGO OCUPADO	1
CT	CONSUMO TOTAL	0,17
PM	PRECIO POR METRO	9,5
CTU$	COSTO POR UNID	1,58

MAQUILA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO a	UNIDAD b	TOTAL a* b
MAQUILA	MAQUILA DE CONFECCIÓN	MYRIAN R.	UNIDAD	0,80	1	0,80
MAQUILA	MAQUILA DE CORTE	MYRIAN R.	UNIDAD	0,25	1	0,25
MAQUILA	MAQUILA DE MANUALIDADES		UNIDAD	0,50	1	0,50
MAQUILA	MAQUILA DE PATRONAJE Y PLANO DE CORTE	MANUALIDADES S	UNIDAD	0,50	1	0,50
SUBLIMADO	SUBLIMADO			6,00	1	6,00
					Total Maquilas	8,05
			TOTAL COSTOS DIRECTOS UNIDAD			23,10

ANCHO OCUPADO	30
LARGO OCUPADO	1,20
ANCHO DE LA TELA	50,00
$ METRO	4,00

COSTOS INDIRECTOS

COSTOS INDIRECTOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE COSTO INDIRECTO	VALOR
GASTOS	GASTOS GENERALES (TRANSPORTE, LOCAL, LUZ, AGUA, INTERNET)	14% CD	3,63
GASTOS	GASTOS ADMINISTRATIVOS (SALARIO)	22% CD	5,56
GASTOS	IMPREVISTOS	2% CD	0,50
GASTOS	GENERADOS POR VENTAS	2% CD	0,50
		TOTAL COSTOS INDIRECTOS UNIDAD	10,19
		TOTAL DE COSTOS D+I	33,29

CONSUMO TEXTIL / METROS		
AT	ANCHO DE TELA	50,00
AO	ANCHO OCUPADO	30,00
NP	NÚMERO DE PIEZAS	2,00
LO	LARGO OCUPADO	1,2
CT	CONSUMO TOTAL	0,60
PM	PRECIO POR METRO	4
CTU$	COSTO POR UNID	2,40

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	COSTO CON 20% UTILIDAD		PRECIO	IVA 12%	P.V.P
UNIDAD	UTILIDAD	PRECIO			
33,29	6,66	39,95	39,95	4,79	44,74

ANCHO OCUPADO	30
LARGO OCUPADO	1,20
ANCHO DE LA TELA	50,00
$ METRO	4,00

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 28: *Ejemplo 3*

FICHA TÉCNICA DE COSTOS 1011		
	LÍNEA	FEMENINA
	REFERENCIA	1011
	DESCRIPCIÓN	PANTALON
	MARCA	CUERPO NATURAL
	TALLAS	M- L- XL
	TEMPORADA	FAMILIAR

COSTOS DIRECTOS

TERIALES E INSUM	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO (a	CONSUMO (b)	TOTAL a*b
TEXTIL 1	Aladin	LAFAYETTE	METROS	9,50	1,00	9,50
TEXTIL 2	Gabardina	MIL COLORES	12 METRO	4,00	1,00	4,00
CÓDIGO DE BARRAS	Impreso papel Adhesivo	MEGAGRAF	UNIDAD	0,03	1,00	0,03
BOLSA	De tela	MI PERSONA	UNIDAD	1,00	1,00	1,00
LÁPIZ COMPOSTABL	Lápiz de madera	MADERAB	UNIDAD	1,00	1,00	1,00
					Total Materiales	15,53

MAQUILA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO a	UNIDAD b	TOTAL a* b
MAQUILA	MAQUILA DE CONFECCIÓN	ELENA SOLÍS	UNIDAD	0,8	1	0,80
MAQUILA	MAQUILA DE CORTE	Segundo Salazar	UNIDAD	0,25	1	0,25
MAQUILA	MAQUILA DE MANUALIDADES	MANUALIDADES	UNIDAD	0,5	1	0,50
MAQUILA	MAQUILA DE PATRONAJE Y PLANO DE CORT	MANUALIDADES	UNIDAD	0,5	1	0,50
SUBLIMADO	SUBLIMADO			6,00	1	6,00
					Total Maquilas	8,05
			TOTAL COSTOS DIRECTOS UNIDAD			23,58

COSTOS INDIRECTOS

COSTOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE COSTO INDIRECTO	VALOR
GASTOS	GASTOS GENERALES (TRANSPORTE, LOCAL, LUZ, AGUA, INT	14% CD	2,73
GASTOS	GASTOS ADMINISTRATIVOS (SALARIOS)	22% CD	4,17
GASTOS	IMPREVISTOS	2% CD	0,50
GASTOS	GENERADOS POR VENTAS	2% CD	0,50
		TOTAL COSTOS INDIRECTOS UNIDAD	7,89
		TOTAL DE COSTOS D+I	31,47

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	COSTO CON 20% UTILIDAD		PRECIO	IVA 12%	P.V.P
UNIDAD	UTILIDAD	PRECIO			
31,47	6,29	37,77	37,77	4,53	42,30

CONSUMO TEXTIL / METROS		
AT	ANCHO DE TELA	1,00
AO	ANCHO OCUPADO	1,00
NP	NUMERO DE PIEZAS	2,00
LO	LARGO OCUPADO	0,8
CT	CONSUMO TOTAL	0,40
PM	PRECIO POR METRO	4,00
CTU$	COSTO POR UNID	1,60

ANCHO OCUPADO	1,2
LARGO OCUPADO	1,00
ANCHO DE LA TELA	1,50
$ METRO	5,88

CONSUMO TEXTIL / METROS		
AT	ANCHO DE TELA	50,00
AO	ANCHO OCUPADO	30,00
NP	NUMERO DE PIEZAS	2,00
LO	LARGO OCUPADO	1,2
CT	CONSUMO TOTAL	0,60
PM	PRECIO POR METRO	5,95
CTU$	COSTO POR UNID	3,57

ANCHO OCUPADO	30
LARGO OCUPADO	1,20
ANCHO DE LA TELA	50,00
$ METRO	7,00

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Tabla 29: *Ejemplo 4*

FICHA TÉCNICA DE COSTOS 1011		
	LÍNEA	FEMENINA
	REFERENCIA	1011
	DESCRIPCIÓN	PANTALON
	MARCA	CUERPO NATURAL
	TALLAS	M- L- XL
	TEMPORADA	FAMILIAR

COSTOS DIRECTOS

TERIALES E INSUM	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO (a	CONSUMO (b)	TOTAL a*b
TEXTIL 1	Gabardina	LAFAYETTE	METROS	4,00	1,00	4,00
TEXTIL 2	N/A	N/A		0,00	0,00	0,00
CÓDIGO DE BARRAS	Impreso papel Adhesivo	MEGAGRAF	UNIDAD	0,03	1,00	0,03
BOLSA	De tela	MI PERSONA	UNIDAD	1,00	1,00	1,00
LÁPIZ COMPOSTABL	Lápiz de madera	MADERAB	UNIDAD	1,00	1,00	1,00
					Total Materiales	6,03

MAQUILA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO a	UNIDAD b	TOTAL a* b
MAQUILA	MAQUILA DE CONFECCIÓN	ELENA SOLIS	UNIDAD	0,8	1	0,80
MAQUILA	MAQUILA DE CORTE	Segundo Salazar	UNIDAD	0,25	1	0,25
MAQUILA	MAQUILA DE MANUALIDADES	MANUALIDADES	UNIDAD	0,5	1	0,50
MAQUILA	MAQUILA DE PATRONAJE Y PLANO DE CORT	MANUALIDADES	UNIDAD	0,5	1	0,50
SUBLIMADO	SUBLIMADO			6,00	1	6,00
					Total Maquilas	8,05
			TOTAL COSTOS DIRECTOS UNIDAD			14,08

COSTOS INDIRECTOS

COSTOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE COSTO INDIRECTO	VALOR
GASTOS	GASTOS GENERALES (TRANSPORTE, LOCAL, LUZ, AGUA, INT	14% CD	2,73
GASTOS	GASTOS ADMINISTRATIVOS (SALARIOS)	22% CD	4,17
GASTOS	IMPREVISTOS	2% CD	0,50
GASTOS	GENERADOS POR VENTAS	2% CD	0,50
		TOTAL COSTOS INDIRECTOS UNIDAD	7,89
		TOTAL DE COSTOS D+I	21,97

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	COSTO CON 20% UTILIDAD		PRECIO	IVA 12%	P.V.P
UNIDAD	UTILIDAD	PRECIO			
21,97	4,39	26,37	26,37	3,16	29,53

CONSUMO TEXTIL / METROS		
AT	ANCHO DE TELA	1,30
AO	ANCHO OCUPADO	1,20
NP	NÚMERO DE PIEZAS	1,00
LO	LARGO OCUPADO	0,8
CT	CONSUMO TOTAL	1,00
PM	PRECIO POR METRO	4,00
CTU$	COSTO POR UNID	4,00

ANCHO OCUPADO	1,2
LARGO OCUPADO	1,00
ANCHO DE LA TELA	1,50
$ METRO	4,00

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

CONCLUSIONES

Después de haber analizado la revisión bibliográfica se identifica que la nueva colección basado en el modelo de negocios Benchmarking, asegura que la producción de prendas maximalistas se realice de manera coherente con las expectativas del mercado objetivo, especialmente en los grupos LBGTI. La adaptación y aplicación de nuevos paradigmas en la empresa refuerzan su capacidad para mantenerse relevante y atractiva para estos segmentos de consumidores.

Al realizar la entrevista no ayuda a orientar la producción de prendas para los grupos LGBTIQ+ ya que demuestra una comprensión profunda del mercado, sus preferencias que en este caso son las chaquetas y pantalones con diversidad de diseños como estampados, bordados, etc., este enfoque contribuye a la relevancia y conexión emocional con los consumidores. La inclusión de diversas identidades y tipos de cuerpos en la colección no solo atiende las demandas del mercado, sino que también refleja un compromiso genuino con la inclusividad y la diversidad.

Se concluye que la creación de una colección de prendas maximalistas inclusivas para los grupos LGBTILGBTIQ+ de la ciudad de Ambato representa una innovación significativa en el modelo de negocio de Charl's Bordados, al enfocarse en la atención de la demanda donde se destacar la inclusión de diversas identidades y tipos de cuerpos, al igual que las prendas pueden ser adquiridas por personas que no ingresan dentro del grupo ya que el hecho de ser inclusivas la empresa se posiciona como pionera en un nicho de mercado que busca la diversidad y la representación.

RECOMENDACIONES

Se recomienda utilizar el modelo de Benchmarking para iniciar esta línea de negocios se confecciono las chaquetas y los pantalones que tienen preferencia por las personas entrevistadas para posteriormente ir incrementando productos con el mismo concepto pero que se irán introduciendo al mercado de manera que nuestros clientes nos proporciones más gustos y preferencias por las demás prendas.

Se sugiere desarrollar campañas de marketing que celebren la diversidad y reflejen la autenticidad es esencial. La inclusión de modelos diversos en las campañas publicitarias contribuirá a transmitir un mensaje auténtico y a establecer una conexión emocional más fuerte con el público objetivo, generando un impacto positivo y duradero.

La implementación de canales de retroalimentación continuos con los clientes es crucial para evaluar la recepción de la colección y adaptar estrategias según las tendencias emergentes. Esta retroalimentación directa de los consumidores permitirá ajustes constantes y una evolución positiva del negocio, manteniendo así la relevancia y satisfacción del mercado.

Por último, se recomienda implementar canales de distribución y compra en las plataformas digitales hacia todo el país lo que permitirá que incremente las ventas y además se pueda enfocar en nuevos mercados y en un futuro internacionalizarse.

BIBLIOGRAFÍA

Ambrosio, A. P., & Fidalgo, M. R. (2019). Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360. Revista Latina de Comunicación Social 74 (2019): 1132-1153.

Amotergui, T. (2021). Rd Station. Obtenido de https://www.rdstation.com/blog/es/modelo- canvas-que-es/

Andersen, A. B. (2022). Aspectos internos y externos-un estudio de caso de la empresa de moda española Inditex.

Arbaiza, R. F., & Huertas, G. S. (2018). Comunicación publicitaria en la industria de la moda: branded content, el caso de los fashion films. Revista de Comunicación, 17(1), 09-33.

Baculima, D. (2021). Modelo de negocio canvas para la producción comercialización de prendas de vestir de los talleres artesanales de sastrería del cantón cuenca, a fin de incrementar la productividad y fortalecer su sistema. Cuenca: Universidad Politècnica Salesiana.

Baque Chóez, K. C. (2020). Creación de una empresa online comercializadora de diseños personalizados en prendas textiles y accesorios. Guayaquil: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Adminiatrativas.

Barrionuevo Álvarez, G. S. (2022). Análisis y Propuestas para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural de la Ruta Escondida en el Cantón Quito (Ecuador) .

Bartal, O. (2023). Oeinvestigación para eldiseño opresivo.

Campoblanco, S. E. (2019). La venta online de prendas de vestir personalizadas para caballeros en Sao Paulo. Lima: Universidad de Lima.

Carmona, C. (2020). Hacia la inclusión educativa en la Universidad: diseño universal para el aprendizaje y la educación de calidad. Ediciones Octaedro.

Cascón, F. (2022). La protección de los diseños de moda en la Unión Europea (entre el diseño industrial y el derecho de autor). Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. . Ensayos, (106), 156-184.

Castillo Rios, J. A., Mora Buitrago, R. D., Valenzuela Penagos, M. N., & Zambrano Torres, C. E. (2015, p.17). Diseño de una propuesta de intervención para mejorar la comunicación organizacional de la CRC.

Cervantes, M. (2022). Análisis y evolución de la publicidad de GUCCI en relación con el arte clásico.

Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., & Zapata, R. (2019). El modelo de negocio: metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. Journal of science and research, 4(CIEIS2019), 87-99.

Clavijo, C. (2022). Canvas. Obtenido de https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas#que-es Còrdova, M. B. (2020). Diseño de indumentaria y textil Traje Nupcial. Argetina: Universidad

Cudriz, E. C., & Corrales, e. M. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Cuadernos Latinoamericanos de Administración.

Doce & Gabbana. (2023). Página de modas italiana.

Efrain, M. (2020). Vogué. Obtenido de https://www.vogue.mx/moda/articulo/maximalismo-en-tus-looks-como-llevar-esta-tendencia

El Universo. (31 de 10 de 2023). Noticias relacionadas con la economia de Ecuador.

Frascara, J. (2018). Enseñando diseño. . Buenos Aires: Ediciones Infinito Buenos Aires. Obtenido de https://978-987-397-010-8.uazuay.edu.ec/buscar/item/84353

Gallardo-López, J. A., López-Noguero, F., & Gallardo-Vázquez, P. (2020). Pensamiento y convivencia entre géneros: coeducación para prevenir la violencia." Multidisciplinary Journal of Gender Studies 9.3 (2020): 263-287.

Gallego, L. (2013). Estrategias de mercado para los estratos alto y bajo de la ciudad de Medellín y municipios aledaños.

Garcia, E. (2021). Paradigma da Marca e o seu Impacto na Indústria da Moda e no Comportamento do Consumidor. Diss.

García, S. (2022). La comercialización de prendas dentro de la moda en Colombia.

Gómez, C. (2023). Análisis de la relación entre el pop art y la moda a lo largo de la historia mediante la descripción de fotografías de prendas de vestir.

Gonzalez, T. (2023). Fashion Netwok. Obtenido de https://pe.fashionnetwork.com/news/El-consumo-de-moda-aumento-en-un-7-2-en-ecuador,1109420.html

Goveo, E., Javier, Z., Marchán, F., & José, L. (2020). Modelo de negocio ecommerce en Ecuador.

Investigación Académica 1.2 (2020): 38-52.

Granados Calderón, K. M. (2023). Diseño del libro-Historias y leyendas de San Pedro Sacatepéquez, Guatemala-para informar a estudiantes del nivel básico del colegio Centro Educativo San Pedro Apóstol acerca de la historia del municipio. San Pedro Sacatepéquez, Guatemala.

Granados, C. C., & Alarcòn, A. L. (2019). "Fashion Circus: Una Pasarela en Forma de Moda, Comunicación e Identidad. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/1554/5381/tesis360.pdf?sequence=

Gutiérrez, A. (2015). El sur del diseño y el diseño del sur. In En Sousa Santos, Boaventura de y Cunha, Teresa, Volume 1 Democratizar a democracia/Democratizing democracy. Portugal: Alice International Colloquium. Coimbra.

León, J. S. (2023). Plan de Negocios Para el Emprendimiento Being Para la Producción de Prendas de Vestir Para Millennials y Centennials en Santander, Colombia. Universidad de Santander. Obtenido de

https://repositorio.udes.edu.co/server/api/core/bitstreams/38bd7c69-beb8-4025-a294-c2a56f4b5aa7/content

Luna, R., Andreina, K., & Berna, E. S. (2021). Diseño de un plan de negocio denominado moda circular para la creación de una empresa de comercialización de prendas de vestir de segunda mano en la ciudad de Montería-Córdoba.

Mendoza, M. (2019). Alteridad y metanarrativa en el diseño de moda. Estudios sobre Arte Actual, (7), 119-124.

Millán Bautista, G. A. (2023). Elaboración de un plan de negocio para crear vestuarios multifuncionales a Drag Queen en Bucaramanga, desde enero hasta junio del 2023. Unidades Tecnologicas de Santande.

Mindiolaza, E., & Miranda, J. (2020). Diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología canvas. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Miranda, G. E. (2022). Manual interactivo para el desarrollo de colecciones de vestimenta infantil. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3717/1/78000.pdf

Navarro, F. (2019). Aportes para una didáctica de la escritura académica basada en géneros discursivos. DELTA. Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada, 2019, vol. 35, p. e2019350201.

Palacio, Y. (2023). Camara LGBT. Obtenido de https://camaralgbt.com/2018/08/06/que-es-el- pink-marketing-o-mercado-rosa/

Pilco, L. (2019). Desarrollo de colecciones de moda por medio de procesos creativos y técnicos.

Espíritu Emprendedor TES, 3(4), 45-54.

Pino, C. (2022). Decuantización, maximalismo y errores forzados: Análisis de los tres códigos dominantes de la música posdigital mediante la extracción de sus principales factores prácticos de codificación. INMATERIAL. Diseño, Arte y Sociedad 7.14.

Primicias. (2023). Primicias. Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/economia/marcas- ropa-ecuador-tiendas-consumo/

Quispillo, M. C. (2017). Identificación de composiciones de arte y diseño inspiradas en la teoría del caos: aplicaciones innovadoras con atractores extraños en el diseño de modas y textil. BS thesis. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2017.

Raffino, M. E. (2021). Diseño. Obtenido de https://cayab.com.mx/que-es-el-diseno-y-cuales-son- sus-caracteristicas/

Ramírez, M. C. (2019). Revisión de la Literatura sobre el Enfoque Estratégico de los Modelos de Negocios. Información tecnológica, 2019, vol. 30, no 6, p. 177-192.

Ramírez, M., Rodríguez, M. d., & P., G. J. (2019). Revisión de la Literatura sobre el Enfoque Estratégico de los Modelos de Negocios. nformación tecnológica 30.6 (2019): 177-192.

Requena, P. (2021). La cultura docta cordobesa y el maximalismo bolsheviki en la primera mitad de los años veinte.

Rodríguez Arellano, L. (2018). Mix de vestuario básico en seda natural reciclada para mujeres urbanas. Universidad de Chile.

Sadia, D. (2021). LA ECONOMIA CIRCULAR EN LA INDUSTRIA DE LA MODA: EL CASO DEL UPCYCLING.

Segura, C. A. (2022). El análisis PEST y su integración con las 5’F de Porter como herramienta estratégica.

Trelles Muñoz, M., & Carrasco Vázquez, M. (2020). Diseño de indumentaria desde la emoción una alternativa para una línea inclusiva. Cuenca: Universidad del Azuay.

Wong, W., Thevenet, H. A., & i Miralles, E. R. (2014). Fundamentos del diseño. Editorial Gustavo Gili, SL. Editorial Gustavo.

Yun, T. (2022). Modelo de negocio Zara. Obtenido de https://modelocanvas.net/modelo-de- negocio-zara/

ANEXOS

Anexo 1: Lavout

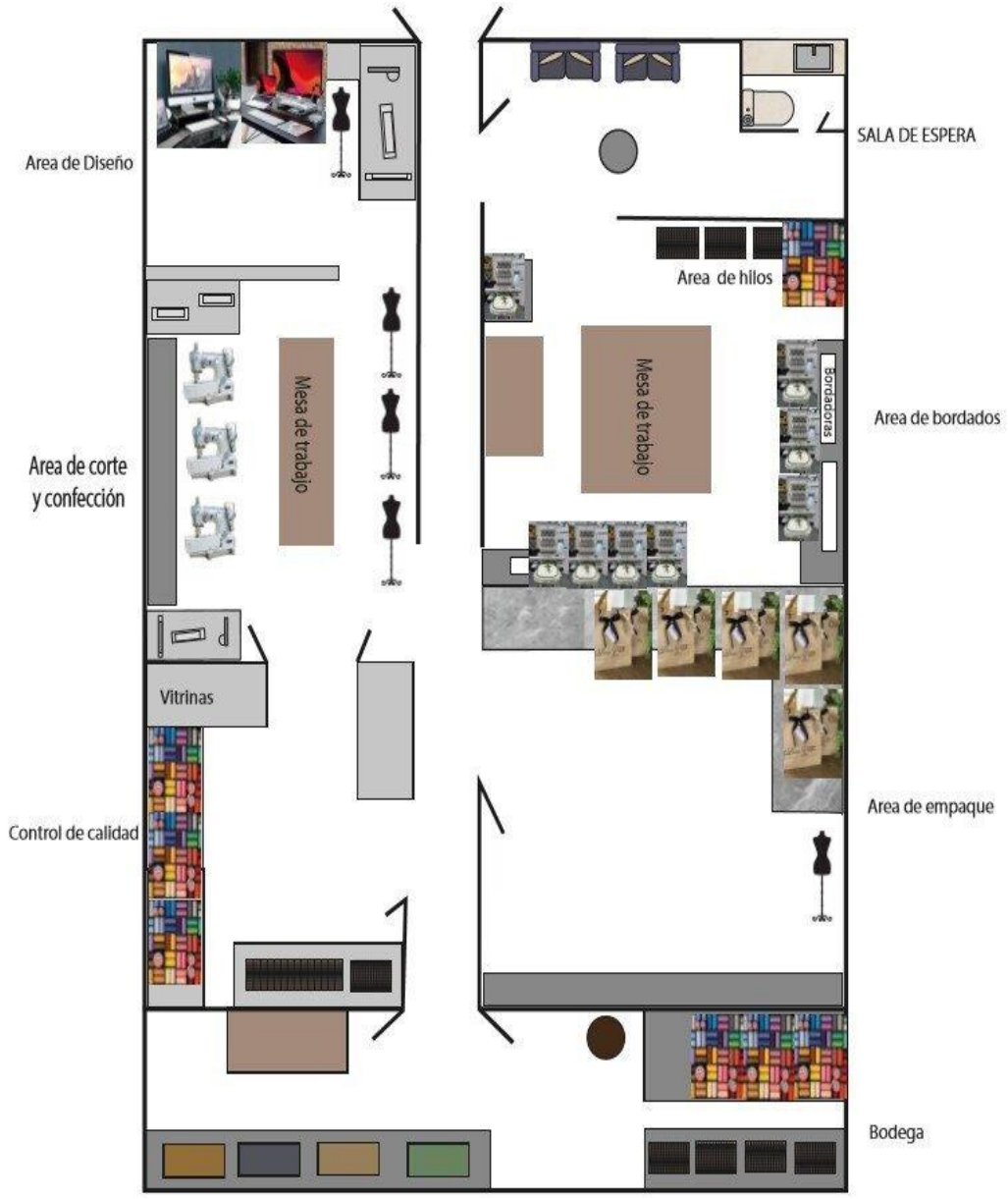
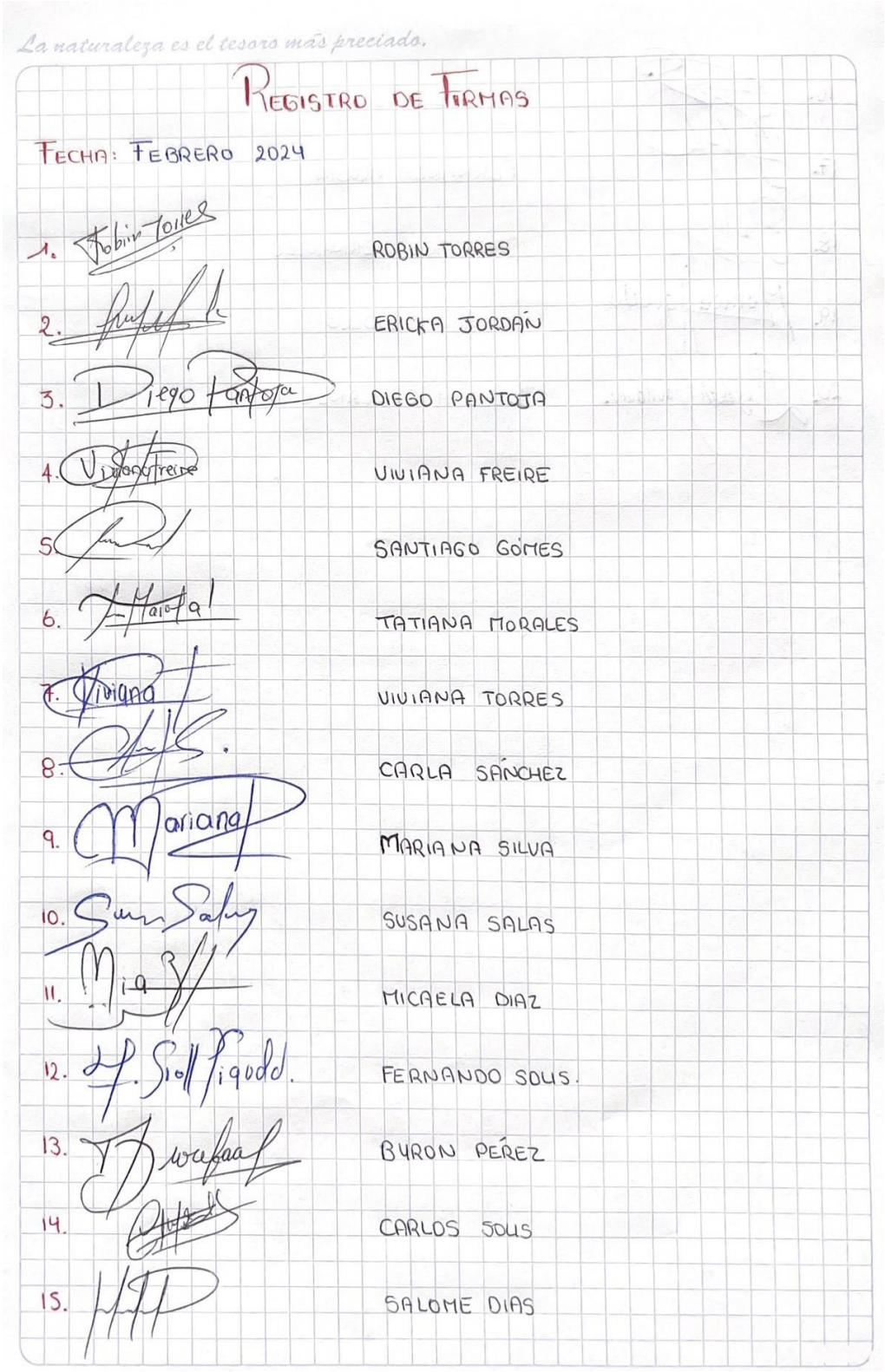


Ilustración 65: *Layout*

Elaborado por: Evelyn Pérez (2024)

Nota: Diseño Integral

Anexo 2: Recolección de Firmas


La naturaleza es el tesoro más preciado.

REGISTRO DE FIRMAS

FECHA: FEBRERO 2024

1. ROBIN TORRES
2. ERICKA JORDÁN
3. DIEGO PANTOJA
4. VIVIANA FREIRE
5. SANTIAGO GÓMES
6. TATIANA MORALES
7. VIVIANA TORRES
8. CARLA SÁNCHEZ
9. MARIANA SILVA
10. SUSANA SALAS
11. MICAELA DIAZ
12. FERNANDO SOLIS.
13. BYRON PÉREZ
14. CARLOS SOLIS
15. SALOME DIAS

Ilustración 66: *Firmas 1*

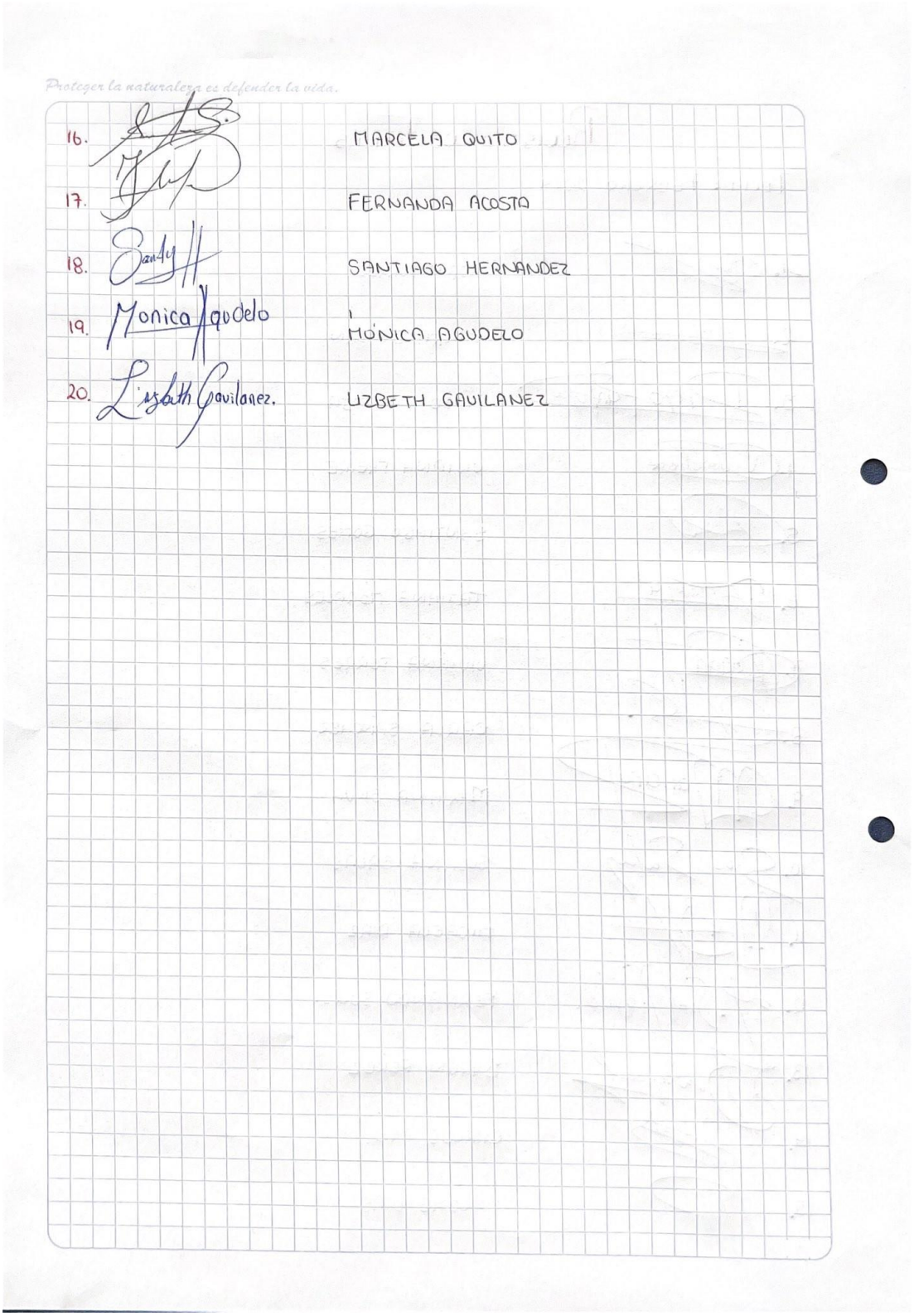


Ilustración 67: *Firmas 2*