UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODA

Proyecto Integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas

"Diseño de indumentaria casual femenina con aplicación de bordados Cacha"

Autora: Guamán Pucuna, Mónica Patricia

Tutora: Dis Mg, Ramírez Bonilla, Nancy Raquel

Ambato-Ecuador

Noviembre-2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo Integrador sobre el tema:

"**Diseño de indumentaria casual femenina con aplicación de bordados cacha**" Srta. Mónica Patricia Guamán Pucuna, Egresada/o de la Carrera de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, Noviembre del 2017

TUTORA



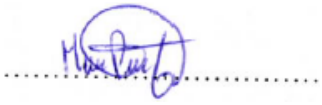
Dis. Mg. Nancy Ramírez Bonilla

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador: "**Diseño de indumentaria casual femenina con aplicación de bordados cacha**", como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Noviembre 2017

AUTORA



Mónica Patricia Guamán Pucuna

0603636648

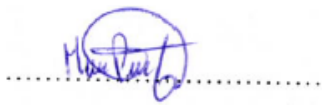
DERECHOS DEL AUTOR

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

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

Ambato, Noviembre 2017

AUTORA



Mónica Patricia Guamán Pucuna

0603636648

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Proyecto Integrador sobre el tema "**DISEÑO DE INDUMENTARIA CASUAL FEMENINA CON APLICACIÓN DE BORDADOS CACHA**", presentado por la Srta Mónica Patricia Guamán Pucuna de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, Noviembre 2017

Para constancia firma:

……

Presidente

NOMBRE:

C.I.

……

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

……

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios quien me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante a pesar de los obstáculos en el camino, como también a mi esposo quien me apoyo incondicionalmente, por estar a mi lado siempre incentivándome, demostrándome a pesar de las dificultades no hay que darse por vencida, ayudándome hasta tus alcances lo permitían, este logro no es solo mío sino juntos hemos avanzado un peldaño más en nuestras vidas.

A mis padres, hermanos y hermana quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siga adelante y cumpla con mis objetivos, a pesar del difícil camino siempre estaban apoyándome incondicionalmente, tanto moralmente y económicamente, a toda mi familia, amigos y amigas gracias por el cariño que me han demostrado en este duro camino.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo a Dios, por ser mi guía en cada paso que doy, por darme sabiduría, fuerzas necesarias para seguir adelante por estar presente en cada etapa de mi vida en mis fracasos, logros las cuales me permitieron sobresalir con fuerza para mejorar y crecer como ser humano, siempre con optimismo. A mis padres mis sinceros agradecimientos por inculcarme por el camino del bien, en especial a mi abuelita, aunque ya no estás conmigo tú eras una de las personas que siempre me apoyabas en cada paso de mi vida. A mis compañeras quienes estuvieron durante todos los niveles de mi carrera ayudándome con un gratino de arena.

Como no agradecer a mí tutora Ing. Dis. Nancy Ramírez, gracias por su paciencia y conocimiento impartidos guiándome para que este trabajo de grado surja, mil gracias por la paciencia y sabiduría, como también a todos los docentes quienes me apoyaron para que esta meta se cumpla.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**
AUTORIA DEL TRABAJO ..... **iii**
DERECHOS DEL AUTOR ..... **iv**
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**
DEDICATORIA ..... **vi**
AGRADECIMIENTO ..... **vii**
ÍNDICE GENERAL ..... **viii**
ÍNDICE DE TABLAS ..... **xiii**
ÍNDICE DE GRÁFICOS ..... **xiv**
RESUMEN EJECUTIVO ..... **xv**
ABSTRACT ..... **xvi**
GLOSARIO DE TÉRMINOS ..... **xvii**
INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO I

1. **ANTECEDENTES GENERALES** 3
1.1 Tema 3
1.1 Antecedentes (Estado de Arte). 3
1.1.2Justificación. 5
1.2 Objetivos. 7
1.2.1 Objetivo general 7
1.2.2 Objetivos específicos. 7

CAPÍTULO II

2 **MARCO REFERENCIAL.** 8
2.1 El diseño en la periferia 8
2.1.1 Diseño de indumentaria 9
2.1.2 La indumentaria como medio de comunicación 9
2.1.3 El diseño del autor 10
2.1.4 El diseño: la identidad y cultura 11

2.2 Identidad 11
2.2.1 Identidad de la indumentaria 11
2.3 Fenómenos sociales que afectan a la identidad nacional. 12
2.3.1 Globalización 12
2.3.2 Migración 13
2.3.3 Aculturación 13
2.4 Grupos étnicos 14
2.4.1 Cultura e identidad. 15
2.4.2 Elementos de identidad entre las comunidades indígenas 15
2.5 La Cultura Puruhá 17
2.6 Cacha. 18
2.7 Vestimenta original de Cacha. 27
2.7.1 Estudio de formas, iconos simbologías de los bordados de las fajas de Cacha 35
2.7.2 Colores más representativos de Cacha 41
2.7.3 La actividad del bordado en Cacha 42
2.7.4 Materiales para el bordado 42
2.8 Materias primas para la elaboración de la vestimenta 43
2.8.1 Algodón 43
2.8.1.2 La lana 44
2.9 Técnicas textilerías artesanales 44
2.9.1 Proceso artesanal del textil para obtener el hilo 45
2.9.2 Concepto del tejido 45
2.10 Marcas referentes 46
2.10.1 Dominga 46
2.10.2 Olga Fisch 48
2.10.4 Visionario 49

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO. 51
3.1 Análisis externo. 51
3.1.1 Análisis PEST del Ecuador. 51
3.1.1.1 Entorno Político. 51
3.1.1.2 Entorno Económico. 54

3.1.1.3 Sector social / cultural. 56
3.1.1.4 Entorno Tecnológico. 57
3.1.1.5 Entorno Ambiental. 58
3.1.1.6 Entorno legal. 59
3.1.2. Tendencias de consumo. 59
3.1.3 Segmentación del mercado potencial. 60
3.1.4.Análisis del sector y del mercado de referencia. 62
3.1.5.Índice de saturación del mercado potencial. 63
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 64
3.2 Análisis Interno 66
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles 66
3.2.2. Análisis cadena de valor 67
3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo 67
3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima. 68
3.2.2.2 Eslabón de producción. 69
3.2.2.4 Eslabón de comercialización 70

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLOGICO 71
4.1 Estudio del público objetivo 71
4.1.1.Modelo de encuesta y/ entrevista. 75
4.2.Selección de la muestra 77
4.3.Técnicas de estudio. 79
4.3.1.Cuantitativas. 79
4.3.2. Cualitativo 79
4.4. Análisis e interpretación de datos 80
4.4.1 Análisis de las entrevistas 92

CAPÍTULO V

5. **Tecnologías necesarias para la producción** 94
5.1 Cronograma de producción 94
5.2 Control de calidad 95
5.3 Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto 98
5.4 Requerimientos de mano de obra. 98

5.5 Seguridad Industrial y medio ambiente 99

CAPÍTULO VI

6. **DESARROLLO DE LA PROPUESTA** 102
6.1.Descripción del producto o servicio 102
6.1.1 Brains torning 102
6.2.Perfil del cliente. 103
6.2.1. Moodboard del perfil del cliente 104
6.3.Identidad de marca. 105
6.4.Uso de la marca. 111
6.5. Paleta de color de la propuesta 113
6.6.Tendencias Macro 114
6.7.Concepto de la propuesta 114
6.8.Elementos del diseño 117
6.8.1 Siluetas 117
6.8.2 Proporción y línea 117
6.8.3 Función 118
6.8.4 Detalles 118
6.8.5 Estilo 118
6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados 119
6.9.Materiales e insumos. 120
6.11.Fichas técnicas 123
6.11.2 Fichas textil 129
6.11.3 Fichas de blusa 135
6.11.4 Fichas 141
6.12 Fichas de costo de producción 147
6.13 Desarrollo de la propuesta 151
6.14 Costos de producción 156
6.14.1Costos fijos 156
6.14.2 Diseño 1 157
6.14.4 Diseño 2 159
6.14.5 Diseño 3 160
6.14.6 Diseño 4 161

CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones y recomendaciones 164
7.1. Conclusiones 164
7.2 Recomendaciones 165
8. BIBLIOGRAFÍA 167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Vestimenta de las culturas étnicas 16
Tabla 2: Símbolos de la cultura Cacha 25
Tabla 3:Colores de Cacha 41
Tabla 4: Materiales para el bordado 43
Tabla 5: Productos dela marca Dominga 47
Tabla 6: Productos de la marca Olga Fisch 48
Tabla 7: Productos de la diseñadora Carolina Herrera 50
Tabla 8: Canasta Básica unificada (Indumentaria) la relación inflación – remuneración. 62
Tabla 9: Empresas de confección de indumentarias con bordados en el país. 64
Tabla 10: Recursos propios. 67
Tabla 11: Formula de la Muestra. 78
Tabla 12: pregunta 1 80
Tabla 13: Pregunta 2 81
Tabla 14: Pregunta 3 82
Tabla 15: Pregunta 4 83
Tabla 16: Pregunta 5 85
Tabla 17: Pregunta 6 86
Tabla 18: Pregunta 7 87
Tabla 19: Pregunta 8 88
Tabla 20: Pregunta 9 89
Tabla 21: Pregunta 10 90
Tabla 22: Cronograma de producción 94
Tabla 23: Normas ISO 4915 97
Tabla 24: Equipos necesarios para el proyecto 98
Tabla 25: Manos de obra 99
Tabla 26 : Medidas de seguridad industrial 100
Tabla 27: Siluetas 117
Tabla 28: Figuras representativas de Cacha 119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Diferencia entre diseño de autor y diseño de moda 11
Gráfico 2: Cosmovisión indígena 25
Grafico 3: Vestimenta típica del pueblo Cacha. 28
Grafico 4: Poncho Cushma 29
Grafico 5: Poncho de Cacha, (2017) 30
Grafico 6: Poncho de luto, 2017 31
Grafico 7: Poncho con rayas (2017) 31
Grafico 8: Urku poncho, 2017 32
Grafico 9: Camisón de mujer, 2017 33
Gráfico 10: Bayeta de Cacha 33
Gráfico 11: Anaco de Cacha, 2017 34
Gráfico 12: Changalli, 2017 34
Gráfico 13: Chalina, 2017 35
Grafico 14: Faja Quingo, 2017 36
Gráfico 15: Pishicsisa, 2017 36
Grafico 16: Cahuiña, 2017 37
Grafico 17: Faja de dos caras, 2017 37
Gráfico 18: Mama chumbi, 2017 38
Grafico 19: Collares, 2017 38
Grafico 20: Alpargates, 2017 39
Grafico 21: Tupo, 2017 39
Grafico 22: Sombreros, 2017 40
Gráfico 23: Sombrero, 2017 41
Grafico 24: Deuda Pública del Ecuador. 54
Grafico 25: pregunta 1 80
Grafico 26: Pregunta 2 81
Grafico 27: Pregunta 3 83
Grafico 28: Pregunta 4 84
Grafico 29: Pregunta 5 85
Grafico 30: Pregunta 6 86
Grafico 31: Pregunta 7 87
Grafico 32: Pregunta 8 88
Grafico 33: Pregunta 9 89
Grafico 34: Pregunta 10 91
Gráfico 35: Distribución de la planta de producción, 2017 98
Grafico 36: Perfil contemporáneo, 2017 104
Grafico 37: artesanías de Cacha, 2017 116
Grafico 38: Materiales e insumos, 2017 120
Grafico 39: Ruta operativa blusa 140

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se enfoca en realizar una investigación acerca de los bordados étnicos de la cultura Cacha, con la finalidad de tomarlos como referentes en nuevas propuestas de diseño de una colección de indumentaria femenina en la línea casual. La Indumentaria casual es un universo que se caracteriza por ser prendas flexibles, versátiles y se puede utilizar para diferentes ocasiones, por ser prendas funcionales, se puede realizar con textiles de tejido plano y de punto.

Por otro lado, los bordados étnicos es un arte con gran variedad de colores y formas elaboradas por las mujeres indígenas quienes plasman las formas de la naturaleza en una prenda. Este proyecto pretende valorar la actividad artesanal que se plasma en los bordados de la cultura Cacha y proyectar no solo a la vestimenta tradicional de las comunidades indígenas sino que se proyecte a indumentaria casual femenina aplicando en diferentes prendas de vestir con la finalidad de preservar y exaltar la belleza de esta actividad artesanal pues son modelos exclusivos, que en cada puntada se cuenta una historia única de la cultura, y por medio de ello estos bordados tengan un lugar en el mundo de la moda actual con un estilo diferente.

PALABRAS CLAVE: **BORDADOS ÉTNICOS/ CULTURA CACHA/ DISEÑO DE INDUMENTARIA/ GLOBALIZACIÓN**.

ABSTRACT

The present project focuses on research on the ethnic embroidery of the Cacha culture, with the aim of taking them as referents in new proposals for designing a collection of women's clothing in the casual line. Casual clothing is a universe that is characterized by being flexible, versatile garments and can be used for different occasions, being functional garments, can be made with flat and knitted fabrics.

On the other hand, ethnic embroidery is an art with a great variety of colors and forms elaborated by the indigenous women who represent the forms of nature in a garment. This project intends to value the artisan activity that is reflected in the embroidery of the Cacha culture and to project not only the traditional dress of the indigenous communities but also to project to casual women's clothing applying in different garments with the purpose of preserving and exalting The beauty of this craft activity as they are exclusive models, that each stitch tells a unique history of culture, and through it, these embroidery have a place in the world of today's fashion with a different style.

KEYWORDS: ETHNIC EMBROIDERY/ CACHA CULTURE/ CLOTHING DESIGN/ GLOBALITATION.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bordado: El bordado es el arte de adornar en telas con una aguja e hilo de diferentes colores.

Inti Raymi (Fiesta del sol): Es la celebración de los pueblos indígenas en honor al sol

Chumbi (Faja): La faja es utilizado en la cintura de una mujer para sujetarse el anaco en la cintura

Urku Chumbi (Montaña): Se refiere a las montañas más altas del cerro

Pishicsisa: Son flores de la naturaleza

Mama chumbi (Madre Faja): Faja utilizado por las mujeres indígenas

Camisón: Prenda larga Utilizado por las mujeres indígenas para cubrirse el cuerpo.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto desarrollado tiene como objetivo rescatar la cultura Cacha a través de la elaboración de bordados étnicos hechas a mano, en indumentaria casual, para resaltar el trabajo arduo que tienen las personas en cuanto al bordado y que no son reconocidas por su trabajo duro.

Este proyecto comprende de 6 capítulos, mismos que están distribuidos de la siguiente manera:

El Capítulo I, se enfoca en los antecedentes que se ha realizado en cuanto al bordado étnico a nivel nacional e internacional, en la manera como ha ido evolucionando con el pasar del tiempo.

El Capítulo II, comprende toda la investigaciones previas o similares referente al tema, características de cada una de las culturas, significados de símbolos y figuras de la cultura Cacha, ya que es muy indispensable para poder realizar el prototipo, ya que con cada de las investigaciones anteriores se podrá realizar una buena propuesta.

En el Capítulo III está todo lo relacionado al análisis externo como el entorno político, económico, social, tecnológico, las técnicas e instrumentos que se necesitarán para continuar con el proyecto Integrador.

El Capítulo IV se enfoca en el procesamiento de la información obtenido sobre la realización de las encuestas elaboradas a las encuestadas, análisis e interpretación de datos a través de tablas y de gráficos, que proporcionan un resultado importante para la investigación.

En el capítulo V se enfoca a las maquinarias e infraestructuras necesarias para llevar a cabo el proyecto, como también el control de calidad que debe llevar una prenda

Capítulo VI es el desarrollo de la propuesta iniciando con una identidad y concepto de marca, ejecutando así el plan de producción de indumentaria casual manejando todos los procesos desde la elaboración bocetos, Sketches, Fichas técnicas de diseño manejando los lineamientos respectivos y finalmente el producto final, finalmente se presentan las conclusiones y recomendación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Tema

Diseño de indumentaria casual femenina con aplicación de bordados Cacha

1.1 Antecedentes (Estado de Arte).

El bordado es denominado como una consecuencia de trabajo "ornamentar las telas con labores de aguja". Esta artesanía no se practicaba en Mesoamérica porque no tenían herramientas necesarias para el arte, en este caso la aguja de acero que hoy en día se emplea, ya que apenas utilizaban huesos de animales o personas para dar la forma de ojal y así unir las telas, también ocupaban la púa que a veces sacaban con toda su hebra que servía como un hilo.

Por los antecedentes antes mencionados el bordado en México llego hacerse universal, es así que con el pasar de tiempo fueron dando formas en pedazos de lienzos con materiales idóneos y a la vez mejoraron los acabados, acoplando con nuevas técnicas. Al mismo tiempo fueron creando más de 15 puntadas ya no solo con hilos, sino también los combinaron con materiales que fueron apareciendo como: canutillos, lentejuelas, chaquiras, telas de colores entre otros. La diferencia de un trabajo al otro era el material ya que, para los reyes y príncipes, eran de mejor calidad con materiales finos, lujosos como hilos de oro y perlas de cristales. (Cásares, H. 1994, pág. 40)

Gila, H (2014) en su investigación define que desde la edad media el bordado se ha considerado como un arte adecuada para las mujeres, mientras tanto para los hombres se ha considerado como una actividad productiva. El arte manual con el juego de materiales es un elemento esencial que se emplea para dar el lujo de adornar y embellecer a través de los dibujos plasmados en la tela.

Además, es considerado como un arte por sus terminados y puntadas diferentes que se plasma a base de un hilo, aguja y combinación de colores perfectos, sobre todo la creatividad de la persona se lo ve reflejado en un trabajo de lujo con diseños innovadores y contemporáneos. Muchos diseñadores y artistas expresan su vida cotidiana, la independencia y la libertad de vivir en este mundo. (Gila, C. 2014, pág. 13-17)

Además, como se mencionó en los párrafos anteriores en la investigación realizada por Tito, M (2015), menciona que la cultura Zuleta produce una gran cantidad de productos a través de los bordados como manteles, camisas, vestidos, y adornos del hogar. Además de traer un ingreso económico para las mujeres de la etnia, es el sentimiento y amor que tienen ellas hacia la identidad zuleteña. Los diseños que ellos elaboran a través de sus expertas manos, reflejan la riqueza incomparable que tiene la naturaleza y plasman con un amor infinito en la prenda que solo ellas pueden entender los significados. La calidad y originalidad que hacen a mano hizo que el ex Presidente de la república del Ecuador y su familia utilicen camisas bordadas con diseños precolombinos que se ha convertido en la vestimenta del Primer mandatario y el único en reemplazar su traje tradicional a una vestimenta con identidad étnica.

En los viajes oficiales que ha realizado el gobernante ha ido promocionado la cultura ecuatoriana sobre todo rescatando identidad cultural a través de su vestimenta en especial la camisa bordada que trae consigo. Cabe recalcar que cada uno de los dibujos es hecho a pulso por las mujeres zuleteñas, ya que ellas nacen con una habilidad innata y son capaces de diseñar directamente en una pieza de tela, donde dibujan a lápiz inspirándose en la naturaleza y animales que rodea en la zona, luego con una aguja e hilos de lana de diferentes colores comienzan a trabajar sus bordados a mano. (pág. 23)

Sin embargo, la diseñadora ecuatoriana Duque elaboró una propuesta de trajes de vestimenta para una reconocida cantante ecuatoriana de la cultura Puruhua-Cacha conservando formas básicas y simbólicas las cuales han sido la fuente de inspiración para la elaboración de las colecciones. Además, hace referente el trabajo constante de las personas que bordan a mano en las indumentarias típicas de Cacha, cada una de ellas tienen diferentes diseños, símbolo, signos y figuras distintas inspiradas en la naturaleza. Con cada trabajo que ellos realizan tratan de representan la perseverancia, el trabajo duro y sobre todo la riqueza de las etnias. Cada prenda se lo realizan con diferentes puntadas también, elaboran a base de telares las fajas dando formas con un estilo propio de la mujer Cacha. Por último, en su trabajo propone rescatar la identidad por medio de la cantante Mariela Condo convirtiéndola en un referente para las nuevas generaciones. (Duque, 2013, págs. 22-23)

1.1.2 Justificación.

Con el presente proyecto se pretende preservar y exaltar la belleza de los bordados de la comunidad Cacha, con detalles únicos hecho a mano, pues con cada hilo entrelazado se cuenta una historia única de la cultura. Gracias a este emprendimiento, se espera que la parte de la identidad de la Cultura Cacha tenga asidero en el mundo de la moda actual, con un estilo diferente y de esta manera, las jóvenes de hoy revivan sus raíces. Además, es un aporte al progreso de los artesanos, ya que muchas veces no son reconocidos por su arduo trabajo, igualmente servirá como una importante fuente de ingresos económicos y de revalorización de la riqueza cultural que existe en el país, tratando así de evitar la sustitución de los bordados artesanales por otros hechos a máquina.

El bordado hecho a mano permitirá promover el fortalecimiento de la expresión intercultural de la sociedad ecuatoriana, con materiales y herramientas idóneas para la elaboración de indumentaria con bordados étnicos, para que los jóvenes valoren su cultura y el arduo trabajo que

hay detrás de una prenda, y no caigan en las trampas de la globalización, cambiando su cosmovisión, por prototipos extranjeros.

En el Ecuador las prendas globalizadas han logrado un crecimiento vertiginoso, por tal motivo, es muy importante contar con la ayuda de las personas que quieran trabajar con un fin común, como el de mejorar la rentabilidad de las pequeñas industrias textiles elevando simultáneamente el aspecto Cultural, con el uso de bordados en indumentarias casuales como propuesta de diseño, teniendo como meta que la prenda diseñada, se convierta indispensable en el closet de una mujer.

La propuesta de la indumentaria casual a desarrollarse ayudará a repotenciar las capacidades que tienen los diseñadores en el desarrollo de propuestas innovadoras que coadyudaran para el mejoramiento del país en el ámbito de la moda, contribuyendo a difundir los bordados ancestrales en distintos lugares ecuatorianos.

En el objetivo 5 del plan de Buen Vivir recalca lo siguiente:

> El fortalecimiento del diseño en la cadena productiva es un paso fundamental para el redimensionamiento de la participación de la cultura en la economía y en la transformación de la matriz productiva, al ampliar el alcance de las artesanías a la gran industria. Tampoco podemos descuidar la tradición artesanal, marginada por la producción capitalista, como modo de producción alternativo y patrimonial. La tradición artesanal del país tiene su propio valor agregado, no solo en términos económicos, sino en términos sociales, ya que implica un conjunto de relaciones más estrechas entre la naturaleza (materia prima), el productor y el comprador. La producción cultural, tanto industrial como artesanal, genera una serie de encadenamientos con industrias y sectores de gran diversidad, por lo que tienen

un enorme potencial para la transformación productiva. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

Este proyecto es factible por la ubicación geográfica al estar cerca de la comunidad Cacha es viable viajar y hacer las investigaciones necesarias que se requiere. También cuenta con los recursos adecuados como la tecnología, que es la maquinaria para elaborar del producto, talento humano por tener el conocimiento en diseño, bordado y patronaje.

Las beneficiarias serán mujeres entre 25 a 35 años de edad de la ciudad de Ambato que busquen difundir un estilo de moda particular e innovador y que opten por perpetuar la cultura viva a través del uso de bordados autóctonos en el vestuario casual, también serán beneficiadas las personas de la cultura Cacha pues gracias a la propagación de la indumentaria 'con motivos bordados de su cultura- podrán ser reconocidos e identificados a nivel nacional e internacional.

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general

Diseñar indumentaria casual con aplicación de bordados de la cultura Cacha.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Analizar los significados y significantes de loa bordados étnicos de la cultura Cacha.
- Rescatar los elementos identitarios de la cultura Cacha a partir de los significados y significantes de los bordados aplicadas en indumentaria casual.
- Aplicar los bordados étnicos de la cultura Cacha para generar indumentaria innovadora.

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL.

2.1 El diseño en la periferia

La periferia es el espacio de encuentro entre lo central y lo secundario, el objetivo es contribuir a la adecuación de las diversas entidades solidarias a la realidad social y económica a través de un compromiso más sólido y de una mayor profesionalización, que permita a estas organizaciones alcanzar mayores niveles de implicación social y mayor calidad.

La periferia trata de valorizar al diseñador, pero para ellos los diseños deben ser original son únicos es decir debe nacer de sí mismo y sobre todo ser competitivo, para ello se necesita el apoyo de gobiernos nacionales para que implemente una política. "Diseño es un proceso de transformar la realidad en un sueño."

> El desarrollo del diseño en los países de la periferia ha sido pobre, luego de un atraso en su industria de al menos 20 ó 30 años, el diseño industrial con muchos tropiezos inició con la "copia" del diseño del centro. El desarrollo evolutivo de la cadena de aprendizaje de los países desarrollados en este aspecto no tuvo su contraparte en los países periféricos, se quiso comenzar utilizando los resultados del análisis central si considerar la función social que exigía la periferia. (Gonzales, E. Pág,14)

Para hacer un verdadero cambio en el país no se tiene que copiar de otros lugares, se pueden coger como ejemplos, pero siempre buscando lo que se limita, así comenzar a diseñar mediante la investigación del entorno o contexto en el que se vive, sobre todo con mucha creatividad mediante la cual se puede formar la identidad como diseñadores, atendiendo las necesidades de la sociedad.

2.1.1 Diseño de indumentaria

Es un conjunto de prendas de vestir mediante diferentes materiales y textiles, su principal función es cubrir el cuerpo tanto del clima cálido y frío, por medio de la indumentaria se puede comunicar y expresar diferentes ideas culturas, marcando un estilo propio mediante la cual podemos transmitir un mensaje. Además, es una actividad creativa, igualmente una investigación realizada afirma que:

> Diseño de Indumentaria es la actividad creativa que se ocupa del proyecto, planificación y desarrollo de los elementos que constituyen el vestir, teniendo en cuenta los conceptos proyectuales, técnicos y socioeconómicos, adecuados a las modalidades de producción y las concepciones estéticas que reflejan las características culturales de la sociedad. (Aires, 2014, pág. 12)

2.1.2 La indumentaria como medio de comunicación

La indumentaria es una herramienta de comunicación, es una segunda piel, ya que por medio de la vestimenta se puede identificar la personalidad del ser humano, como se siente y quien es. Por lo tanto, el atuendo ayuda a cubrir las necesidades del ser humano, es decir cubre del frio, el calor por naturaleza desde que nacen los seres humanos busca interrelacionarse con las demás personas para satisfacer las necesidades materiales y espirituales. Acotando lo anterior un diseñador no es más que un comunicador porque a través de una vestimenta, un diseño está comunicando algo al público. Como menciona Méndez, (2014) en su investigación "El diseño de indumentaria está pensado como una herramienta comunicadora, o como objeto portador de significados" (pág. 14). Es importante también resaltar el texto que dice Lurie "desde hace miles

de años el primer lenguaje que han utilizado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria" (2009, pág. 25).

2.1.3 El diseño del autor

Muchas personas confunden una indumentaria con diseño de autor, es decir, con un atuendo de moda que encuentran en centro comercial, ya que está enfocada más a lo económico pensando en el bolsillo del consumidor y del usuario y no al diseño como tal.

El diseño del autor tiene un proceso más dedicado en las prendas, también se hace a través de un proceso más profundo, personal, pensando en el producto que se va a generar, esto quiere decir que debe ser creativo, de calidad y sobre todo debe tener funcionalidad por la dedicación que esto conlleva, esto hace que el diseñador cubra una necesidad encontrada o si existe que sea innovada. El consumidor del tema antes mencionado valora el proceso que tuvo la indumentaria de moda, por esa razón paga lo que el producto vale, y lo va a tener consigo probablemente más tiempo que el usuario que compra un producto de moda. (Vélez, P. 2013, pág. 2)

Cabe recalcar el que consume moda prefiere gastar lo mismo que el otro tipo de consumidor le gusta tener más prendas en variedad y combinaciones y no le interesa el resto, en cambio el que compra diseño de autor difícilmente se desprenda de esa prenda, porque muchas veces conocen la cara de la persona quien lo diseñó y por ende el proceso sabe que es algo único valora el tipo de producción que lleva consigo puesto.

En el proyecto el diseño de autor se podrá observar claramente en los bordados diseño único y exclusivo con identidad cultural de Cacha en indumentarias casuales contemporáneos.

QEPD moda	- Diseño de autor - de pasarela - de indumentaria	- Diseño de producto - de mercado - de moda
Problema	Crear una colección	
SubProblema	Producto diferencial	Bajo precio
Destinatario	Personas que valoren el diseño	Personas que se quieren vestir a la moda
Mano de obra	Especializada, artesanal	Se busca la mano de obra mas económica.
Diseño	Busca innovaciones siguiendo los lineamientos de las tendencias	Respetando las tendencias, lo que se encuentra dentro de las posibilidades técnicas y de costos.
Creatividad	En el diseño	En conseguir menores precios para la producción de la colección
Solución	Poca cantidad de prendas a un precio elevado, con un gran valor agregado	Gran cantidad de prendas, a un precio menor.
Para obtener igual ganancia	Menor cantidad de prendas	Mas cantidad de prendas

Gráfico 1: Diferencia entre diseño de autor y diseño de moda
Fuente: Diseño-de-moda-vs-diseño-de-autor. (2013)

2.1.4 El diseño: la identidad y cultura

La identidad es una cualidad o carácter que se define, con la manera de expresar la forma de hacer y crear un diseño. También es la herencia directa de la cultura en la que se nace y vive, es decir lo que gira alrededor del ser humano lo cual se ha ido transmitiendo a través de las generaciones. Entonces la moda es auténtica, sólo se puede vivir desde la cultura, porque surge de la vida misma como medio de expresión, todos los aspectos del comportamiento humano están bajo la influencia de la moda. (Flores, M. 2014, pág. 2)

2.2 Identidad

2.2.1 Identidad de la indumentaria

La identidad en la indumentaria es lo que distingue algo y diferencia a los demás, además pertenece a una comunidad o grupo social, como describe la diseñadora de modas Amoroso, S (2016)

> El vestido desde su gestación ha hecho las veces de segunda piel, su aparición no solo se debe a factores climáticos, geográficos o a la idea de pudor, es fundamentalmente un producto de la condición humana; una forma de adaptación al contexto natural y cultural, un lenguaje efectivo, un nexo inevitable entre las personas (pag.1).

La indumentaria desde un inicio ha estado siempre ligado a una cultura, donde el ser humano tenía la necesidad de cubrirse su cuerpo, por lo tanto la moda se ha convertido uno de los ejes culturales, mediante la cual se pueden comunicar los seres humanos.

2.3 Fenómenos sociales que afectan a la identidad nacional.

2.3.1 Globalización

La globalización como tal se ha convertido en un movimiento social y cultural de interconexión entre un país y otro, este consiste en un comercio mundial de bienes y servicios en el ámbito de la economía.

Según el punto de vista político el autor alemán Beck, (988) piensa que la globalización está integrada por "los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones e identidades" (pág. 40). Mientras tanto que Guillermo de la Dehesa (2000), orientada desde al ámbito económico define como un "proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo de bienes, servicios y capitales".

Este fenómeno incide mucho dentro de la identidad nacional sobre todo en los pueblos indígenas, ya que van generando cambios tanto en la manera de vivir como también el desapego de las vestimentas tradicionales, ya que muchos se adaptan a nuevas tradiciones y las consecuencias es la desvalorización, por tal motivo muchos ecuatorianos prefieren comprar lo que

viene de extranjero. A pesar de esta inevitable realidad hoy en día muchos diseñadores están haciendo hincapié a esta situación, es decir que la indumentaria típica de un grupo étnico sirve para inspiración de un diseño ya sea en prendas o accesorios, mediante la cual permita una protección de la misma, tratando así de rescatar las una cultura u otra.

2.3.2 Migración

> "La migración como tal significa ir de su lugar de origen otro donde considere que mejorará su calidad de vida. Implica la fijación de una nueva vida, en un entorno social, político y económico diferente" (Pérez, 2008, pág. 23).

Muchas personas viajan a otro país para buscar una vida mejor y con ello no solo dejan a sus familias sino también sus costumbres, tradiciones principalmente la vestimenta de sus raíces y con ello van adaptando a la nueva sociedad y por ende van perdiendo la identidad cultural. Principalmente los individuos que pertenecen a un grupo social, como por ejemplo a nivel del sector indígena es lo más notable. En caso de los hombres dejan su pantalón blanco por un jeans, alpargates por un zapatos de marca y las mujeres cambian anaco por pantalón y así sucesivamente.

2.3.3 Aculturación

"La aculturación es un proceso de aproximación, intercambio e influencia cultural mutua entre dos grupos distintos que entran en contacto permanente. La dimensión y la tendencia principal de las adopciones culturales dependen, entre otros factores de las relaciones de poder". (Chavez, 2017, pág. 1)

La aculturación se da por la invasión, colonización o también migración, a causa de todo esto se modifican las tradiciones, donde se impuso la religión, lengua y muchas otras costumbres como

por ejemplo cuando el pueblo indígena fue sometido por los invasores de Incas y posteriormente los españoles quienes alteraron muchas cosas como por ejemplo la manera de vivir.

2.4 Grupos étnicos

Ecuador es un país pluricultural y multiétnico, en el cual conviven diferentes nacionalidades y pueblos indígenas. Esto está marcado por las presencias de mestizos, indígenas, afroecuatorianos, y blancos; así como regiones como son la costa, la sierra, el oriente y en la Amazonía, todas estas con cualidades muy ricas.

> En octubre de 2008, el Estado Ecuatoriano inaugura una nueva Constitución dirigida a la construcción de un espacio para el dialogo y la representatividad de los comunidades, pueblos y nacionalidades que fortalezca la unidad nacional en la diversidad en el marco de un Estado plurinacional. Su preámbulo es la mención explícita de que estas comunidades, pueblos y nacionalidades de raíces milenarias con diversas formas de cultura, religiosidad y espiritualidad, buscan una nueva forma de convivencia ciudadana en armonía con la Pacha Mama de la que son parte para alcanzar sumak kawsay, vital para su existencia. (Bruna, 2013, pág. 2)

Los grupos étnicos del Ecuador es denominado pluricultural porque se puede encontrar gran variedad de culturas, costumbres y un sinnúmero de hábitos. Una de ellas es el idioma que llevan consigo hasta estos días que son las siguientes, multilingüistico porque además de hablar el español, también aún conservan sus propios idiomas como el quichua, el shuar, el cha´apalachi, el safiqui, el huao, el pay-coca, entre otros.

2.4.1 Cultura e identidad.

La cultura es un conjunto de rasgos, espirituales, materiales y afectivos que se caracterizan dentro de una sociedad o grupo social, además engloban la manera de vivir, los derechos y valores que tiene cada ser humano, como también las creencias y las tradiciones.

La identidad cultural es aquello que forma del diario vivir con características e identidades propias, la lengua es un instrumento que ayuda para poder comunicar con las demás personas dentro de la sociedad, donde cada uno tiene sus valores, creencias, ceremonias, rituales, su forma de vivir y sus propios atuendos. Estos elementos antes mencionados hacen que siga manteniendo de generación en generación para no perder rasgos y ser diferente a los demás. Los problemas socioeconómicos que tiene el país a echo que muchas personas salgan de su propia etnia a buscar nuevos horizontes para poder sobrevivir, es ahí cuando las personas van perdiendo el rasgo cultural específicamente en su forma de vestir ya que se deben adaptar a nuevos estilos de vida, y se da un intercambio de elementos culturales y sociales, donde va generando la pérdida de identidad de los pueblos indígenas. Sin embargo, hay culturas que han sobresalido con su identidad ya que han logrado prevalecer en el campo artesanal, música, intelectual y en proceso organizativo alcanzando el progreso. (León, 2013, pág. 1).

2.4.2 Elementos de identidad entre las comunidades indígenas

Todas las comunidades indígenas que existe en el Ecuador han ido creando su propio estilo de vida en base a su cultura para así tener su propia identidad, ya que cada uno refleja según sus costumbres y simbologías propios de ellos. Entre los elementos que hacen únicos a cada uno de estos grupos son:

2.4.2.1 Lenguaje

El Ecuador, como Estado plurinacional e intercultural, reconoce la existencia de los diferentes pueblos y nacionalidades, de acuerdo a la Constitución de 2008. En el capítulo primero, artículo 2, establece que el castellano es el idioma oficial del Ecuador y que el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. Ese mismo artículo indica que el Estado respetará y estimulará la conservación y uso de los idiomas ancestrales, mandato que en este gobierno se ha logrado, sin precedentes, posicionándolos en los medios de comunicación públicos hablados y escritos. (Ciudadano, 2015, pág. 1)

Cada una de las comunidades del Ecuador tiene su propio idioma la cual facilita la interrelación de personas, además van aprendiendo el idioma español para relacionarse con los demás individuos.

2.4.2.2 Vestimentas

Cada una de las etnias ecuatorianas tienen su propia vestimenta, aunque en la actualidad muchos jóvenes prefieren utilizar ropa moderna. Sin embargo, los adultos aun ocupan su atuendo tradicional. (Romero, J. 2012, pág. 2). A continuación, se detalla los elementos indumentarios de algunas culturas de Ecuador:

Tabla 1:
Vestimenta de las culturas étnicas

Nombre	Hombre	Mujer	Accesorios
Kisapincha	Poncho rojo, pantalón blanco, camisa	Bayeta negra, sombrero, blusa blanca	Las fajas utilizan tanto los hombres como las mujeres
Otavalo	Pantalón blanco, poncho negro, camisa blanca y sombrero	Camisa larga con lienzo bordada, anaco de color azul y blanco, fachalina	Gualcas (collares dorados), manillas, anillos y aretes donde resaltan piedras de colores y alpargates para hombre

Chota	Pantalones de colores oscuros y camisa blanca	Faldas amplias y blusas hasta los hombros	No utilizan ningún tipo de accesorio
Salasacas	Camisa, pantalón blanco de lienzo, poncho negro largo y angosto	Anaco ancho, bayeta de color verde, blusa blanca	Sombrero blanco con adornos, alpargates, collares para mujeres
Cañarís	Pantalón negro de lana, camisa bordada, poncho corto	Blusa bordada de mangas cortas, polleras de lana, reboso, illiglla	Faja, sombrero redondo, tupo solo para mujeres
Saraguro	Camisas sin mangas y cuello, poncho	Falda ancha, blusa bordada en los puños y pechos	Fajas vistosas de colores, tupo, collares de plata, anillos (mujeres) cinturón de cuero para hombre
Chibuleos	Ponchos de color rojo, sombreros, camisa y pantalón de color blanco que representa la pureza de la gente	Anacos de color negro que representa la tierra, sombrero blanco, camisa bordado con flores de todos los colores que representa la Pacha Mama	Alpargates, sombre tanto para hombre y mujer y tupo para mujeres
Cayambe	Los hombres llevan zamarros (pantalones de piel de cordero o cabra).	Blusa bordada, falda (follera o centro) adornado en sus bordes, fachalina bordada con flecos	Alpargatas, gargantillas, sombrero adornado con cintas de colores, careta
Natabuela	Camisa o chusma sin mangas, calzón de liencillo, dos o tres ponchos utilizados para el diario y para días de fiesta,	En la cabeza utilizan una tela de lana denominada melafacha, fachalina, anaco de color negro o azul, camisa larga de lienzo o dacrón bordada en el pecho y en las mangas,	Alpargates, sombrero (hombres) faja bordada de diferentes colores, huallcas, manillas, alpargatas (Mujer)
Chola Cuencana	Ponchos gruesos	Macana o chal, polleras, la pollera interna esta conocida como Centro y tiene en la parte inferior bordados, blusa de colores.	Sombrero de paja toquilla, collares de fantasía, brazaletes, zapatos de charol para las fiestas y zapatos de caucho para el uso diario, utilizan también zarcillos de oro (Mujer)

Fuente: Etnias del ecuador.com (2017)

2.5 La Cultura Puruhá

La cultura Puruha nace después de la era cristiana en el año 1200. Las personas habitaban en los valles fríos de los callejones de Chimborazo y Tungurahua. Los habitantes para poder sobrevivir vivieron de la agricultura y la ganadería cultivando en las laderas de las montañas. La alimentación principal fue el maíz, papas y quinua. El trabajo principal de la supervivencia era la cabuya donde de allí sacaban fibras, luego de ello intercambiaban de productos, es decir, hacían un trueque de bienes. Los aborígenes de aquella época también tuvieron acceso a las zonas cálidas donde cultivaban coca, ají y algodón. Según las creencias de los Puruhaes, las montañas eran sus

dioses protectores del mal, entre ellos los más representativos es el nevado del Chimborazo que denominaban como varón y volcán Tungurahua como la hembra esposa del Chimborazo según sus creencias de esa unión nace el pueblo Puruha. La cultura étnica mencionada es reconocida como gente humilde aguerrida y luchadora por combatir con bravura contra los invasores españoles e Incas, dentro de aquella tribu, existían personas muy fuertes que afrontaron la lucha contra los enemigos, entre los cuales fueron generales: Epiclachima y Calicuchima. En la actualidad el pueblo Puruhá cuenta con 23 comunidades, entre la más representativa esta Cacha. (Garces, 2012, pág. 1).

2.6 Cacha.

Según los representantes de la cultura Cacha menciona que: "La parroquia Cacha, constituye legalmente 7 de noviembre de 1980, gracias al impulso de la Organización Fecaipac; es inaugurado el 25 de abril de 1981 con la visita del ex presidente Abogado Jaime Roldos Aguilera" (Cacha, 2016). En la provincia de Chimborazo se encuentra la parroquia Cacha, significa guerreros tierra de los puruhaes de los grandes líderes como Cacha, Duchicela, Cachulima, Guaraca, Daquilema enfrentaron ferozmente a la invasión española. No era permitido ningún tipo de negociación solo el matrimonio libre y voluntario podía ser aceptado, entonces se casaron Toa con Duchicela y se consolida la relación de los pueblos Caras, Cañaris, Paltas, Sarsas, Chimbos, Huancavilcas y Saraguros. Ni la furia natural del año 1640 pudo borrar la historia, cultura, tradición, idioma y vestimenta del pueblo Cacha. A lo largo de la historia ha conservado su cultura e identidad siendo su vestimenta representativa el poncho coco, fajas y otras artesanías (Yaguachi, 2017).

Historia de Cacha

Se llama Cultura Cacha en honor a los reyes Dichucela y Shiris , ellos y muchas personas más se enfrentaron contra los enemigos, es decir a los incas, para lo cual cogieron un lugar estratégico

para enfrentar a los contrarios. La zona que escogieron fue unos 5 kilómetros de Liribamba. Hoy en día no existe porque fue quemado por Rumiñahui, el motivo de esconderse fue para que los enemigos no hallaran nada en ese lugar. El Historiador Juan Francisco comenta que había antes ahí en el lugar del escondite un túnel donde podían escaparse y refugiarse en las montañas, allí habitaban animales y pájaros, donde hoy en día es llamado Pucara-loma, lugar turístico y el más representativo del pueblo Cacha. La historia de Cacha comienza desde la era preincaica, en ese entonces habitan más hombres que mujeres y eran como semidioses, es decir muy inteligentes y sabios y se le llamaban hijos de la naturaleza, decían eso según ellos porque había un amorío entre el Chimborazo como hombre y Tungurahua como mujer.

> Los Cachas eran los únicos amos y señores de sus tierras, pero desde los periodos de gobierno de los Shyris VII, VIII, IX y X, fueron derrotados por los Puruhá (Caras), hasta que en el reinado de Shyri Carán, se domina estratégicamente a los Puruhá, mediante el casamiento de su única hija la Princesa Toa con el Príncipe Duchicela, hijo del jefe máximo de los Puruhá. Duchicela Shyri XII (1300 -1370) consigue la paz y consolida las relaciones con los pueblos Caras, Cañarís. Paltas, Zarzas, Chimbos, Huancavilcas y Saraguro, fortaleciendo la unidad de la Confederación Quiteña, ante la amenaza e invasión de los Incas del Perú; cuando Duchicela muere ocupa la corona su hijo Autachi Duchicela, Shyri XIII, que gobernó hasta el año 1430, tuvo dos hijos, el primogénito de nombre Huallca quien fue su sucesor, por poco tiempo, ya que fue destronado por el pueblo, asumió el mando, su último hijo, Hualcopo Duchicela (Shyri XIV) quien presidió el mando hasta 1463. (Parroquial, 2016, págs. 1-2)

La historia de la cultura Cacha es de lucha y perseverancia donde en el periodo de Shirys XIV en el año de 1450 comienza la invasión de los enemigos Incas encabezada por uno de los más

importantes de ese entonces Tupac-Yupanqui, quienes ingresaron por el sur del país, ellos primero buscaron la manera por donde era más fácil el ingreso, es por ello que ingresaron invadiendo las tierras de Chinchansuyo. Mientras tanto Hualcopo junto a otros grandes militares que lucharon hombro a hombro como Eplicachima, Calicuchima y Pintag, combatieron a pesar de que estaba en riesgo sus vida, nunca aceptaron ninguna negociación, porque los enemigos quisieron que se rindan pero ellos no aceptaron ningún trato, es decir lucharon hasta el final, pero la superioridad del enemigo pudo más que la valentía y el amor que pusieron los grandes luchadores en la batalla no sirvió de mucho porque el resultado de esta pelea fue la muerte de grandes jefes y más de 15000 Puruháes. Después de la muerte de un gran líder tomo la batuta Hualcopo, siempre colocaban a alguien en reemplazo, entonces inmediatamente tomo el poder Cacha era el hijo mayor del fallecido que también fue derrotado por Huayna-Cápac, hijo de Tupac- Yupanqui, en el honor del hijo de Hualcopo hoy en día se llama Parroquia Cacha, pero ellos nunca se rindieron cada vez se afianzaban con más resistencia.

Con el pasar del tiempo Cacha se casó y tuvo una hija llamada Pacha era una princesa que nació en Puruha, años después la hija de Cacha contrae matrimonio con Huayna Cápac, según lo que cuentan los historiadores, la hija de Cacha se casó con un enemigo y por ende gracias a ese matrimonio se afianza más el imperio de los Incas en este país, Huayna-Cápac con su ejército persigue al Shyri Cacha que se repliega resistentemente en Imbabura (Atuntaqui), donde es alcanzado y acribillado a flechazos. Con la muerte de Shyri Cacha, Pacha es proclamada como soberana en Quito, luego gobernó por 4 décadas y convirtió a Quito en el capital. Después de su reinado murió Huayna-Capac 1526 pero antes de su fallecimiento distribuyo a sus dos hijos, al Reino quito a Athualpa y el Reino del Cuzco para Huascar, este último no respeta la última voluntad de su padre declara la guerra a Atahualpa.

Atahualpa no estaba solo en esta guerra conto con el apoyo de Rumiñahui, Quisquis, Calicuchima, Razo-Razo y Zopozopanqui para defender lo que era suyo, después de tanta pelea y persecución Huascar fue derrotado y condenado a morir en las manos de su propio hermano, donde desde allí Atahualpa se convierte en el único amo y señor de los Incas. En el año de 1532 llegaron los españoles cuando estaba en pleno desarrollo de los Incas, mientras llegaron los enemigos los Incas se confundieron y pensaban que era una profecía de Dios Viracocha, eso aprovecho los invasores para doblegar a los Incas, donde fue apresado y asesinado salvajemente Atahualpa por Francisco Pizarro, después de ese acontecimiento invadieron Puruha, 280 años dominaron los españoles a los indígenas le forzaban al trabajo duro y explotación de minas, obrajes y textilería, esa explotación trajo consecuencias a parte de mala alimentación murieron muchos indígenas.

La textilería pasó a convertirse en la actividad principal impuesta por los españoles y tuvo una gran acogida a nivel nacional donde elaboraban sombreros, jergas, fajas, ponchos, los capisayos (Prenda de vestir corta y abierta que servía de capa y sayo.) y sombreros de lana. Después de algunos años específicamente en 1640 Cacha sufrió un fenómeno natural desde allí se reubicaron, pero a pesar de ello los indígenas seguían sufriendo por la explotación. En la era Republicana cansados de tanta explotación también al rechazo del diezmo y al repudio del trabajo subsidiario lucharon los indígenas liderada por Fernando Daquilema contra esta injusticia, pero el enemigo mato al líder que lucho por la liberación indígena, por ese motivo hoy en día la parroquia Cacha tiene un referente histórico. Por todo ese antecedente Cacha fue inaugurado como parroquia el 25 de abril de 1981 por el presidente de la República del Ecuador, Ab. Jaime Roldós Aguilera esta declaratoria es de mucha importancia para la parroquia, lo que le ha permitido contar con una dinámica socio organizativa autónoma, hasta nuestros días. (Parroquial, 2016, pág. 1)

Idioma de la cultura Cacha

El idioma que practican los habitantes de Cacha es el quechua perteneciente a la familia lingüística, pero con la invasión española aprendieron hablar también el idioma Aymara (una lengua indoamericana) y español como segunda lengua, prácticamente las personas mayores continúan hablando el idioma materno hasta estos días, mientras tanto los jóvenes solo se comunican por el idioma español.

Religión

La creencia de la cultura Cacha hasta estos días son los nevados como el Chimborazo, además el Volcán Tungurahua, también ellos creen en el sol como ellos dicen inti, es un ritual que hacen hoy en día hacen rituales con la naturaleza es una simbología que no se pierde con el pasar de tiempo, a pesar de muchas personas hoy en día ya tienen una religión la gran mayoría son evangélicos y unos poco católicos. (Mendez, 2014, pág. 23).

Educación: Antiguamente no tenían muchas oportunidades de estudiar los niños ni jóvenes ya que no había escuelas ni colegios cercanos, ya que existía solo para personas de dinero, por lo tanto, los propios padres les enseñaba los conocimientos que tenían. La llamada tradición oral resguardaba las historias.

Idioma: El idioma originario fue el puruhuay pero después de la invasión española fue desapareciendo el idioma materno, entonces aprendieron así la lengua quechua y después el español.

Ocupaciones: El tiempo ha ido cambiando con el pasar de los años ya que antiguamente las mujeres se encargaban a criar hijos y hacer todos los haceres domésticos y también a la artesanía.

Y los hombres se dedicaban a la agricultura, pesca, confección de armas y al comercio, hoy en día tanto el hombre como la mujer comparten las tareas.

Fiestas y tradiciones

Inti Raymi (la fiesta de la cosecha): Esta fiesta se realizado cuando ya se madura los granos eso es en el mes de junio, es decir hacen una vez al año cuando los granos ya están secos, acompañada siempre con la música de Jaway, entre el mes de junio y julio las personas hacen una ceremonia en agradecimiento al sol, es la fiesta más representativa de la cultura Cacha.

El nombre del hijo: Cuando las mujeres dan la luz a un hijo la costumbre de ellos es de ir de casa en casa, haciendo un ritual, es decir utilizando una tijera, donde luego de ello al final ponen un nombre en su propio idioma, el nombre que ellos colocan es algo que represente deseos o alguna característica física del niño (Guapisaca, 2013, pág. 1).

La minga de la casa: Cuando una persona construye una casa todos participan en ello, donde cada ser humano ayuda de una u otra manera, pero siempre acompañado con comida y chicha, la costumbre es hacer fiesta al final de la construcción.

Matrimonio: La costumbre en la antigüedad de la cultura Cacha, el futuro esposo iba a la casa de la chica a asegurar con un lote de terreno con los suegros, entonces con ese trato ya la mujer tenía que casarse así ella no quisiera

El nacimiento: Para que una mujer de un parto normal se colocaban en diferentes posiciones donde ella se sentía cómoda, cabe mencionar que antiguamente siempre daban la luz normalmente nunca hacían cesarías como hoy en día, luego de que nace él bebe inmediatamente ponían el nombre, cabe recalcar que en la antigüedad la mujer que daba a luz no guardaba reposo es decir

no tenía cuidados especiales, entonces eso tenía consecuencias en un futuro, además no comía los alimentos especiales que se necesitaba.

Los entierros: Cuando las personan fallecían enterraban en el mismo lugar donde habitaban, es decir en las chozas, pero ellos nunca enterraban a los muertos con ropas viejas, más bien le mandaban vistiendo con las mejores indumentarias, acompañado de una buena comida y bebida.

Prácticas medicinales

La cultura Cacha todavía sigue practicando la medicina natural para curar los malaires, desequilibrios energéticos. También curan con animales como el cuy para diagnosticar estados de salud de cada persona, acostumbran también a bañarse en las cascadas es un tratamiento que utilizan para curar los nervios, solo se acude al hospital de la localidad en caso de problemas graves de salud. (Guapisaca, 2013, pág. 2da estrofa).

Principales símbolos de la cultura cacha

La simbología de la comunidad Cacha al igual que la vestimenta en sí, se ha ido modificando a través de los años. Con la conquista de los Incas y españoles adquirieron una simbología, es así que fueron plasmados tanto en la cerámica, vestido, tocados, estelas, instrumentos de combate, urnas funerarias para que quede estéticamente bien utilizaron geometría con figuras equilibradas, es por tal razón que se apreciar una simetría bien representada armónicamente. Existen una gran cantidad de signos utilizados por los indígenas de Cacha, que a través de los años fueron interpretando, la principal deidad fue el inti o el sol.

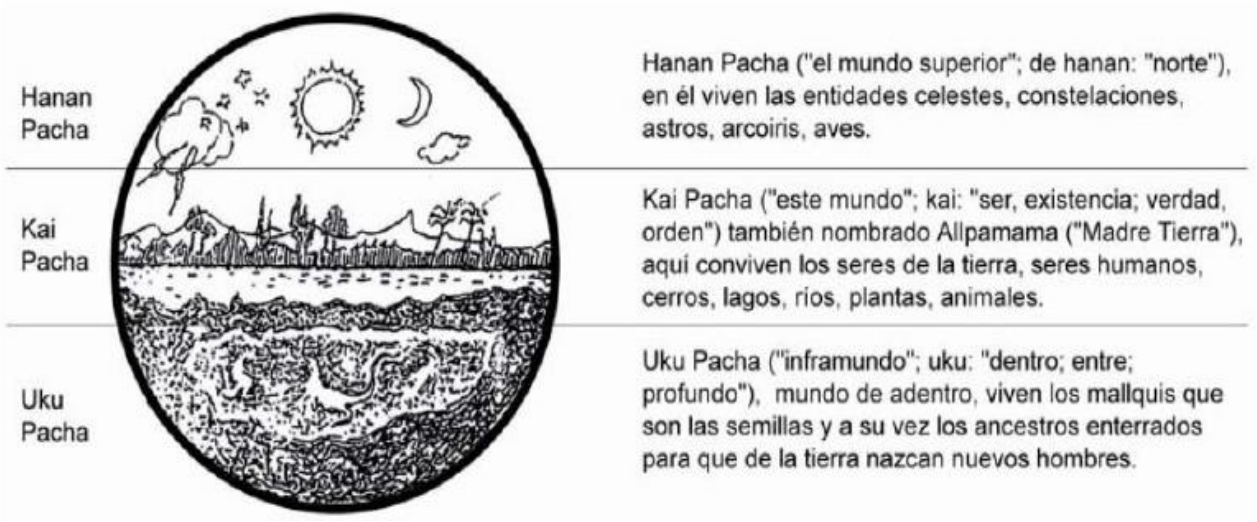
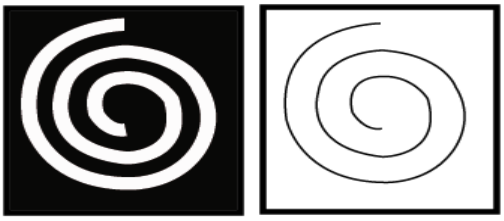
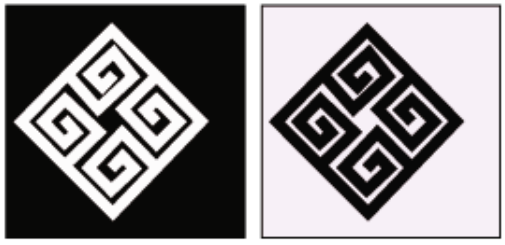
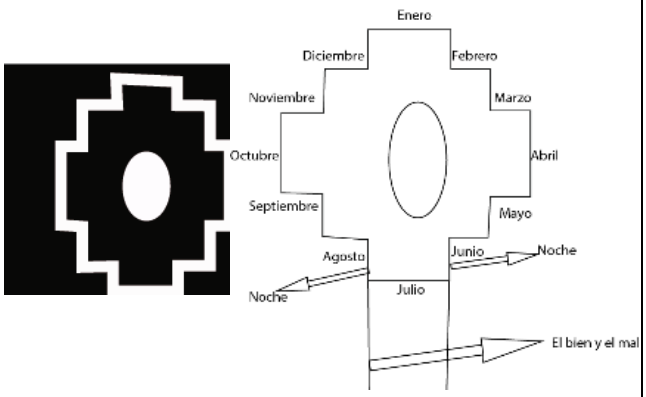
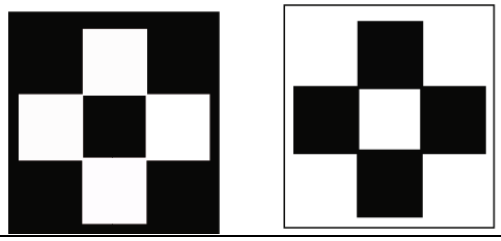
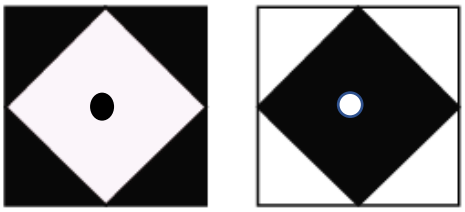


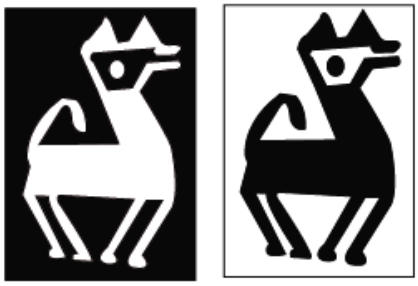
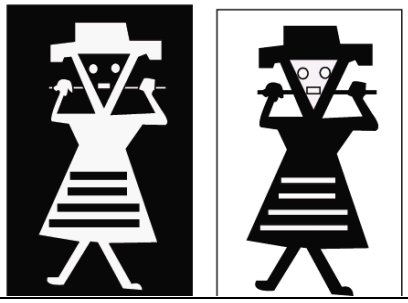
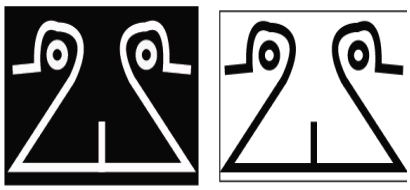
Gráfico 2: Cosmovisión indígena
Fuente: Palermo.edu.maestria

Los principales símbolos extraídas de la naturaleza son las siguientes:

Tabla 2
Símbolos de la cultura Cacha

Nombre	Descripción	Imagen
Espiral	Representa la mentalidad de los seres humanos del pueblo Cacha, donde hay un comienzo y un final, esto quiere decir en nacimiento y la muerte	
Ese	Representa a la serpiente, donde comunica los distintos mundos, conocida también como Amaro o Amaru, quien es símbolo de protección como de destrucción. Además, representa al agua porque asciende y desciende por los tres mundos.	
Doble espiral	Significa la correlación de dos fuerzas hacia un mismo centro	

Zigzag	Representa a las montañas y a la tierra dios	
Cachana o cruz andina	Simboliza los puntos cardinales de los meses del año como también de la cosecha, para proteger del bien y del mal	
Cruz cuadrada	Simboliza al universo y al hombre	
El rombo	Este símbolo representa al hombre y la mujer, formado en unidad, el rombo con un punto en el Centro; es la representación de un vientre femenino fecundado, en los pueblos indígenas es primordial, pues garantiza su permanencia y trascendencia de su pueblo	
Líneas paralelas seguidas	Representa un vínculo que tienen los hombres con los antepasados que seguirá generación tras generación	
Escalera	Simboliza cuando una persona sube o baja es decir si es exitoso va a la cima sino vuelve a un inicio	

Caballito	Es un animal utilizado para transportar de un lugar a otro con cargas, también formo parte de la guerra contra los invasores. Es creado desde la época colonial ya que este animal formo parte de la guerra sangrienta donde estaba presente en la lucha contra la liberación de la gente indígena	
Figura humana	Esta figura de manos hacia arriba representa el poder y la valentía que tenían para pelear contra los españoles	
Ave	Representa a las aves del páramo como también simboliza la libertad de interrelacionarse los animales con los hombres, estas figuras van en la faja, cinta y shigras.	
Tres líneas zigzag	Expresa la fecundidad de la tierra, de la Pacha Mama gracias a la acción de las lluvias.	
Flores del paramo	Personifica a la belleza de la mujer, que con sus encantos conquista al hombre.	

2.7 Vestimenta original de Cacha.

Según la consulta realizada en el museo centro Pucara-Tambo. (2017), la vestimenta de los hombres consta de pantalón blanco, alpargata de caucho, camisa blanca, poncho coco de diferentes colores dependiendo la jerarquía de las personas, para el trabajo utilizan jerga con cinturón, sombrero de lana y las mujeres anaco azul oscuro de lana hecha con lana de borrego, camisón blanco bordada, bayeta de colores vivos sujetados con tupo de plata o de acero blanco, las mujeres utilizan tres tipos de fajas o como ellas le denominan chumbis (faja), entre ellas mama chumbi,

cahuiña y laborchumbi, cada uno de ellas van ordenadamente en la cintura, se sujetan bien para que no se caiga el anaco. También cinta de pelo, sombrero de lana blanca con filo bordado y adornado con cintas de vivos colores y bordado (Yaguachi, 2017).

Para conocer mejor la vestimenta de hombre y mujer típica del pueblo Puruhua Cacha se representa en la siguiente imagen.



Grafico 3: Vestimenta típica del pueblo Cacha.
Fuente: Museo Pucara- Tambo, 2017.

Elementos de la vestimenta de Hombre

Vestimenta de hombre

Las prendas que utilizan los hombres son pantalón blanco y camisa del mismo color que representa la pureza del hombre indígena como también el espíritu puro que ellos tenían. Cabe mencionar que antiguamente las prendas eran echan con lana de borrego, los pantalones no eran tan largos como el día de hoy solo llegaban hasta debajo de la rodilla y en la cintura se sujetaban con una faja llamada cahuiña, pero hoy en día todo eso es reemplazado con un cinturón para sujetar

la cintura y el pantalón ya es largo hasta los tobillos, cabe mencionar que los hombres de Cacha antiguamente no utilizaban camisas como estos días, es decir utilizaban una túnica que sujetaban en los hombros con un tupo.

Ponchos de Cacha

Hay muchos hombres indígenas que utilizan ponchos de diferentes colores y modelos en la provincia de Chimborazo, pero la diferencia de los Cachas es utilizar ponchos de Coco o también llamado Cacha poncho: a continuación, se va especificando cada uno de ellos que existe en ese lugar y para cada ocasión que ellos utilizan.

Cushma

Es un poncho de color negro o azul marino, en los filos con muchos colores combinados que utilizan los hombres principalmente para ir de viaje y trabajos, utilizan para estas ocasiones por ser pequeño y cómodo para realizar cualquier actividad.



Grafico 4: Poncho Cushma

Cocos poncho o cacha poncho

Este poncho es lo más importante y representativo de cacha, por tener varios significados y el más reconocido, utilizan los hombres está hecho con lana de borrego anteriormente ahora con hilo orlón, primero le hacen un ovillo al hilo luego tuercen bien que todo este igual para amarrar con

supas, después se tintura posteriormente hacen un proceso de urdir, donde finalmente comienzan a tejer en telares; la figura plasmada llamada como chacana y también cruz andina representa los puntos cardinales y los meses del año como también las temporadas de cosecha, lluvia y sol, a continuación esta especificado en la imagen.

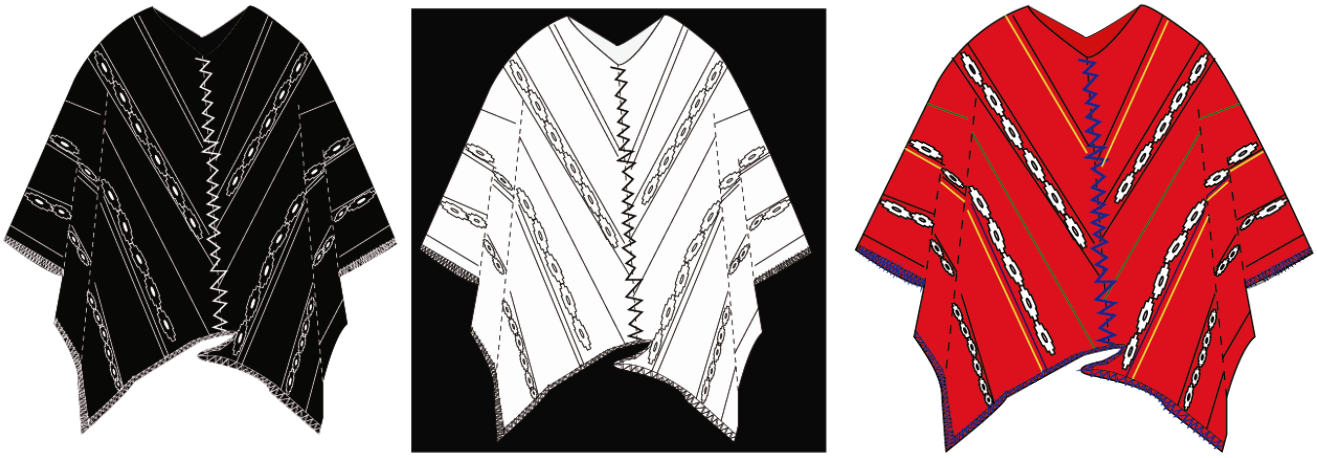


Grafico 5: Poncho de Cacha, (2017)

Poncho de luto o Huañuk poncho

Es un poncho que tiene los mismos gráficos de poncho de coco, es decir los mismos diseños en cuanto a las formas, sin embargo, lo que marca la diferencia es el color del poncho ya que este es de azul marino con pequeñas franjas rojas laterales y en los filos tiene color vino, negro y blanco, cada uno de estos gráficos tienen su significado, las franjas rojas representa la sangre que derramaron los indígenas, el blanco significa la pureza que tienen, mientras tanto el negro representa a la tierra, como también al dolor por la muerte, la combinación de colores azul y blanco representan al cielo, es decir hasta donde llega el espíritu para poder descansar en paz.



Grafico 6: Poncho de luto, 2017

Poncho de rayas

Este poncho también tiene el mismo colorido que el principal, tanto en la combinación y acabado, la única diferencia es en el diseño, es decir no tienen este poncho la figura de cocos.



Grafico 7: Poncho con rayas (2017)

Urku Poncho

Este poncho utilizaba los hombres para ir al cerro en quichua se dice Urku significa cerro, las personas que vivían en lo más alto de la montaña de Cacha.

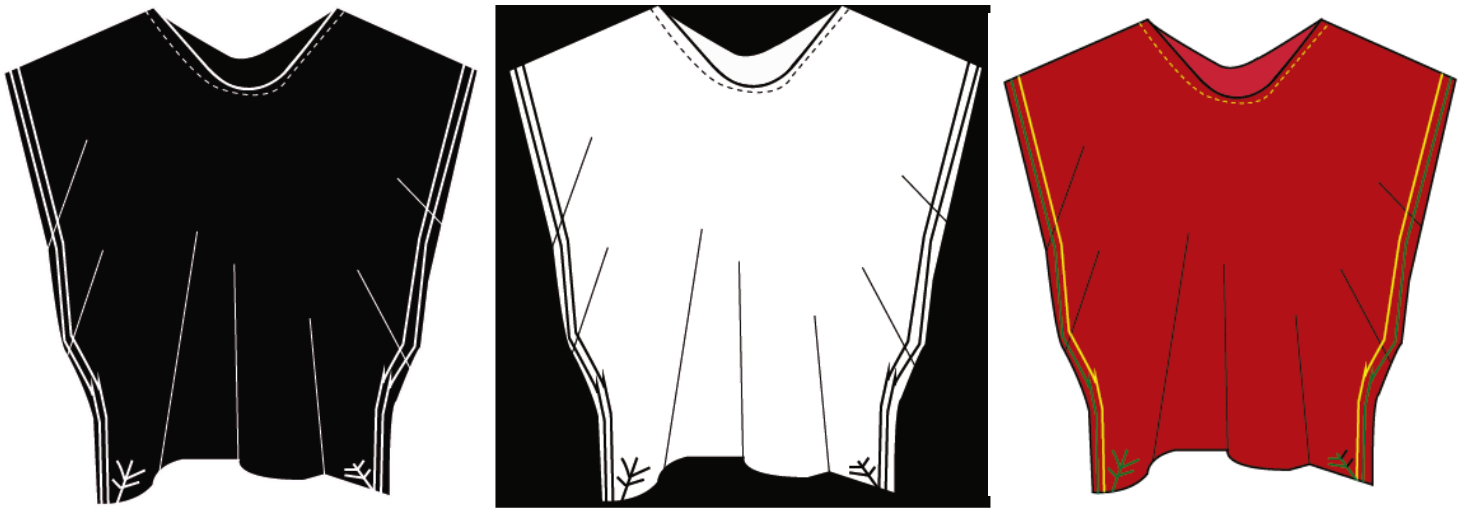


Grafico 8: Urku poncho, 2017

Vestimenta femenina

Camisón

Estos camisones utilizan las mujeres tanto para hacer actividades cotidianas como también para ir a eventos especiales, está hecho con tela de algodón antiguamente utilizaban lana de borrego, los bordados que tiene el camisón son las plantas de la naturaleza con colores vivos y llamativos que reflejan la belleza de una mujer, además por medio de los bordados demuestran la maravillosa riqueza que hay la naturaleza como: plantas, animales y flores.



Grafico 9: Camisón de mujer, 2017

Bayeta

Bayeta color rosado significa la belleza de una mujer, además era sagrado porque solo utilizaban las novias, mientras tanto bayetas de color rojo utilizaban para ir a matrimonios, confirmaciones y el color significa la sangre derramada por los líderes indígenas, también utilizaban de color morado y verde para ir a cosechar en el campo.



Gráfico 10: Bayeta de Cacha, 2017

Anaco

En la antigüedad el anaco era tipo túnica que cruzaba por los hombros y eso le sujetaban con un tupo, hecho con lana de borrego, sin embargo, esta cambió con la llegada de los incas y posteriormente españoles, donde aprendieron a sujetarse desde la cintura con fajas o llamados chumbis.

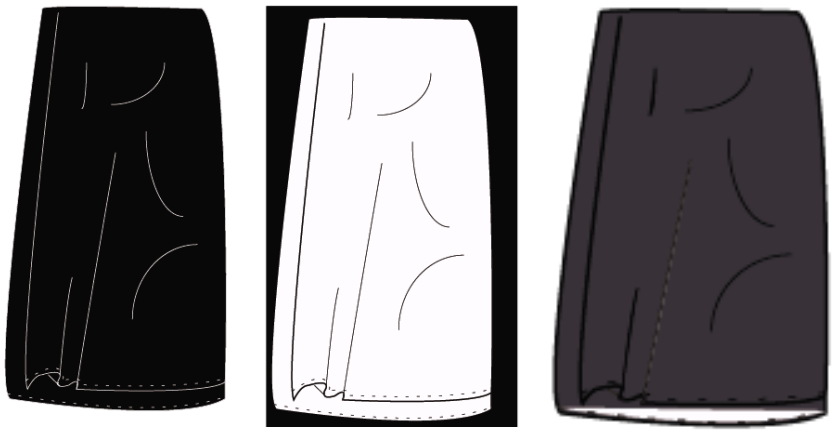


Gráfico 11: Anaco de Cacha, 2017

Changalli

El changualli es una pieza rectangular pequeña que se ocupa sobre el anaco en la parte delantera, ya que este sirve para llevar granos es decir cosas livianas, antiguamente estaba hecho con lana de borrego, pero hoy en día está hecha con poliéster.

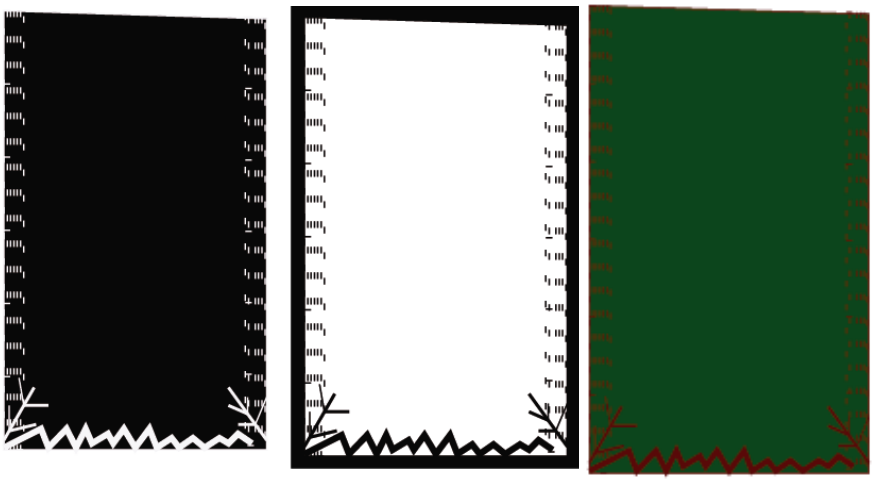


Gráfico 12: Changalli, 2017

Chalina o macana

Las mujeres de Cacha utilizaban la chalina por encima de hombros que servía para llevar tonga y cargar a los hijos, en los orillos tiene bordados inspirados en la naturaleza y figuras geométricas, hechas con colores vistosos.

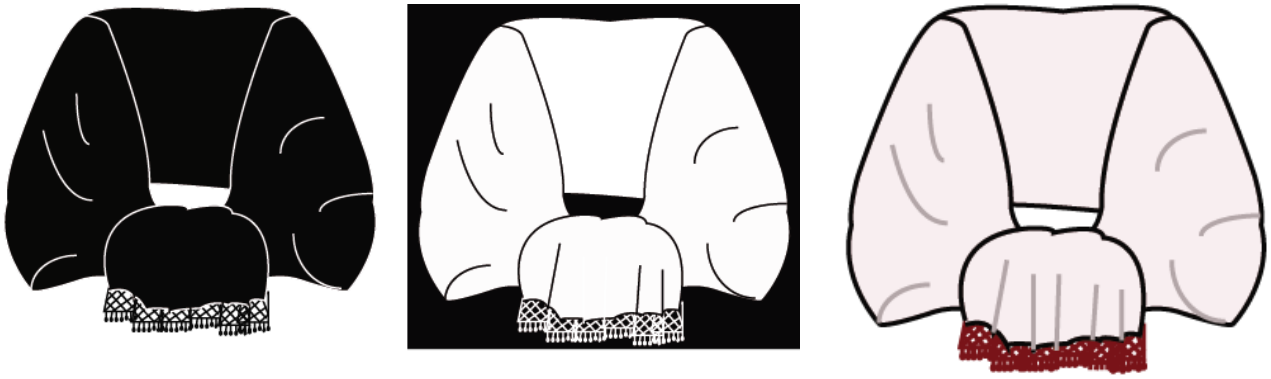


Gráfico 13: Chalina, 2017

2.7.1 Estudio de formas, iconos simbologías de los bordados de las fajas de Cacha.

Aquellos diseños de fajas, cintas, mama chumbi, guagua chumbi, caguiñas contienen los más inimaginables e innumerables figuras zoomorfas y antropomorfas sus utensilios de cocina, labrado de tejidos y de bordados están allí. La cultura de Cacha tiene diferentes tipos de fajas que son las siguientes: Labrado, quingo, ladiaquingo, pishicsisa, cusco, quitoquingo y más diseños son las fajas y cintas especiales y los más cotizados y usados en las fiestas y ceremonias rituales de Cacha; con manos hábiles mente soñadora de hombres y mujeres rebeldes desde la sangre de sus ancestros logran hacer estas innumerables artesanías (Yaguachi, 2017).

Quingo

Estas fajas se colocan en la cintura, es utilizada como tercera faja para las mujeres, hay de diferentes colores y tamaños, está bordado con diferentes figuras zoomorfas y fitomorfas las cuales representan a las plantas y animales que para ellos son muy sagrados y protectoras, así también las

líneas. Las fajas con bordados zigzag representan a las montañas que hay alrededor de la cultura, lagunas y los caminos que llevan a Cacha.

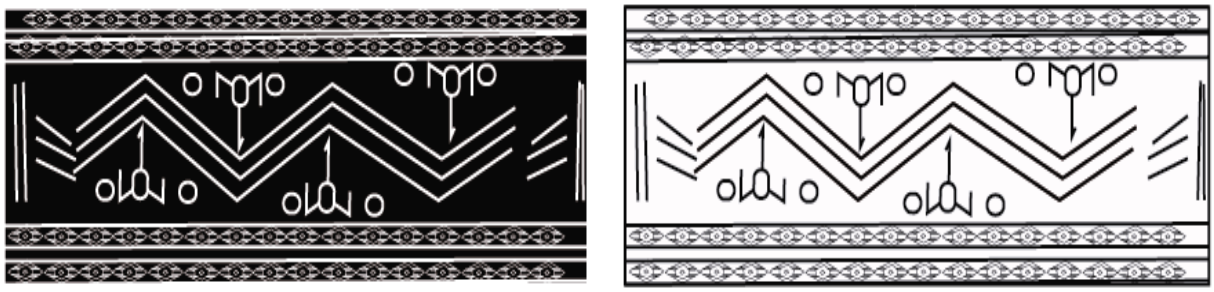


Grafico 14: Faja Quingo, 2017

.

Pishicsisa

Es otra de las fajas muy utilizadas para ir a fiestas o hacer rituales y son de diferentes colores y también es utilizada como tercera faja y está bordada con figura fitomorfa que representa las plantas de la naturaleza por lo que hay en su alrededor, como también a la belleza de la mujer, que los nativos de la cultura la dominan así porque la mujer es única e incomparable de su hermosura a pesar de no utilizar maquillajes ni otra sustancia química, ya que la mujer es bella naturalmente, por ese motivo en honor a ellas está plasmado en la faja común que utilizan las mujeres de Cacha.

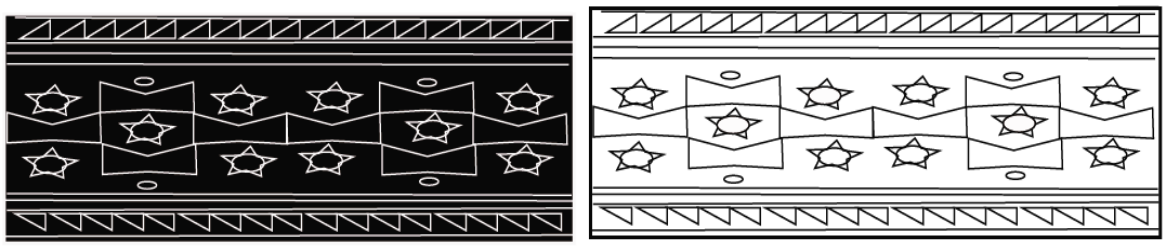


Gráfico 15: Pishicsisa, 2017

Cahuiña

La cahuiña es muy representativa por su multi uso, es decir estas fajas utilizan tanto los hombres para sujetarse en la cintura y las mujeres para sujetarse el anaco ya que ellas normalmente utilizan tres fajas para ceñir su figura como también para que sean fuertes y valientes y así trabajar sin miedo el campo, asimismo utilizaban para los niños para amarrarle alrededor de su cuerpo como ellos denominan (mautur), para que proteja del mal al pasar por algún lugar abandonado, es decir para que no les diera mal aire, además representa a la medicina ancestral cuando una persona se fracturaba el tobillo siempre le amarran la parte herida.

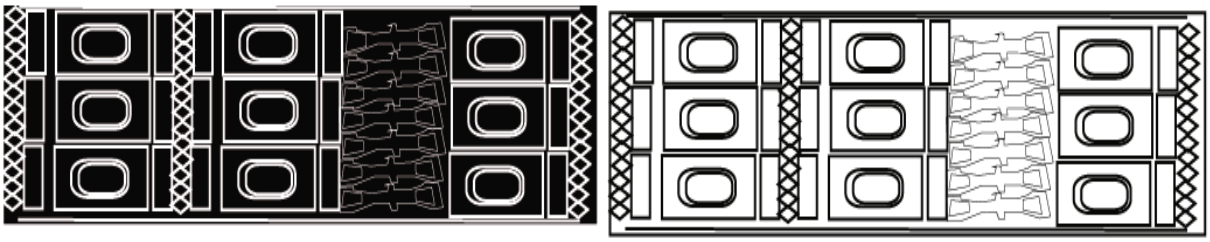


Grafico 16: Cahuiña, 2017

Faja de dos caras

Estas fajas utilizan igualmente tanto los hombres y mujeres, también ocupan para las fiestas tradicionales, el ancho es según de 10cm hasta 15cm realizan según lo que pida el cliente. La figura plasmada en la faja en forma de rombo representa dos caras le la persona que apoyaban al mismo tiempo a los indígenas y a los españoles y así le daban la espalda a su propia etnia. Al mismo tiempo representa el ciclo de vida de las personas, nacer, crecer, reproducir y morir.

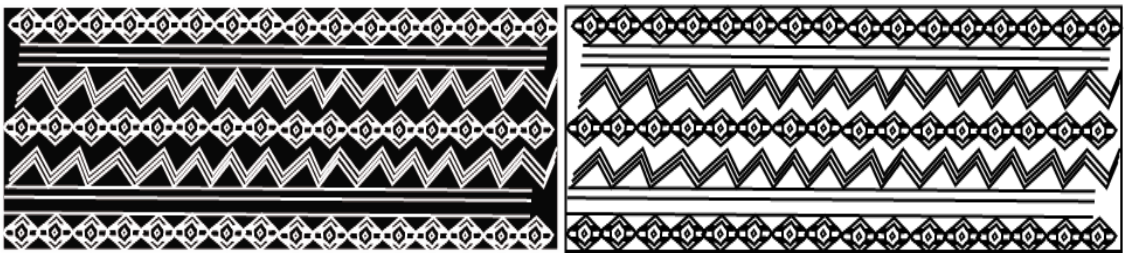


Grafico 17: Faja de dos caras, 2017

Mama chumbi

Mama chumbi (madre faja) utilizada solo las mujeres para sujetarse bien en la cintura en la parte inferior y es la primera faja de las tres que llevan consigo puesto, este hecho a base de hilo orlón y su precio está a 5 dólar, pero cuando hacen con lana de borrego venden hasta 15 dólares no tiene ningún bordado es de un solo color en honor a los combatientes que murieron por defender su territorio.

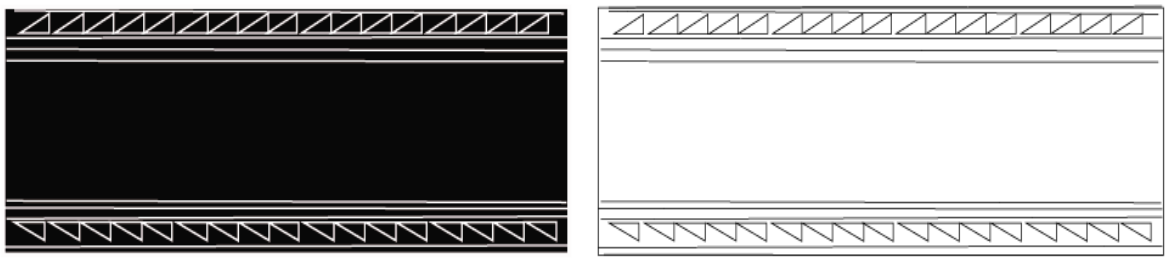


Gráfico 18: Mama chumbi, 2017

Accesorios de la cultura Cacha

Orejeras y Collar

Llamado también aretes eran muy largas de color rojo, al final de las orejeras siempre llevaba una moneda, que tiene un significado muy valioso para la etnia, era para que no coja malaire a una persona, cuando pasaban por partes botados, es decir quebradas, cerros y dormir en casas botadas, mientras tanto los collares también utilizaban de color rojo, las mujeres que más tiras de collar se ponían eran las más reconocidas de una categoría superior.

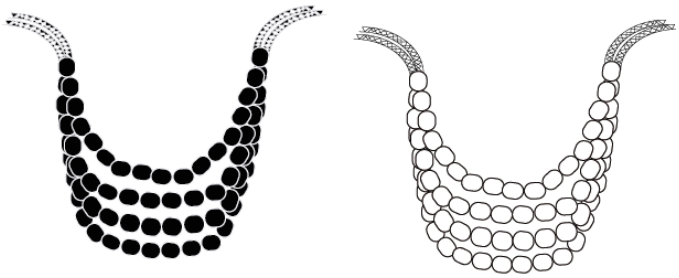


Grafico 19: Collares, 2017

Alpargates

Antiguamente las mujeres no utilizaban ningún tipo de calzado, solo los hombres se ponían y eran de caucho, ya que esto protegían los pies al momento de trabajar en la agricultura.

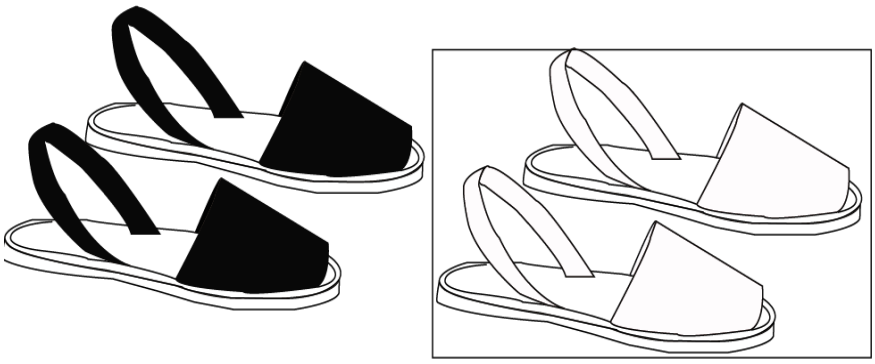


Grafico 20: Alpargates, 2017

Tupo

El tupo se utilizaba para sujetar antiguamente las túnicas de los hombres como también las bayetas de las mujeres.

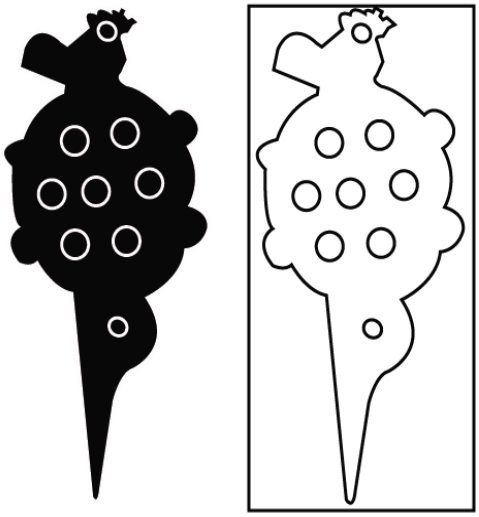


Grafico 21: Tupo, 2017

Sombreros.

Los sombreros que utilizan tanto el hombre y la mujer son con bordados propios de la cultura, está bordado en los filos de la cinta, la diferencia entre uno y otro era que, para la mujer se colocaba dos cintas, mientras tanto para el varón solo una, cuando una mujer utilizaba un sombrero con cinta de color opaco es cuando ya era casada, pero cuando era con color rosa o colores vivos la cinta era una doncella y comúnmente los hombres utilizaban con cinta de color negro.



Grafico 22: Sombreros, 2017

También hay otro sombrero con cinta blanca y bordado, este tipo de sombrero llevaban puesto tanto los hombres y mujeres. El bordado que lleva el sombrero representa la vida rutinaria de las personas; es decir, hay días que tienen éxito y también fracasos están en lo más alto y bajo ya que nadie es perfecto en este mundo.



Gráfico 23: Sombrero, 2017

2.7.2 Colores más representativos de Cacha

Tabla 3

Colores de Cacha

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Azul (ankas)	Azul representa uno de los colores que tiene la bandera Nacional, ese color representa al océano el claro y limpio cielo ecuatoriano. En cambio, para la cultura Cacha simboliza la libertad y la seguridad que tienen para seguir adelante como también la condolencia y dolor por la muerte de las personas que lucharon contra los españoles, cuando utilizan una prenda de color azul siempre guardan luto	
Amarillo (Killu)	El color amarillo es uno de colores más representativos del Ecuador, porque es el primer color de la bandera y representa a la riqueza de nuestro suelo minero y fértil, al mismo tiempo para los Cachas representa al sol, uno de los dioses que ellos adoran, también representa la fuerza y la energía que tienen para la cosecha	
Negro (Yana)	El negro es un color fuerte que significa muerte o luto en honor a los héroes que defendieron al país, también significa la violencia, el misterio, la elegancia y hasta cierto punto; a la sensualidad**.** Para la cultura Cacha representa el color negro el luto que llevan por la muerte de sus líderes indígenas	

Rojo **(Puka)**	El color rojo es muy representativo no solo para la cultura Cacha sino también para Ecuador porque es uno de los colores que tiene la bandera Nacional, lleva ese color en honor a los héroes que derramaron la sangre para dar libertad, al mismo tiempo para la cultura tiene un significado muy especial, representa la sangre que derramaron los indígenas por defender su territorio contra los españoles también identifica al planeta tierra, como también el pensamiento y conocimiento de la etnia.	

2.7.3 La actividad del bordado en Cacha

Para las mujeres indígenas de Cacha bordar a mano en una prenda es su fuente de ingreso económico para su familia, además mediante la cual expresan sus sentimientos hacia la naturaleza, es decir inspirándose alrededor de ello, donde toman figuras geométricas y flores que giran a su alrededor aplicando con colores vistosos tanto en las prendas superiores como las inferiores, también aplican en las artesanías y accesorios principalmente en las fajas. Sin embargo, muchas personas en la actualidad están perdiendo la esencia como tal, es decir, ya no hacen mucho a mano más lo realizan a máquina y por ende muchos prefieren comprar lo más económico y no ven el trabajo que hay detrás de un trabajo hecho artesanalmente.

2.7.4 Materiales para el bordado

Con el pasar de tiempo han ido cambiando los materiales para la elaboración de los bordados por la facilidad que hay para manipular; Los hilos que utilizaban antes para el bordado era la lana de borrego que luego tinturaban con el color que ellos deseaban, pero actualmente utilizan el hilo orlón que hay de diferentes colores y grosores, acompañado de agujas que siempre existían desde la antigüedad.

Tabla 4

Materiales para el bordado

Materiales para el bordado en la actualidad	
Material	**Descripción**
Hilo orlón	Hilos de varios colores, es uno de los materiales más buenos, porque al momento de lavar no se decoloriza.
Aguja sin punta	La aguja sin punta es la más utilizada para que no perfore la tela.
Tambor	Es uno de los instrumentos más importantes que es utilizado para la elaboración del bordado, hay de diferentes tamaños, es el material que sujeta bien la tela para que el bordado salga de la mejor manera.

Fuente. Bordados.ec, 2017

2.8 Materias primas para la elaboración de la vestimenta

Para la elaboración de la vestimenta como de los accesorios utilizan tradicionalmente las siguientes fibras hoy en día.

2.8.1 Algodón

Esta fibra de algodón se utilizó desde la época de prehispánica en los lugares de, Cahuasqi, Intag, Salinas, Uruqui, cabe mencionar en el lugar que más producía era en los lugares cálidos como en el Chota, pero con el pasar de tiempo se desapareció. En Ibarra también produce el algodón, pero era más fino y es apetecido por los textileros, hay tres colores, pero el blanco es lo que más utilizan. Hoy en día ocupan este material para hacer blusas de la etnia, ya que es más durable y sobre fácil de manipular para el bordado.

2.8.1.2 La lana

Es procedente del borrego, que algunas mujeres indígenas todavía siguen utilizando esta fibra natural, antiguamente los españoles ocuparon para trabajar en los obrajes coloniales, utilizaron para hacer la vestimenta tanto de hombre como de mujer, pero ahora ocupan más el algodón por ser más económico y más apetecido por las personas.

2.8.1.3 Cabuya

Para obtener la fibra de cabuya se obtiene a partir del agave. Según Jaqueline Benítez del laboratorio de tejidos del Departamento de Biotecnología comenta que la cabuya blanca tiene más importancia y utilidad porque se puede hacer sacos, para enviar el caco y el café a otro país, por otro lado, Méndez, (2014) en su investigación realizada comenta que la cabuya es muy importante para confeccionar sogas, sinchos que es más utilizado para hacer cargar al burro, costales y alpargatas (pág. 28).

2.8.1.4 Orlón

La fibra acrílica o llamado hilo orlón viene de una fibra sintética es elaborada a partir de acrilonitrilo, del que deriva su nombre genérico. El acrilonitrilo se obtuvo por primera vez en Alemania en 1893; este producto fue utilizado por Carothers quien con su equipo de investigación inicio con la fibra acrílica en 1944 y en 1950 se dio a conocer con el nombre comercial de orlón. En los últimos años la cultura Cacha ha cambiado por el hilo de lana de borrego al orlón por su fácil manipulación del mismo. (Rodriguez, 2016, pág. 2da estrofa)

2.9 Técnicas textilerías artesanales

Las personas de la Provincia de Chimborazo Cantón Riobamba Parroquia Cacha tienen diferentes técnicas para elaborar ponchos, bayetas, anacos, mantas y otras prendas originarias de la cultura, a pesar del trabajo duro ellos siempre trabajan con alegría y mucha dedicación. Es un

sustento de trabajo para obtener el dinero, mujeres y hombres indígenas manejan con facilidad cualquier tipo de diseño, ya que ellos desde temprana edad nacieron con esa habilidad innata por sus antepasados.

2.9.1 Proceso artesanal del textil para obtener el hilo

El hilo es una fibra o material fibroso, su espesor es delgado y largo. Las mujeres indígenas crían y cuidan a cada uno de sus alpacas, una vez al año trasquilan al borrego para sacar la lana, luego lavan colocando en una tina o piedra de agua, después que esté limpio comienzan a hilar en huango y huso según el grosor que necesiten, transforman en un hilo de excelente calidad. Para comenzar a tejer en agujetas o telar de espalda recatan las técnicas ancestrales del teñido con cochinilla, plantas y flores del Ecuador.

2.9.1.2 El ikat

Ecuador fue una de las zonas más importantes de producción de textiles desde la época remota, además utilizan fibras variadas, ya que los aborígenes tenían un gran conocimiento de los tintes vegetales. El ikat es una forma milenaria del teñido mediante nudos con el que queda definido el diseño para hacer ponchos de cocos en la cultura Cacha, al mismo tiempo se puede utilizar para diferentes tipos de teñido, a este trabajo más se dedican los hombres mientras tanto las mujeres se dedican al bordado por ser un trabajo duro.

2.9.2 Concepto del tejido

El tejido es entrecruzar hilos de forma ordenada de dos series de hilo la urdimbre va colocado en el sentido longitudinal y la trama va en el sentido trasversal. En la cultura Cacha forman un tejido con la ayuda de los telares con el hilo de orlón mediante ello forman tejidos de punto y plano según lo que necesiten.

2.9.2.1 Telar de cintura

Este telar consta de una correa de cuero y cuerda, es más utilizada por las mujeres por su fácil manejo, primero colocan los hilos donde luego este se entrecruza ordenadamente según el diseño que necesiten, también hacen figuras de diferentes diseños, hay dos tamaños de telares grandes que se utiliza principalmente para hacer poncho que utilizan los hombres y pequeño para hacer fajas.

2.9.2.2 Telares de pedales

Este tipo de telar funciona como el anterior telar de cintura la diferencia es que con este se puede hacer prendas más grandes como cobijas y manteles, además tiene un empeine donde permite separar las capas superiores e inferiores de la urdimbre donde forma la calada por donde se trama.

2.10 Marcas referentes

2.10.1 Dominga

Esta marca está dedicada hacer un comercio justo, ético y sobre todo sostenible, su estilo es siempre lo tradicional, "es por eso que Dominga va mucho más allá de ser una prenda de vestir para ser una alternativa de generar identidad por medio de la moda" (kiki, 2014). Cada una de las colecciones de la marca tiene un estudio de tendencias de moda, tanto en, textura, diseño y colores, después de todo esos procesos le adaptan a lo tradicional, este hecho con un trabajo minucioso todo a mano con bordados étnicos inspirado en la cultura Zuleta. La misión de la marca es dar a conocer las tradiciones de las culturas y el valor que tiene cada puntada de los bordados hechos a mano, además está enfocado a concientizar a las demás personas que valoren lo artesanal, tradicional. (LIFESTYLEKIKI, 2014)

Tabla 5
Productos de la marca Dominga

Tipo de articulo	Imagen	Descripción
Blusa bordada		Cada una de sus colecciones tiene un estudio de tendencias de moda, tanto en diseño, texturas, colores y demás; para luego ser adaptado a la tradición, un trabajo hecho minuciosamente a mano, como lo son los bordados de Zuleta
Collar rojo		Collares creados para una mujer alegre y sobre todo se sienta identificado con alguna cultura
Chaqueta		Chaqueta blanca de algodón con bordados a mano resalta el color y la identidad que complementa la belleza de una mujer ecuatoriana
Sombreros		Complemento de personalidad de una mujer que se sienta cómoda y elegante.

Fuente: (Marca Dominga, 2017)

2.10.2 Olga Fisch

La marca tiene como meta reflejar las artesanías de cada rincón de Ecuador plasmado en abrigos, sombreros, adornos, artículos para la cocina cada uno está hecho a mano. Cuenta con profesionales creativos y además con apoyo de los artesanos. Es una marca que lleva en el mercado ecuatoriano 70 años dedicado a lo folklore, cuentan con tres generaciones que lleva adelante, su estilo es inventar y re-inventar nuevas formas y lenguajes artesanales. Gracias a esta marca muchos artistas y diseñadores se unen a esta causa, es decir rescatar lo artesanal. (Coronel, 2013, págs. 76-77)

Tabla 6

Productos de la marca Olga Fisch

Tipo de articulo	Imagen	Descripción
Bolso		Bolsos creados para una mujer que busca el confort y funcionalidad así sentirse única y atractiva.
Ponchos		Ponchos creados para una mujer alegre y versátil hecho con materiales de vicuña.

Collar de piedras		Collar de piedras y tejidos resalta la innumerable riqueza que posee Ecuador, donde resalta a la mujer bella y original.
Accesorios		Pulseras elaboradas en faja, en tagua y en piedras semipreciosas con colores vivos que resalta a una mujer.

Fuente: (Marca Olga Fisch, 2017)

2.10.4 Visionario

Carolina Herrera es una de las diseñadoras más exitosas del mundo de la moda, nació en 1939 en Caracas Venezuela, dentro de una familia de posesión económica alta y sobre reconocidos por la manera de vestir elegante, la pasión por el mundo de la moda inicio gracias al incentivo de su mejor amiga quien fue una leyenda de la moda; los comienzos en el mundo de la moda de Carolina fue en los años 80 cuando su familia mudo de Venezuela a Estados Unidos para radicar en ese país, es ahí cuando empezó toda la carrera exitosa de Herrera, en el año de 1986 presento su primera colección de vestidos de novia y en 1988 lanzó su primer perfume con el mismo nombre de la diseñadora hoy por hoy tiene más de 100 perfumes tanto para hombres como para mujeres, en 1997 la inspiración del diseño fue su hija ya que ella menciona diciendo "Mi hija Adriana representa a la perfección la mujer de mis líneas, joven, elegante, con un estilo propio y una personalidad increíble" (Vahdat, 2017, pág. 1). Además, en el año 2000 abrió su primera gran tienda de 4 pisos, además más de 10 sucursales a nivel mundial, todas las colecciones anteriores eran dirigido para personas elegantes, sin embargo, en el año 2001 lanzo una línea más casual y muy accesibles, hoy en día cuenta con más de 70 tiendas exclusivas y 150 centros comerciales.

Tabla 7

Productos de la diseñadora Carolina Herrera

Tipo de articulo	Imagen	Descripción
Chaleco y falda		La combinación con chaleco de corte entallado hace que la falda destaque mucho más junto a ese diseño que ya de por sí tienen con un estilo ajustado con un bajo que cuenta con más volumen.
Vestido		Vestido realizado en encaje y con un bonito y llamativo color amarillo, donde resalta a una mujer mucho más fresca.
Perfume		Es un accesorio invisible, el toque final, el último detalle, el equilibrio perfecto entre confort y frescura. Un perfume sensual y complejo; y a la vez fresco y optimista
Carteras		Carteras elegantes creados para una mujer que busca confort, funcionalidad y así sentirse única y atractiva.

Fuente: (Carolina Herrera, 2017)

CAPÍTULO III.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

3.1 Análisis externo.

3.1.1 Análisis PEST del Ecuador.

El diseño de la ropa casual para las mujeres con bordados de la cultura Cacha con diferentes tendencias y características para ingresar en el mercado local es necesario ser autentico; es decir, crear ropas exclusivas con bordados. Para esta creación es preciso conocer el mercado y los diferentes factores externos que nos permita introducir y permanece allí. Para ello dentro de este trabajo se realizará el análisis Político, económico, social y tecnológica (PEST).

3.1.1.1 Entorno Político.

La implementación de este proyecto es una oportunidad para desarrollar el diseño de ropa para mujeres con bordados de la cultura Cacha, por las políticas del Estado a los nuevos emprendedores, que se ubica dentro de las MIPYMES; es decir, pequeñas empresas. Las PYMES es uno de los más importantes sectores que ayuda al desarrollo económico y social, generando así el empleo. Desde el Estado existen políticas de ayuda, a las empresas por medio de las capacitaciones en procesos productivos, formación profesional, asistencias técnicas, gestión formativa, y finalmente apoya al desarrollo y búsqueda de nichos de mercado sea local, nacional e incluso internacional a través de las exportaciones promovidas por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), todo esto a través del Ministerio de Industrias y Productividad, en la que menciona que "La política productiva busca, por tanto, una gestión incluyente, articulada y participativa, que tiene como objetivo, permitir que el sector industrial y fundamentalmente las

MIPYMES, desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano" (MIPRO; FLACSO, 2013, págs. 18-25).

Además, el Estado cuenta con políticas para otorgar créditos a emprendedores con visión empresarial mediante la Corporación Financiera Nacional (CFN) a través del proyecto, llamado "Fondo de Garantía", que está destinado a aquellos emprendedores que no disponen de las garantías exigentes por las instituciones financieras ya sea banca pública o privada. El mayor beneficiario de esta política de Estado es el sector de las microempresas. Con ello el Estado ecuatoriano cumple con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, en la cual manifiesta "Impulsar la transformación de la matriz productiva"; es decir, que "los desafíos actuales deben orientar a la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen" (SEMPLADES, 2013, pág. 3).

Ante los constantes cambios en la política tributaria se observa un aspecto poco favorable por la inestabilidad jurídica, sin embargo, la implantación de proyecto es viable por ser único, con una característica especial, el de repontencializar la vestimenta tradicional a través de los bordados de la cultura Cacha.

Este trabajo integrador se basa en la constitución del 2008, el Programa Nacional del Buen Vivir y el código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. En la constitución en el capítulo quinto expresa lo siguiente:

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

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Además, en la constitución en el capítulo sexto y séptimo expresa:

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

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

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

Como se puede leer en estos artículos de la constitución ecuatoriana garantiza el desarrollo productivo, económico a las personas emprendedoras con ideas de rescatar y preservar la identidad ancestral, a través de la cual crear productos y servicios que rescaten la identidad cultural; en este caso los bordados de la cultura Cacha.

3.1.1.2 Entorno Económico.

La economía ecuatoriana se encuentra en el puesto ocho entre los países de América Latina. La principal fuente de ingreso es el petróleo, seguido por el camarón, banano y el crecimiento del turismo. A demás otro principal ingreso económico es la recaudación de impuestos. Desde el año 2007 al 2015 el crecimiento en el Producto Interno Bruto (PIB) fue de 8.8 %; es decir, paso de 51.007.777 miles de millones de dólares a 1001.768.080 miles de millones de dólares. Lo que se entiende que la economía ecuatoriana es mucho más grande que hace 10 diez años. De la misma forma el PIB per cápita paso de 3.330 dólares a 6.030; es decir, hubo un incremento de 7.7% lo que significa mayor poder adquisitivo por parte de la población ecuatoriana (Banco Mundial, 2017).

La deuda pública del Ecuador está dividida en deuda Externa e Interna. La deuda externa representa el 26.3% del PIB para el primer trimestre del año 2017. De la misma forma la deuda interna representa el 1% del PIB para el mismo periodo, como se puede observar en la siguiente gráfica.

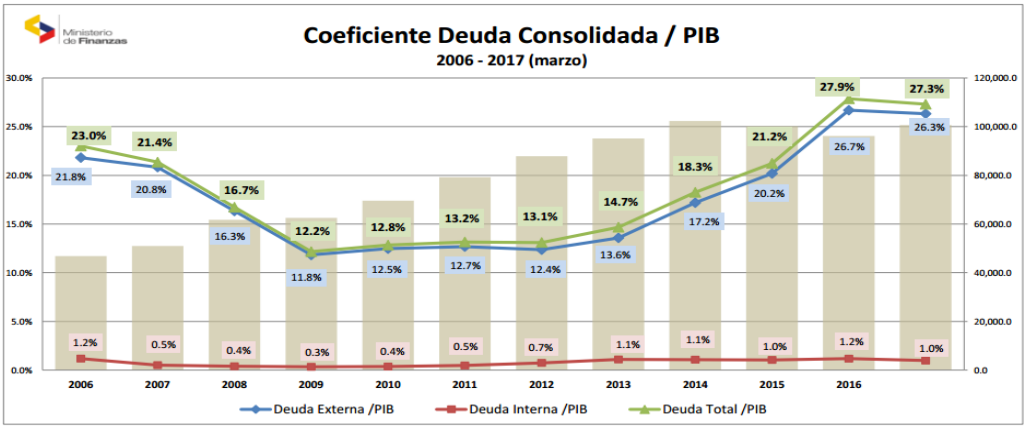


Grafico 24: Deuda Pública del Ecuador.
Fuente: Ministerio de Finanzas, 2017

De acuerdo a estos datos la deuda pública está por debajo de los límites establecidos en la Constitución Ecuatoriana que es el 40% del PIB.

En cuanto a la tasa de desempleo desde el año 2007 al 2015 hubo una disminución del 0.27%; es decir, bajo del 7.4% que fue en el año 2007 al 5.4% del año 2015, lo que significa que la economía ecuatoriana muestra un fortalecimiento económico. Sin embargo, en estos dos últimos años la tasa de desempleo presento algunas variaciones, aunque no significativos, desde la perspectiva económica y de los especialistas en la economía (Ministerio de Finanzas , 2017).

Por el mayor poder adquisitivo de la población, se incrementará el consumo, lo que hace favorable para la implementación de este proyecto. Además, los créditos que brinda las instituciones financieras ya sea públicas y privadas con una tasa de interés providencial; las perspectivas económicas y políticas del país hace factible este trabajo integrador. Las instituciones financieras públicas que otorgan créditos a pequeños y medianas empresa es la Corporación Financiera Nacional (CFN), a través de su programa "Fondo de Garantía", que está destinado a aquellos emprendedores que no disponen de las garantías exigentes por los bancos privados. El banco del Pacífico otorga créditos a las pequeñas y medianas empresas del país con una tasa de interés desde el 9.76%. (Banco del Pacífico, 2017).

Por otro lado, las instituciones financieras privadas como el Banco del Guayaquil, Pichincha, Bolivariano, internacional otorgan créditos, pero con muchas restricciones entre ellas tener garantías, y una tasa de interés desde 11.83%, por lo tanto, las instituciones financieras del sector público brindan mayor oportunidad.

Por otro lado, las políticas de comercio internacional implementadas por el gobierno, ayuda a proteger la producción nacional de pequeños emprendedores con el objetivo de mejorar la

competitividad; es una oportunidad inigualable para desarrollar este proyecto de diseñar vestuario para mujeres de la ciudad de Ambato Parroquia Urbana Ficoa con aplicación de bordados de la cultura Cacha

3.1.1.3 Sector social / cultural.

La sociedad y la cultural es una identidad definida de una sociedad, sin embargo, con la globalización y la modernización ha tenido efectos negativos en la identidad cultural y social. En diferentes países latinoamericanos sobre todo en la población jóven, quienes han dejado los valores, tradiciones, creencias, símbolos, formas de vestir e incluso el modo del comportamiento dentro de un grupo social. En efecto, la identidad cultural sólo puede consistir en la apropiación propia de ciertas colecciones culturales que se encuentran en el entorno social. Por lo que las identidades colectivas se construyen cotidianamente desde la práctica social, son simplemente fruto del mantenimiento de las diferentes diversidades de la cultura (Hernández E. , 2005).

De ahí que surge la perdida de la identidad cultural dentro de la sociedad, en especial en las zonas rurales, con culturas tradicionales y conocidas en el país como por ejemplo la cultura Kichwa, que hoy en día está perdiendo la forma tradicional en su forma de vestir. Esto ocurre por la influencia en la moda de otros países. Esta situación a traído consecuencias negativas y trágicos para la población que generación tras generación se ha heredado sin cuestionarlas, pero ahora se prefiere creerse ajeno y ser dueño de la nada imitando las costumbres Ajenas por verse o creerse algo que no es y a veces prefiere ser lo mismo que le dictan los ciegos indicándole el camino.

Sin embargo, en el ámbito social Ecuador ha experimentado grandes cambios estructurales empezando desde la relación del poder, en donde los ciudadanos tienen su representante que responde a las necedades de los sectores marginados. Y la respuesta del estado ha sido a través de la inversión social en el campo de la educación, salud y sectores estratégico que ayuden a mejor

su calidad de vida. Según Sinchigalo (2017), de acuerdo al Índice de Desarrollo Humano (IDH) del Ecuador para el año 2015 es de 0.798, este valor es la que ubica al país en el IDH alto (Sinchigalo, 2017).

En cuanto a la cultura Ecuador con trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas los cuales están ubicadas en la sierra ecuatoriana. El pueblo Kichwa los que constituyen la mayor población indígena además tiene su propia lengua el Kichwa, que es reconocido en la constitución como el segundo idioma oficial después del castellano. Entre los pueblos que constituye el Kichwa son: Karanki, Natabuela, Otavalo, Kayambi, Kitu-Kara, Panzaleo, Waranka, Chibuelo, Salasaka, Puruhá, Kacha, Cañari y Saraguro (Medina, 2015, pág. 55).

3.1.1.4 Entorno Tecnológico.

Con respecto a la tecnología para la elaboración de vestimenta existen nuevas versiones de maquinarias para confeccionar tales como máquina de pespunte, recta u overlock y la máquina de bordar que se puede trabajar automáticamente bordados, diseños mediante un programa de picage (Concustell, 2016, pág. 1).

El avance de la tecnología ha debilitado el mercado laboral, porque ofrece un nuevo modelo de intercambio que elimina el esfuerzo físico del trabajador sustituyendo por el aumento de la productividad y la eficiencia en tiempo que se reduce el coste de los productos, es más eficiente por ejemplo realizar bordados a máquinas que a mano, lo que provocaría la crisis ocupacional. Sin embargo, la elaboración de bordados a mano tiene mayor impacto y relevancia porque es más original y auténtico.

3.1.1.5 Entorno Ambiental.

El crecimiento de las ciudades, el desarrollo de la industrialización, y sobre todo la civilización actual ha provocado una serie de procesos negativos en contra del medio ambiente. Es un problema social, pero la mayor responsabilidad derriba sobre las empresas grandes, ya que desde sus inicios no tuvieron una visión ecológica o simplemente no lo importo la naturaleza. Mientras que en las pequeñas empresas es factible adaptar a las políticas ambientales.

Las normas ambientales establecida en la constitución del 2008, en donde reza "Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional" (Costitucion del Ecuador , 2008).

Con respecto a las empresas ellos deben cumplir con los requisitos establecidos por parte del Ministerio del Medio Ambiente entre ellas; identificar la gestión de riesgos ambientales, la ética Ambiental entre ella el cumplimiento de ordenanzas y la legislación ambiental, prevenir riesgos ambientales y tener planes de contingencia en caso de existir peligros de contaminación.

La artesanía es una herencia de los Hispanos, es así donde con el pasar del tiempo la cultura del bordado el en centro del país principalmente en la sierra se ha convertido como una fuente de trabajo y sobre todo por medio ello rescatan la etnia a través de los trabajos minuciosos que hacen con cada puntada y hoy en día es reconocido a nivel nacional e internacional, por sus excelentes trabajos de manufactura realizados por los bordadores de la zona, ya que ellas son maestras del hilo y la aguja. Al realizar bordados a mano afectan menos la contaminación del medio ambiente, ya que para la cultura es sagrada y por ende guardan respeto hacia ello.

3.1.1.6 Entorno legal.

En cuanto al rescate de la cultura y la identidad se creó una nueva ley del patrimonio publicado en el 29 de diciembre de 2016, en la cual manifiesta:

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

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

3.1.2. Tendencias de consumo.

El incremento de la producción y venta de las prendas de vestir, según los resultados de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR) la prenda de vestir representa 7.9% del gasto de los hogares (INEC, 2017).

Con el porcentaje indicada el consumo de este sector especialmente en las mujeres de 25-35 años de la ciudad de Ambato, aquellas consumidoras son relativamente variantes; es decir, que en los años anteriores las prendas de vestir más consumidas fueron las de origen americano pantalones apretados, blusas o sacos al estilo clásico, pero en estos dos últimos años han cambiado, la tendencia de consumo por la vestimenta tradicional ecuatoriana e incluso los vestuarios que tenga origen de alguna cultura. (INEC, 2017)

De ahí que surge la americanización en donde la población trata de asimilar a la cultura de los Estados Unidos de América por la influencia que ejerce en otras culturas del mundo, lo que da

como resultado un proceso de sustitución de la cultura nativa por la de este país norteamericano. La misma tendencia pasa con la europeización. Estos fenómenos hacen que la cultura propia se vulnerado por aspectos sociológicos de la población, además el ingreso ropa importando, tiene efectos negativos para los artesanos locales. (Rivas & Grande, 2004).

3.1.3 Segmentación del mercado potencial.

La segmentación de mercado potencial de este trabajo integrador en la ciudad de Ambato para mujeres de clase media y alta, en donde se conocerá las percepciones de los futuros clientes, por ejemplo, acerca de los tipos de vestimenta que prefieren usarlo. Además, enfocarse en el nivel socioeconómico a las que pertenecen esos consumidores.

Segmentación demográfica.

Dentro de la segmentación demográfica se considera las variables como la clasificación de escala social, género, estado civil, nivel de educación e ingresos, en esta segmentación se planea: Segmentación demográfica

- **Sexo:** Femenino
- **Edad:** 25-35 años
- **Nivel de educación:** profesionales, superior, primaria secundaria
- **Ingresos económicos:** media; sueldo de 360-700.

Segmentación Geográfica.

Se considera variables como la región zona, clima

- **Región:** Sierra Ciudad de Ambato).
- **Zona**: Urbana

- **Clima:** Templado (debido a que se ubica en un estrecho valle andino con temperaturas desde los 12 a los 27 °C.)

Variables Psicográfica.

En esta segmentación se permite dividir a los clientes en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidades, porque varias personas que pertenecen al mismo grupo demográfico.

- **Personalidad:** innovadoras, aventureras, creativas, dinámicas
- **Estilo de vida**: Moderno, contemporáneo, respeto así mismo, seguridad, multicultural, versátil y actual.
- **Intereses**: ser mejores, superarse día a día
- **Gustos**: estar al día con la moda.

Variable conductual.

Dentro de esta segmentación se enfoca en las variables actitud y preferencias.

- ✓ **Actitud hacia el producto**.

  Lealtad a la marca.
- ✓ **Preferencias.**

  Los consumidores actuales consideran a las prendas buenas, también rescatan cultural y a la moda.
- ✓ **Tipo de usuario**.

  Contemporáneo.
- ✓ **Beneficios buscados.**

  Calidad, confort y exclusividad.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.

De acuerdo al INEC (2017) en la base a la Canasta Familiar Básica (CFB) medio, está compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, que ganan la remuneración básica unificada. A nivel nacional las mujeres destinan a la compra de ropa en el mes de mayo fue de 14.16 dólares, mientras que los hombres destinan 24.26 dólares lo que significa que el costo de elaborar la ropa resulto más costoso para los hombres, en cuanto telas, hechuras y accesorios el costo actual es de 5.42 dólar. En la siguiente tabla se puede observar la relación inflación - remuneración con respecto al CFB.

Tabla 8
Canasta Básica unificada (Indumentaria) la relación inflación – remuneración.

Indumentaria	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual**	Restricción en el consumo	
				En dólares	% en el costo
Telas, hechuras y accesorios	-0,15	5,42	4,95	0,47	0,07
Ropas confeccionadas de hombre	0,10	24,26	22,64	1,62	0,23
Ropas confeccionadas de mujer	0,64	17,32	14,16	3,17	0,45
Servicio de limpieza	0,00	2,81	2,42	0,39	0,05
Indumentaria	**0,26**	**49,81**	**44,17**	**5,64**	**0,80**

Fuente: INEC (2017)

De acuerdo a estos datos la ropa para confeccionar de mujeres tiene una redistribución de consumo en 5.64 dólares, lo que representa el 0.80% de la canasta familiar unificado. Por lo que el mercado de referencia de acuerdo a la distribución de ingreso se destina la indumentaria en 44.17 dólares.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

El mercado global se considera la población de mujeres en el Ecuador que representa el 50.02% de población total como el mercado potencial es decir el 100%, de esta población el 38.9% de población se encuentra entre los 25- 35 años de edad, este es el grupo a la que está enfocado el vestuario para mujeres. En el siguiente cálculo se conocerá el mercado potencial.

Con el cálculo de la regla de tres el índice de saturación de mercado representa el 19.46%, lo que significa que existe un amplio mercado para poder aplicar la elaboración de este producto para el mercado Nacional.

Con respecto a la ciudad de Ambato la población de mujeres representa el 51.54% (100 de mercado potencial) este número es el mercado potencial; la población objetiva representa el 40.45%, es decir la población de mujeres entre 25-35 años de edad. Con estos indicadores en el siguiente cálculo se conocer el índice de saturación de mercado de la ciudad de Ambato.

Entonces el índice de saturación de mercado potencial de la ciudad de Ambato es de 20.85% lo que indica que es factible la aplicación de este proyecto integrador

Por otro lado, se produce saturación del mercado cuando el número de puntos de venta es suficiente para atender las demandas de los consumidores y con ello se alcanza la máxima eficiencia productiva, imposibilitando el mantenimiento de la rentabilidad con la creación de nuevos comercios.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Tabla 9

Empresas de confección de indumentarias con bordados en el país.

	EMPRESAS	MARCA	DISEÑADOR	TIPO DE VESTUARIO	MAYORISTA	MINORISTA	PRECIO	PROYECTO
1	**LUNA FLOK**		Dinnes Muñoz	Blusas, vestidos Abrigos		x	$ 35,00	
2		Catelina	Teresa Casa Ponce	Tradicional Artesanal		x	$ 8,00- 400,00	Familiar
3	**IMPORTEXA MODA CORPORATIVA**		SimpleSite	Uniformes	x		$ 90,00	Empresarial
4	**MODAS ICAB**		Isabel Andrade Barberán	Bordado de ropa y uniformes.		x	$20- 120	Familiar
5	**SERVIPROF**	Indumentaria profesional		Ropa de trabajo	x			Proveedor
6	**CHURANDY MODA ANDINA**	Churandy Moda Andina	Lucía Guillín	Prendas con bordados de cultura indígena		x	$200-1000	
7	**LOS BORDADOS DE ZULETA**	Los bordados de Zuleta	Ivonne Jaramillo	Sombreros, camisas, blusas, carteras, billeteras, bufandas		x	$20-200	
8	**FUCSIA – VIRMANIA ROJAS.**	Rosas Rosas Rojas, María Grandes	Virmania Rojas	Blusas, formales, ejecutivos, y blusas con bordados.		x	$ 50-400	Familiar

Fuente: Sitios de las empresas, 2017

La confecciones de vestuario y elaboración de los bordados y prendas artesanales como las blusas bordadas y las camisas con diferentes diseños, en estos dos últimos años han ingresado de manera agresiva dentro mercado local especialmente en la región sierra, este tipo de elaboración de prendas se encuentra dentro de la industria manufacturera, de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), para la economía ecuatoriana representa 4,91% con relación al Producto Interno Bruto (PIB).

A nivel nacional hay muchos diseñadores que optan por crear prendas innovadoras con bordados étnicos entre ellas tenemos a la diseñadora Dennis Muñoz quien crea diseños exclusivos en ropas casuales con bordados étnicos de la cultura Zuleta, su inspiración es de la iconografía andina, su fuerte es realizar prendas como blusas, vestidos y abrigos. Ella vende los diseños mediante el sitio web y atención personalizado, cada vez los diseños de Muñoz son reconocidos a nivel nacional e internacional. (Rosale, 2015, p. 2)

Cateline también es una marca nacional que innova en el bordado, Teresa Casa y su hija Laura Sánchez trabajan juntas con un solo objetivo de hacer crecer el negocio, donde confecciona blusas casuales con detalles de bordados andinas, también tiene una línea de calzado con figuras florales, su estrategia es vender por medio de los sitios web ya que por medio de ello las personas pueden adquirir más rápido el producto a nivel nacional e internacional, ya que ofrece diseños únicos, exclusivos e innovadores con bordados étnicos. A inicio el nombre de la marca se llamaba **COSAS LINDAS,** pero ahora se llama Cateline donde invirtieron 8000 dólares para la creación de esta marca (Ramirez, 2016, pág. 4).

Cada una de las empresas y marcas ecuatorianas mencionadas anteriormente están posesionadas en el mercado nacional, cuenta con sus estrategias para vender y ser reconocidos no solo a nivel nacional incluso a nivel internacional, muchas marcas venden por medio de sitios web, ofrecen productos de primera calidad, la gran mayoría hacen bordados a máquina y muy pocos a mano, principalmente en prendas casuales, ya que muchos optan por hacer bordados étnicos pero en alta costura y blusas ancestrales, esto quiere decir hay muy poca demanda en cuanto a ropas casuales con bordados étnicos principalmente hechos a mano; el valor agregado y la diferencia a las demás marcas en este proyecto será, los acabados en los bordados hechos a mano, con diseños exclusivos e innovadores.

3.2 Análisis Interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

El capital económico con el que contará el taller de confección de ropa con bordados será financiado tanto de capital propio y será financiado por parte de entidades financieras; con el objetivo de optimizar recursos financieros al no pagar cuantiosas cantidades de dinero por concepto de interés.

Por otro lado, para poder realizar el proyecto se cuenta con maquinarias como: overlock, recta, recubridora, mismas que servirán para la elaboración de las prendas, además se cuenta con hilos para la confección, como tijeras, pulidoras y cinta métrica, y otros materiales adicionales para la correcta elaboración de indumentaria casual femenino con bordados étnicos. Además, existe una disponibilidad de liquidez.

Tabla 10

Recursos propios.

Activo		
Activo no corriente		**3768,5**
Maquinarias	3620	
Materiales	148,5	
Activo corriente		**2500**
Existencia	2500	
Pasivo		
Pasivo no corriente		**5.00**
Deuda a la entidad Financiera.	5.000	
Recursos Humanos	2.000	
Total, Recursos propios		**13.268.5**

La elaboración de prendas de vestir para mujeres con bordados se comenzará con un presupuesto aproximado de $11.268.5 dólares. Se hará un préstamo de 5.000,00 dólares para 3 años con un interés de 15%, a la cooperativa de ahorro y crédito "Oscus", donde facilita financiamiento para emprender pequeña y mediana empresas, y proyectos de negocios.

El taller de manufactura se localizará sus instalaciones en una vivienda ubicada en la parte sur este de la ciudad de Ambato barrio Huachi la Dolorosa.

3.2.2. Análisis cadena de valor

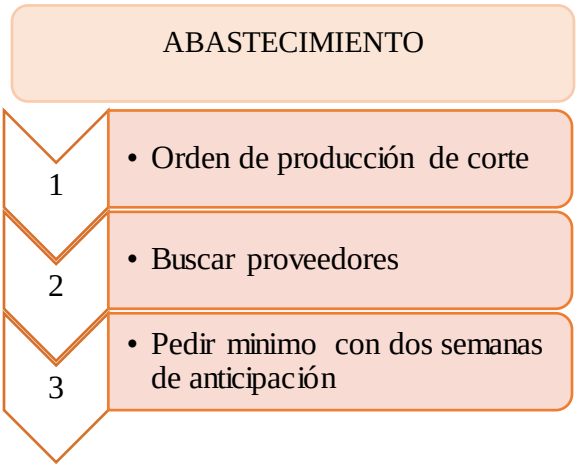
3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo



3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima.

Para poder realizar el proyecto de diseño de indumentaria casual femenina con bordados étnicos se contará con diversos proveedores bajo pedidos con dos semanas de anticipación, dependiendo de la cantidad de materia prima; los insumos más utilizados serian; botones, cierres, apliques, hilos para bordar entre otros, además de telas que serán adquiridos de igual manera con días de anticipación, pero para ello se debe tener toda la información necesaria de todos los proveedores

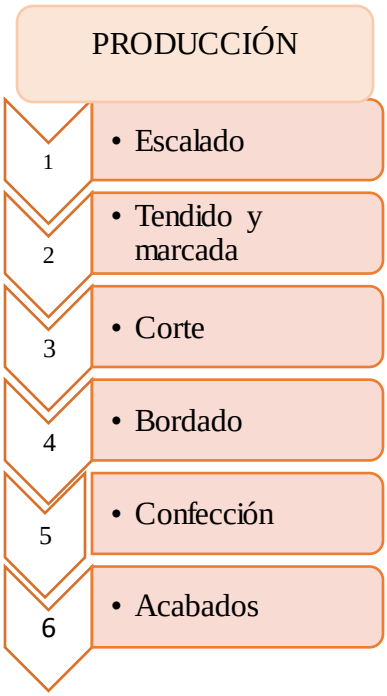
ya que es muy importante tener referencias de los fabricantes que se puedan suministrar los tejidos, cartas de colores, para que de esta manera la producción salga de la mejor calidad.



3.2.2.2 Eslabón de producción.

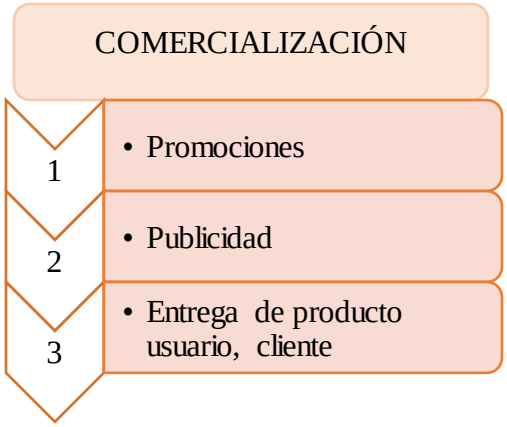
En esta etapa se transforma el material textil e insumos en productos. En este caso se describe el proceso de chaqueta casual con bordad étnico. Después del corte de piezas se elabora el bordado con diferentes colores de la cultura, tanto en la delantera, posterior y cuello. Luego se procede a realizar la unión de cada pieza como; unión de hombros, pegado de mangas, cerrar costado, pegar cuello y por último colocar broches.

Además, para la elaboración del proyecto, se contará con tres personas, mismas que ayudarán hacer bordados a mano, por lo tanto, se demorará en confeccionar aproximadamente un 15 día, es decir, 2 indumentarias por semana.



3.2.2.4 Eslabón de comercialización

Este proyecto se destacará por tener ropas exclusivas, para mujeres de 25 a 35 años, mismas que brindará vestimentas de calidad, diseños modernos y creativos, con garantía en los productos, por lo tanto, los productos se venderán por sitios web como: Facebook, Instagram, blog, para lo cual contará con una publicidad creativa, donde las personas que quieran adquirir el producto se sientan, seguras a la hora de comprar, también que tenga confianza y sobre todo el objetivo será de satisfacer las necesidades del cliente.



CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio del público objetivo

Segmentación del mercado

Variables psicográficas

Consumidor contemporáneo

- **Estilo de vida**: El público objetivo a la cual está dirigida este proyecto es, mujeres de 25-35 años, son consumidores contemporáneos porque les gusta lo cultural así también, lo versátil y lo actual, además tiene su propio estilo de vida, es dinámica en cada una de sus actividades que realiza profesionalmente, es decir en sus labores cotidianas ya sean trabajadoras ejecutivas o trabajadoras del gobierno, también es sensible al cambio, ya sea en el ámbito del trabajo o en la vida diaria ya que adopta fácilmente a la evolución, creando su propio estilo (Jaramillo, 2010).
- **Percepción de valor:** El público objetivo al cual está dirigido este proyecto, vive atenta y se interesa en las propuestas de la moda, es decir está al día con lo que pasa en las grandes capitales de la moda, además mantiene un equilibrio entre lo clásico renovado y lo actual, el vestuario que ellas utilizan son versátiles, lo que ellas más resaltan son indumentarias de moda donde no incluyen joyas grandes muy llamativas y ostentosas como son; aretes y pulseras como también bolsos grandes, lo que más ellas exhiben son las prendas, ya que los accesorios que ocupan son pequeños, es decir que no llame mucho la atención. Su vida viaja a la velocidad de la luz e internet, además no se acoge a ninguna silueta porque les

gusta sentirse bien y siempre verse diferente, con texturas, colores, expresiones artísticas y étnicas son sus preferidas, las llevan como sello de moda. (Perfiles de consumidor).

- **Motivos y comportamientos de compra:** Su vida es activa e independiente, al momento de adquirir ropas o artículos para el hogar, las mujeres de 25-35 años tiene el poder de decisión, no le importa lo que le digan los demás.
- **Intereses y aficiones:** Los hobbies y actividades que practican el grupo objetivo es enfocado a su salud es decir, da mucha importancia, la figura de su cuerpo es parte integral de su vida, por lo tanto cuida con una dieta balanceada, además complementa con los ejercicios que realiza todo los días, complementado con un alimento sano y nutritivo, todos ricos en vitaminas, nutrientes , alimenticios, energéticos, sanos y livianos, además usa productos en el cuidado de la piel, y no en el maquillaje. (Jaramillo).

Variables de uso y beneficio

- **Búsqueda de beneficios en los productos**: Busca primero la comodidad y la calidad en las prendas.
- **Frecuencia del uso**: Este tipo de consumidor está al día con la moda no le importa gastar el dinero con tal de sentirse bien, vive pendiente de lo último en las grandes capitales del mundo, siempre mescla un poco de hoy y un poco de mañana.
- **Volumen de compra**: Es un público que compra al día.
- **Sensibilidad al precio**: No le importa gasta el dinero, con tal de estar al día con la moda y sentirse bien.

Marketing mix

Producto

El producto que presenta el proyecto están dentro de las categorías blusa, vestido, chaqueta y falda casual con bordados étnicos mediante la cual resalte la belleza de una mujer, mediante estos diseños casuales se influye la riqueza cultural que tiene Cacha, ya que uno de los objetivos es revitalizar el arte con la moda actual. En cada una de la vestimenta se puede decorar con una aguja e hilo, donde puntada tras puntada se da forma ya sea en una flor, figuras y símbolos, cubriendo con cada uno de las tonalidades verde, amarillo, azul, rojo, morado entre otras

Precio

A nivel nacional hay pocos diseñadores que hacen bordados a mano, donde aplican en diferentes accesorios, artículos del hogar, y vestimentas el valor de cada uno de ellos sobre pasa los 80 $ según el diseño y la aplicación del bordado.

En este caso el precio de las indumentarias será de acuerdo al trabajo que tiene el producto, también se tomará en cuenta la labor que viene detrás de realizar un diseño con aplicación de bordados étnico manual de la cultura Cacha, para lo cual se tomara en cuenta los siguientes aspectos:

- Costos directos: Telas, insumos, mano de obra en los bordados y maquinaria.
- Costos indirectos: gastos administrativos, servicios básicos, gastos generales.
- IVA 12%
- Ganancia por ser prenda exclusiva

- Nivel socio económico medio y medio alto del consumidor.

Promoción

Marketing digital

El marketing digital es muy importante para saber lo que realmente necesita el cliente, por medio ello cubrir todas sus necesidades, ya que se vive en una sociedad ansiosa por vivir cambios constantes principalmente en la moda.

Para poder vender el producto al mercado lo primero que se va a hacer es, planificar para difundir por medio del internet, donde las personas tienen más acceso a ello, por ejemplo: Facebook, Instagram, Twitter, blogs, entre otros. También se promocionará el producto a través de los medios de comunicación, donde hoy en día están dando oportunidad de promocionar los productos a gente que quieren emprender un negocio.

Plaza

El lugar de venta será desde el lugar donde se va a confeccionar, donde al cliente se brindará la mejor atención, además se dará a conocer los productos por medio de las páginas web como son: Instagram, Facebook, Twitter, blogs, entre otros, por medio de ellos el producto será reconocido no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, ya que muchas personas están al día con la tecnología.

El merchandising

Desde el punto de venta se ara diferentes técnicas o actividades con la finalidad de estimular la afluencia de público y aumentar las ventas, para lo cual se realizará una buena exhibición de las prendas con diseño, también una buena decoración del local, además obsequiar artículos

publicitarios tales como lapiceros, llaveros o cartucheras que lleven consigo el logo o la marca del producto.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Encuestas

I. **DIRIGIDO A:** las mujeres de 25-35 años de edad de nivel económico medio y alto.

II. **OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como propósito identificar los intereses del consumidor sobre indumentaria casual con bordado étnico, para mujeres de 25-35 años, datos que servirán para desarrollar el Proyecto Integrador de Graduación.

III. **INSTRUCCIONES:**

Marque con una X o un visto en cada una de las casillas solicitadas, solo deberá seleccionar una opción por pregunta.

IV. **INFORMACIÓN GENERAL:**

Edad ___

Estado Civil: Soltero ☐ Casado ☐ Divorciado ☐ Unión Libre ☐ Viudo ☐

Nivel de Educación: Ninguno ☐ Primario ☐ Secundario ☐ Tercer Nivel ☐ Cuarto Nivel ☐

V. **ASPECTOS ESPECÍFICOS:**

1. ¿Qué considera como bordados étnicos?

   Folclor ☐ Cultura ☐ Identidad ☐

2. ¿De acuerdo a su afinidad en comprar ropas de moda, que es lo primero que toma en cuenta?

   Marca ☐ Calidad de tela ☐ Diseño ☐ Acabados ☐ Precio ☐

3. ¿Al momento de adquirir prendas de moda que le llama más la atención?

Bolsillos ☐ Adornos☐ Sin bolsillos ☐ Cierres ☐ Botones ☐

Bordados ☐

4. ¿Dentro de que nivel económico se considera usted?

   Bajo ☐ Medio ☐ Medio alto ☐ Alto ☐

5. ¿Usted al momento de comprar indumentaria de moda, que lugares frecuenta para adquirirlo?

   Centros comerciales ☐ Internet ☐ Catalogos ☐

6. ¿La ropa casual de moda para que ocasiones utiliza?

   Trabajo ☐ Estudio ☐ Para ir de compras ☐ Fin de semana☐

7. ¿Cuánto paga usted al momento de comprar vestimentas casuales?

   Menos de 30$ ☐ Entre 30$ y 60$ ☐ Entre 60$ y 90$☐

   Entre 90$ y 120$ ☐ Más de 120$ ☐

8. ¿Con que frecuencia usted compra vestimentas casuales de moda?

   Frecuente ☐ Poco frecuente ☐ Rara vez ☐

9. ¿Al momento de aquirir ropas casuales de moda cuales son los colores que prefiere?

   Colores calidos ☐ Frios ☐ Neutros ☐ Una mezcla de todos☐ colores claros ☐

10. ¿Cree usted que al utilizar ropa con estilo etnico estaria valorizando?:

    Cultura ☐ Identidad ☐ Las dos anteriores ☐

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Entrevistas

VI. DIRIGIDO A: Expertos desde la experiencia en bordado étnicos

VII. OBJETIVO: La presente entrevista tiene como propósito identificar los intereses del consumidor sobre indumentaria casual con bordado étnico, para mujeres de 25-35 años, datos que servirán para el desarrollo del trabajo de titulación.

1. **¿Usted cuánto tiempo se demora para hacer bordados a mano en una prenda de moda?**

2. **¿Al momento de vender una prenda con bordados que es lo primero que toma en cuenta para fijar el precio?**
3. **¿Qué cantidad de ropas de moda con bordados étnicos producen a la semana y con cuantas personas?**
4. **¿Cree usted que una indumentaria casual femenina con aplicación de bordados Cacha tendría acogida en el público?**

4.2. Selección de la muestra

La muestra para esta investigación se lo considera de la población de mujeres, destinadas para la presente investigación. Esta muestra de la población es el cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua, comprendidos entre la edad de 25 a 35 años. De acuerdo al censo del año 2010 del Intitulo Nacional de Estadística y Censo (INEC) la población total de mujeres es 170.026; y de acuerdo a la pirámide poblacional de la ciudad de Ambato las poblaciones entre 25-64 años de edad representa el 40.45%; es decir, haciendo una regla de tres la población de mujeres entre 25-64 años es de 68.776.

Para conseguir la muestra en el presente proyecto integrador se ha aplicado un muestreo probabilístico. De ser el caso de que la población sea grande, se aplicará la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población; es decir consiste en dividir la población en varios grupos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio. Pero Para la selección de los elementos o unidades representantes, se utiliza el muestreo aleatorio (Hernández, 1979, pág. 56).

Tabla 11

Fórmula de la Muestra.

Población infinita	Población Finita
Cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población	Cuando se conoce cuantos elementos tiene la población.
Donde:	
Z= Nivel de confianza	N= Universo
P= probabilidad a favor	e = error de estimación.
q= probabilidad en contra	n = tamaño de la muestra

Fuente: Hernández L, 2017

Donde:

N= 68.776

e = 5% = 0.05

Z = 1.96 para el 95% de confiabilidad y 5% error.

p = 0.50

q = 0.5

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(1-0.50)(15.811)}{(68.776)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(1-0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)\ (0.50)(0.50)(68.776)}{(68.776)(0.0025) + (3.8416)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)\ (0.25)(68.776)}{(171.94) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(66052.4704)}{(171.94) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(66052.4704)}{(172.9004)}$$

$$n = 382$$

De acuerdo a la fórmula de muestreo anteriormente descrita, con el 5% de error y el 95% confiabilidad las encuetas se aplicará a 382 mujeres de clase media y alta.

4.3. Técnicas de estudio.

4.3.1. Cuantitativas.

La encuesta es una técnica cuantitativa porque permiten medir, o cuantificar el alcance de un determinado estudio, ya que ayuda a realizar una medición controlada de los resultados, lo que permite realizar un estudio de los requerimientos del consumidor que son mujeres de 25 a 35 años en cuanto a las características que debe tener el producto.

Para llevar a cabo este proyecto se aplicará la investigación de campo ya que se tendrá contacto directo con los ancestrales de la cultura Cacha, para así obtener la información necesaria mediante lo cual desarrollar un producto de calidad y que cumpla con los requerimientos del mercado objetivo.

4.3.2. Cualitativo

Es cualitativa ya que permite conocer con más claridad, las opiniones, actitudes y percepciones, del público objetivo, las mismas que ayudaran al proyecto para la confección de prendas de vestir con bordados étnicos.

4.4. Análisis e interpretación de datos

Objetivo: La presente encuesta tiene como propósito identificar los intereses del consumidor sobre indumentaria casual con bordado étnico

A continuación, se encuentra los resultados:

1. ¿Qué considera como bordados étnicos?

Tabla 12

pregunta 1

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Folclor	32	8,3%
Cultura	233	61,1%
Identidad	117	30,5%
Total	**382**	**100%**

¿Qué considera como bordados étnicos?

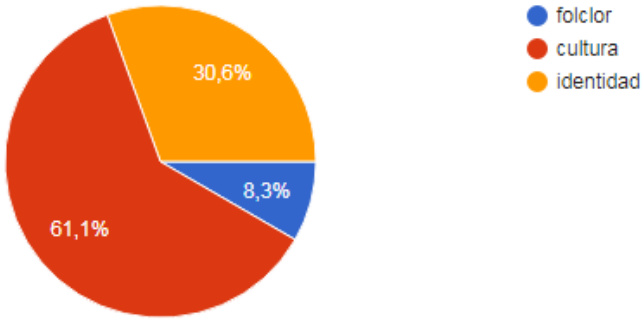


Grafico 25: pregunta 1

Análisis

El 61,1% de las mujeres encuestadas consideran al bordado como una cultura, mientras que el 30.5% dicen que es identidad, y un 8,3% piensan que es folclor.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres consideran al bordado como identidad, mediante la cual se puede determinar un conjunto de rasgos o características que la diferencian de otras.

1. ¿De acuerdo a su afinidad en comprar ropas de moda, que es lo primero que toma en cuenta**?**

Tabla 13

Pregunta 2

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Marca	32	8,3%
Calidad de tela	118	30,6%
Diseño	148	38,9%
Acabados	42	11,1%
Precio	42	11,1%
Total	**382**	**100%**

¿De acuerdo a su afinidad en comprar ropas de moda, que es lo primero que toma en cuenta**?**

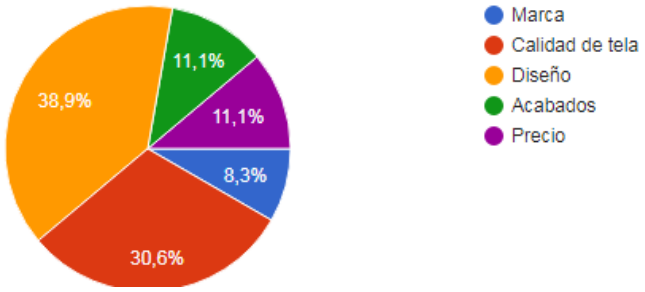


Grafico 26: Pregunta 2

Análisis

De las mujeres encuestadas el 38,9% consideran que al momento de comprar una vestimenta el diseño, mientras tanto que el 30.6% ven la calidad de la tela, además el 11,1% toman en cuenta el precio y los acabados y el 8,3% de las mujeres prefieren comprar ropa de marca.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de las mujeres compran vestimenta de moda tomando en cuenta el diseño, como también la calidad de tela que es muy importante para que una prenda tenga un mejor acabado y por ende la mujer de hoy sienta cómoda y satisfecha.

2. ¿Al momento de adquirir prendas de moda que le llama más la atención?

Tabla 14

Pregunta 3

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Bolsillos	21	5,6%
Adornos	297	77,8%
Sin bolsillos	32	8,3%
Cierres	32	8,3%
Botones	0	0%
Total	**382**	**100%**

¿Al momento de adquirir prendas de moda que le llama más la atención?

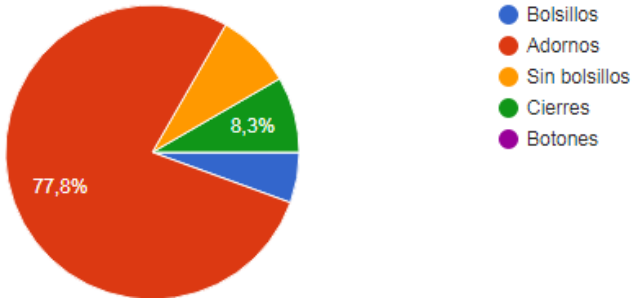


Grafico 27: Pregunta 3

Interpretación

El 77,8% de las mujeres al momento de comprar vestimentas les llama la atención los adornos, seguido por el 8,3% que les gusta sin bolsillos y sin cierres, y un 5.6% le atrae bolsillos.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de las mujeres al momento de comprar una vestimenta lo primero que toman en cuenta es los adornos en una prenda mediante la cual la mujer de hoy sienta cómoda y satisfecha con su producto.

3. **¿Dentro de que nivel económico se considera usted?**

Tabla 15

Pregunta 4

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Bajo	0	0%
Medio	223	58,3%
Medio alto	95	25%
Alto	64	16,7%
Total	**382**	**100%**

¿Dentro de que nivel económico se considera usted?

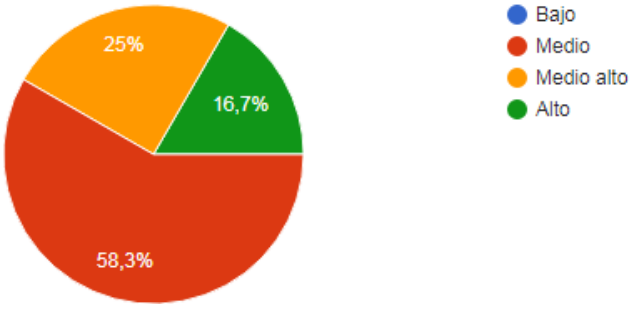


Grafico 28: Pregunta 4

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas el 58,3% de las mujeres que están entre 25-35 años de edad dicen que encuentran en un nivel económico medio, seguido por el 25% que son de nivel medio alto y el 16.7% de nivel económico alto.

Interpretación

Mediante estos resultados se pudo comprobar que la mayoría de las mujeres son de nivel socio económico medio, es decir mujeres que tienen ingresos por encima de dos salarios básicos unificados, seguido de nivel medio alto y posteriormente alto, esto quiere decir que la indumentaria de moda es muy accesible para el público objetivo, donde tienen la economía necesaria para adquirir prendas de moda.

4. **¿Usted al momento de comprar indumentaria de moda, que lugares frecuenta para adquirirlo?**

Tabla 16

Pregunta 5

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Centros comerciales	329	86,1%
Internet	11	2,8%
Catálogos	42	11,1%
Total	**382**	**100%**

¿Usted al momento de comprar indumentaria de moda, que lugares frecuenta para adquirirlo?

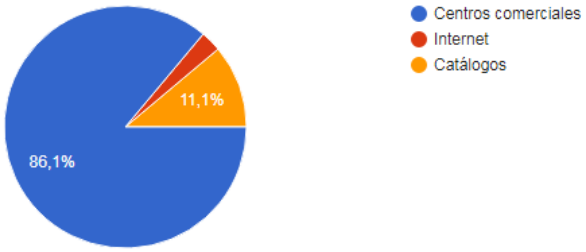


Grafico 29: Pregunta 5

Análisis

Se conoció que el 86,1% de las mujeres compran ropas de moda en centros comerciales, 11,1% adquieren por catálogos y 2,8% de las mujeres compran por internet.

Interpretación

De acuerdo a estos resultados la mayoría de las mujeres compran ropas de moda en centros comerciales, es decir adquieren viendo las prendas personalmente, y muy pocas mujeres compran por cátalos y casi nadie por internet. Por lo tanto, esto significa que las prendas de vestir con bordados deben estar dentro de los centros comerciales.

5. ¿La ropa casual de moda para que ocasiones utiliza?

Tabla 17

Pregunta 6

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	74	19,4%
Estudio	106	27,8%
Para ir de compras	53	13,9%
Fin de semana	149	38,9%
Total	**382**	**100%**

¿La ropa casual de moda para que ocasiones utiliza?

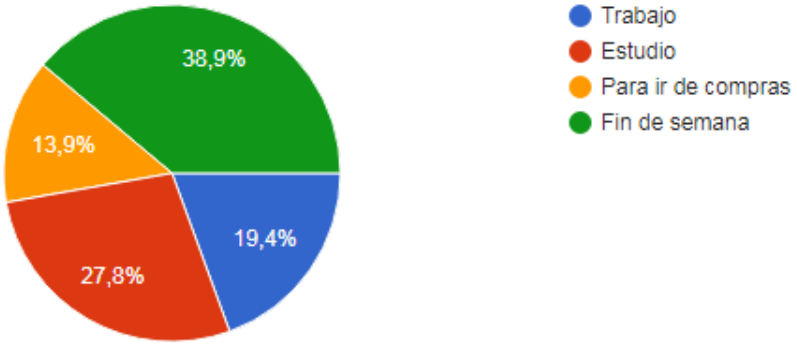


Grafico 30: Pregunta 6

Análisis

De acuerdo a las encuestas el 38,8% de las mujeres utilizan ropas casuales los fines de semana, seguida por el 27,8% para los estudios, el 19,4% , mientras tanto el 13,9% utilizan para trabajar.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos se pudo constatar que la mayoría de las personas utilizan ropas casuales para los fines de semana, ya que este tipo de indumentaria da más comodidad al usuario, como también para ir a estudiar porque se sienten placenteros y combinan fácilmente con cualquier tipo de calzado.

6. ¿Cuánta paga usted al momento de comprar vestimentas casuales?

Tabla 18

Pregunta 7

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Menos de 30$	41	11,1%
Entre 30$ y 60$	149	38,9%
Entre 60$ y 90$	96	25%
Entre 90$ y 120$	64	16,7%
Más de 120$	32	8,3%
Total	**382**	**100%**

¿Cuánta paga usted al momento de comprar vestimentas casuales?

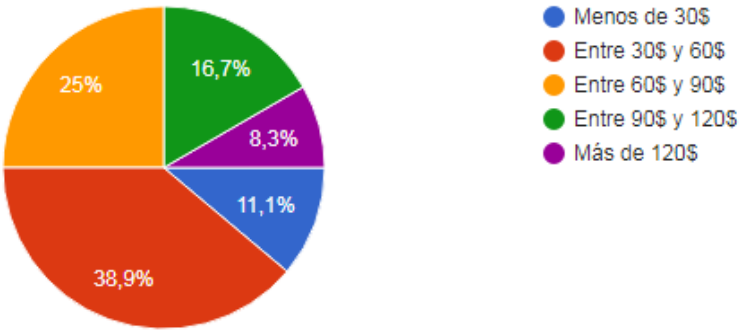


Grafico 31: Pregunta 7

Análisis

Se conoció que el 38,9% de las mujeres pagan a la hora de comprar ropas casuales desde 30$ y 60$, además el 25% compran vestimenta entre 60$ y 90$, mientras que el 16,7% pagan entre 90$ y 120$ y el 11,1% 30$ y por último 8,3% de las mujeres gastan más de 120$ por una prenda casual.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos se pudo constatar que la mayoría de las mujeres pagan al momento de adquirir las prendas casuales entre 30$ y 60$ seguidamente gastan 60$ y 90$, esto

quiere decir que el proyecto está dentro del rango, ya que una indumentaria bordada a mano está en las categorías de precios anteriores.

7. ¿Con que frecuencia usted compra vestimentas casuales de moda?

Tabla 19

Pregunta 8

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Frecuente	163	42,5%
Poco frecuente	143	37,5%
Rara vez	76	20%
Total	**382**	**100%**

¿Con que frecuencia usted compra vestimentas casuales de moda?

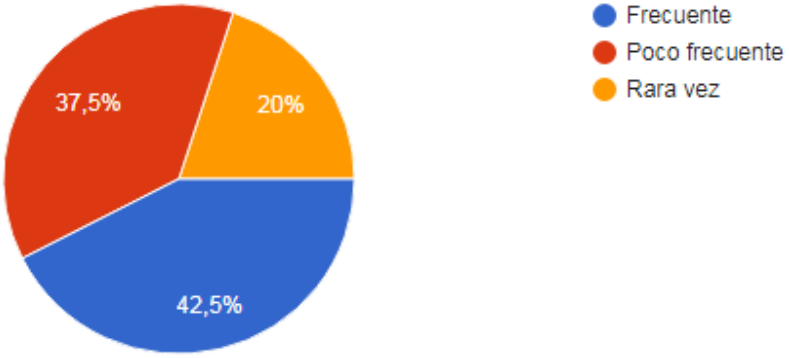


Grafico 32: Pregunta 8

Interpretación

Se conoce que el 42,5% de las mujeres compran ropas casuales frecuentemente, el 37,5% adquieren poco frecuente y el 20% de las mujeres compran vestimentas casuales rara vez.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos se pudo constatar que la mayoría de las personas compran ropas casuales frecuentemente, esto quiere decir, que les gusta estar más a la moda, y solo pocas mujeres que compran rara vez.

8. ¿Al momento de aquirir ropas casuales de moda cuales son los colores que prefiere?

Tabla 20

Pregunta 9

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Colores cálidos	137	35,9%
Fríos	29	7,7%
Neutros	59	15,4%
Una mescla de todos	98	25,6%
Colores claros	59	15,45%
Total	**382**	**100%**

¿Al momento de aquirir ropas casuales de moda cuales son los colores que prefiere?

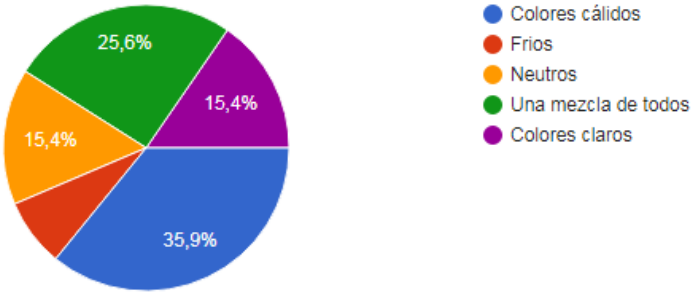


Grafico 33: Pregunta 9

Interpretación

El 35,9% de las mujeres al momento de adquirir ropas casuales de moda prefieren colores cálidos, mientas que el 25,6% les gustan una mescla de todos, además el 15,45% quieren colores neutros, y el 7,7% de mujeres prefieren pantones fríos.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos se pudo constatar que la mayoría de las mujeres prefieren utilizar ropas de colores cálidos, mediante la cual se puede ver reflejada en la personalidad de cada ser humano, mientras que otro grupo de personas les gustan una mezcla de todos los colores, y a un cierto porcentaje de mujeres prefieren colores claros y neutros.

9. ¿Cree usted que al utilizar ropa con estilo etnico estaria valorizando?

Tabla 21

Pregunta 10

Indicador	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Cultura	138	36,1%
Identidad	85	22,2%
Las dos anteriores	159	41,7%
Total	**382**	**100%**

¿Cree usted que al utilizar ropa con estilo etnico estaria valorizando?

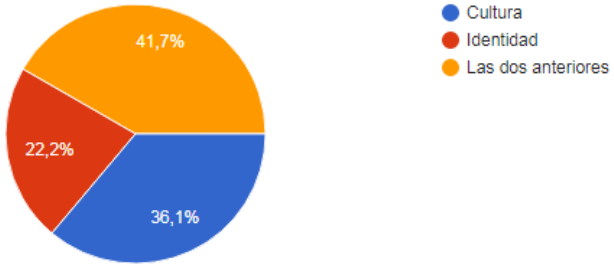


Grafico 34: Pregunta 10

Análisis

El 41,7% de las mujeres creen que se valorizando tanto a la cultura y la identidad, mientras que el 36,1% valorizan la cultura y el 22,2% la identidad.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos se pudo constatar que la mayoría de las personas al momento de utilizar ropa étnica piensan que están valorando tanto a la cultura como también a identidad, ya que muchas personas por medio de ello resaltan las raíces y se identifican con su cultura.

Conclusiones de encuestas

Las mujeres entre los entre 25-35 años de edad manifestaron que los bordados étnicos es un símbolo y sinónimo de la cultura, que la utilización de un vestido con bordados ayudaría a rescatar la cultura étnica Cacha.

La población encuestada a la hora de comprar ropa prefiere el diseño y la calidad de tela, esto lleva a concluir que es necesario elaborar indumentaria con bordados y adornos que tenga una diversidad de diseño que vaya de acuerdo la a su personalidad.

Además, las mujeres están dispuestos a pagar entre 30$ y 60$ dólares por una vestimenta con bordados, por lo que se concluye que se debe elaborar vestimentas que estén costeando alrededor

de este valor, ya que este grupo objetivo comprar frecuentemente y además prefieren ropa de colores cálidos.

De acuerdo a las encuestas realizadas a las mujeres entre 25-35 años de edad se llegó a conocer que los bordados en la ropa casual son para identificar la cultura, y valorizar las raíces étnicas, por lo que se concluye que la vestimenta que contengan bordados debe ser elaborados en telas de calidad, que tengan diseños y terminados a la moda, esto ayudara a rescatar la identidad cultural

Por otro lado, a las mujeres les llama la atención los adornos en las vestimentas casuales, que se encuentras dentro de los centros comerciales, por lo que se concluye que este tipo de ropa debe ser las más elaboradas e ingresas al mercado con mayor frecuencia, ya que las mujeres a este tipo de ropa lo utilizar para los fines de semana

4.4.1 Análisis de las entrevistas

Objetivo: entrevistar a expertos desde la experiencia en bordado étnicos, datos que servirán para desarrollar del Proyecto Integrador de Graduación.

1. **¿Usted cuánto tiempo se demora para hacer bordados a mano en una prenda de moda?**

   Según la entrevista realizada a los expertos en la materia coinciden la gran mayoría que un bordado en una prenda se demora hasta una semana, cabe mencionar que esto es depende de figuras y modelos que ellos colocan en una prenda, también mencionaron que depende de la tela que se está trabajando, ellos recomiendan utilizar telas planas para que él trabajo no sea muy dificultoso al momento de realizar el bordado.

2. **¿Al momento de vender una prenda con bordados que es lo primero que toma en cuenta para fijar el precio?**

Cuando se trata de trabajo arduo en este caso bordados a mano lo primero que toman en cuenta para vender el producto es, la mano de obra, calidad del trabajo como también el diseño y sobre todo la materia prima, ya que eso depende mucho para tener una buena clientela.

3. **¿Qué cantidad de ropa de moda con bordados étnicos producen a la semana y con cuantas personas?**

   Según las entrevistas realizadas durante la semana producen 50 prendas de domingo a domingo, con 5 personas que ayudan sobre todo en el bordado, la gran mayoría se dedican más al bordado y una persona en confeccionar las prendas.

4. **¿Cree usted que una indumentaria casual femenina con aplicación de bordados Cacha tendría acogida en el público?**

   Según los expertos de la materia ellos admiten que las prendas casuales tendrían mucha acogida con los bordados étnicos, ya que hoy en día hay algunas prendas con bordados, pero echas en máquina no a mano, y es muy favorable y beneficiosos para los pueblos indígenas para que sea más reconocido.

Conclusiones

Después de la entrevista realizada a los expertos se ha podido observar que detrás de un bordado colorido está un trabajo arduo que se necesita de mucha paciencia y amor hacia ello, es por todo ese esfuerzo que ellos fijan un precio justo, cabe recalcar un producto artesanal no se produce en cantidad sino en calidad, sin embargo, algunas personas no toman en cuenta al momento de pagar un producto nacional,

CAPÍTULO V

5. Tecnologías necesarias para la producción

5.1 Cronograma de producción

Para la elaboración del cronograma de producción se ha tomado en cuenta diferentes aspectos para la ejecución del proyecto, es decir el tiempo de investigación de tendencia hasta los terminados de prendas.

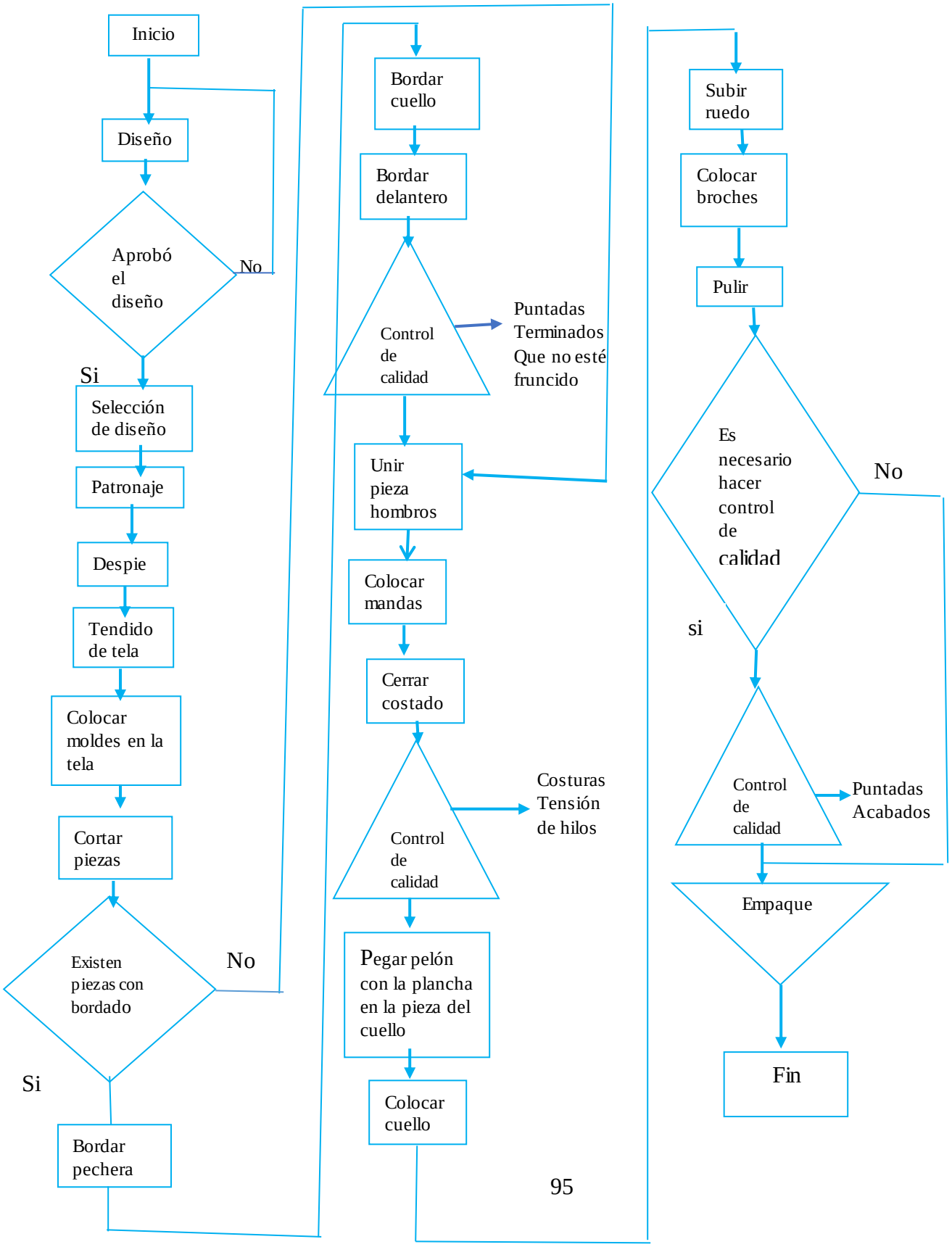
Tabla 22

Cronograma de producción

Cronograma de producción										
	Actividad	**Julio**				**Agosto**				**Encargados (as)**
Cronograma de preproducción	Investigación (tendencia e inspiración)									Mónica Guamán
	Diseño de bocetos (ropas casuales con bordados étnicos)									
	Materiales- Insumos y textiles									
	Fichas: Diseño plano, Bordado, Patronaje, Despiece, escalado, Costos, Producción, Insumos, Textiles									
	Patronaje. Colección de prendas de ropas casuales									
	Tendido de tela									
	Control de calidad (telas con fallas)									
	Corte (colección de prendas ropas casuales con bordados étnicos)									
Cronograma de producción	Bordado manualmente (indumentaria de ropa casual con bordado de Cacha)									Gladys Lema, Mónica Guamán
	Ensamble de prendas (unión de piezas, tanto de prendas superiores e inferiores)									Mónica Guamán, Dina Guamán, Gladys Lema, Gloria P
	Control de calidad (se realizará control de calidad en la unión de piezas)									Mónica Guamán, Dina Guamán
	Pegado de cierres, botones									Gladys Lema
Cronograma de post producción	Acabados (colección de prendas casuales con bordado étnico)									Gloria P
	Pulidos (colección de prendas)									Dina Guamán
	Control de calidad (Colección de prendas)									Mónica Guamán
	Etiquetado y empacado (colección de prendas)									Gladys Lema
	Venta (colección de prendas)									Dueños de la propiedad

5.2 Control de calidad

Flujo de procesos chaqueta



Puntos básicos de control de calidad en el área de confección.

Debe tener densidad de puntada, es decir se debe tomar en cuenta la longitud de la puntada, ya que para cada tela se debe regular correctamente las puntadas, según las normas ISO, además es importante que los hilos de confección tengan las mismas tonalidades de la tela para que tengan armonía, porque si ponen hilos de diferentes colores diferente a la tela aunque el diseño este bien el resultado será de mala calidad, por eso es muy importante tomar en cuenta cada uno de los detalles.

Agujas

Es importante tener el número de aguja adecuadas para cada tipo de textil, ya que este determina el grosor, así mismo la punta de la aguja debe escogerse de acuerdo al material a trabajar, existen dos clases básicas de puntas redondas y puntas cortantes.

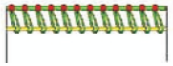
Tensión de hilos

La elasticidad de las costuras va a depender bastante de la graduación de los conjuntos tensores de la maquina a mayor presión mayor será la probabilidad de romper, se comprueba estirando la tela a lo largo de las costuras.

A continuación, se especifica cada una de las puntadas que se va a trabajar en el proyecto, ya que es muy importante saber con qué tipo de normas se trabaja dentro de la confección, por lo tanto, debe ir según las normas ISO 4915, ya que es muy importante tener la calidad del producto según las normas internacionales.

Tabla 23

Normas ISO 4915

Delineación de la puntada		ISO 4915 Numero	Aplicaciones comunes	Requerimientos	Descripción de la puntada	Ubicación en la vestimenta
Vista por el derecho	Vista por el revés					
Cadeneta de un solo hilo o Doble pespunte. Botonera, 	* 304 Doble pespunte, es preferida cuando la seguridad de la puntada es más importante.	301 o 304	Pegado de botones, Ojales, o Remates	1) Pegado de botones– especificar las puntadas por ciclo. (Ej. 8,16, 32) 2) Ojales – especificar largo y ancho (1/2", etc.)	Camisas de punto – El largor del ojal es generalmente de 1/2 pulgada, es hecho horizontal con aproximadamente 85-90 puntadas	Esta puntada 301 esta ubicada en el cuello de la blusa
Doble pespunte – la más común de todas las puntadas 	Hilo de la bobina en el revés 	301	Puntada más común, una sola aguja cosiendo, puntadas rectas.	Especificar las PPP.	La puntada se forma cuando la aguja traspasa el material y el hilo de ésta se entrelaza con el hilo de la	Los pespuntes están ubicados en la chaqueta, en unión de hombros, basta, cuello, como también en la blusa en la parte del escote y por último en la falda tanto en la pretina como en el ruedo
Ribeteado con 3 hilos 	Puntada de ribeteado más común 	504	Costura de la orilla con aguja sencilla.	Especificar 1) Ancho de la lengüeta (Ej. 1/8", 3/16", 1/4") 2) PPP.	La puntada es formada cuando el hilo de1 aguja y el de 2 corchetes se entrelazan en la orilla para el sobrehilado o ribeteado de la costura	El ribeteado esta ubicado en el ruedo del vestido
Puntada de cobertura con 2 agujas y 4 hilos 		602	Ribeteado de camisa o ropa	Especificar 1) Ancho de la lengüeta (Ej. 1/8", 3/16", 1/4") 2) PPP.	La puntada es formada con dos hilos, hilo de cobertura superior e hilo con el crochet en el revés.	Se utilizo en toda la chaqueta, vestido, falda y blusa en cada una de las uniones

Fuente: FADU UBA, 2017

5.3 Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto

Para la elaboración del proyecto es muy importante contar con los equipos necesarios para la ejecución de la misma, a continuación, se detalla cada uno de ellos en el siguiente layout.

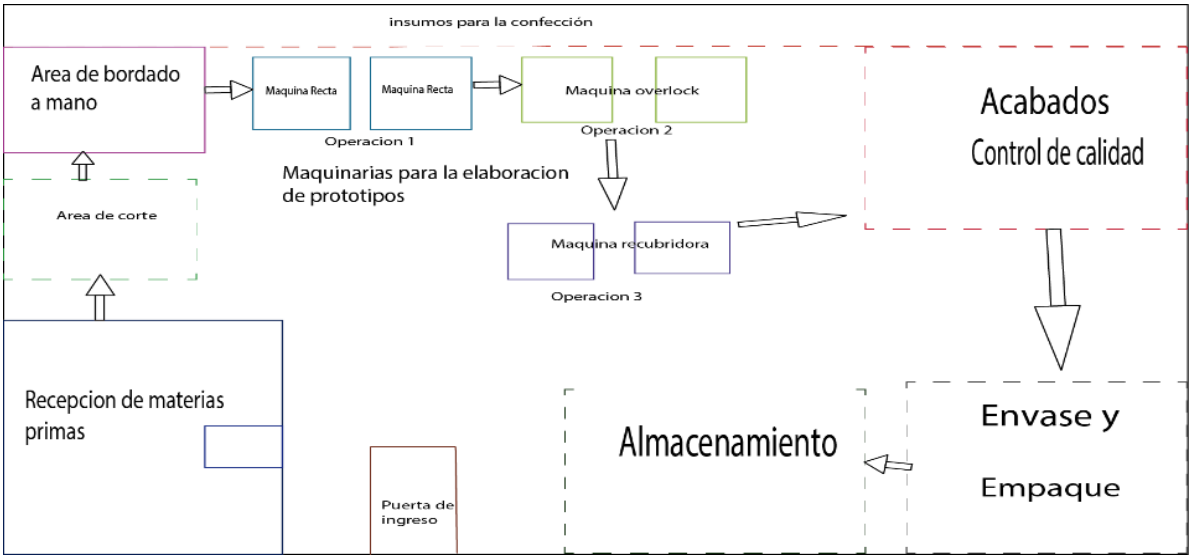


Gráfico 35: Distribución de la planta de producción, 2017

Tabla 24

Equipos necesarios para el proyecto

Infraestructura	Maquinarias	Unidades	Precio	Marca
9x9 metros cuadrados	Maquina recta	2	1,000	Juki
	Maquina overlock	2	2,200	Pegasus
	Recubridora	1	1,600	Pegasus
	Bordadora	1	16,000	
	Plancha	1	110	Oster
	Maquina ojaladora	1	1600	Juki

5.4 Requerimientos de mano de obra.

Para poner en marcha el proyecto se ha desarrollado un análisis de acuerdo a las necesidades que se requiere para la ejecución del proyecto, mismas que se ha hecho una proyección del

número del personal requerida, recalcando que dentro de este campo se necesita operarios capacitados y sobre todo con experiencia.

Tabla 25
Manos de obra

Descripción	Cantidad	Sueldo
Mano de obra directa		
Operarios	6	Avance
Diseñador	1	500
Mano de obra indirecta		
Técnico de maquinarias	1	Según el servicio
Personal administrativo		
Ing. Marketing	1	500$
Contadora	1	500$
Personal de ventas		
Vendedor/ Propietario	1	

5.5 Seguridad Industrial y medio ambiente

Es muy importante tener en cuenta los reglamentos que se aplica dentro de seguridad industrial. En el decreto 2393 establece que toda empresa debe garantizar a todos los trabajadores, un medio ambiente.

> Art. 1.- ÁMBITO DE APLICACIÓN. - Las disposiciones del presente Reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

Tabla 26

Medidas de seguridad industrial

Medidas de prevención dentro de una empresa		
Comprobar existencia y eficiencia de los dispositivos y medios de protección Utilizar la maquina o elemento auxiliar pertinente a cada operación realizada en el momento de confección prendas Mantener la distancia adecuada frente a las máquinas. Entrenamiento y capacitación de los trabajadores Establecer señales ópticas en el área de trabajo. Renovar periódicamente el aire en el ambiente del trabajo Mantener bajo control toda fuente de calor o combustible Siempre tener aseado y ordenado el área de trabajo La instalación eléctrica debe cumplir con la normativa vigente de servicios eléctricos en el diseño, instalación y usos. Asesoramiento técnico en control de incendios Buen uso de la maquinaria industrial (máquinas de coser, cortadoras eléctricas, planchas, entre otras)		
Tarea	**Factor de riesgo**	**Medidas de seguridad**
Factores de riesgo en el taller	**Factor de riesgo Mecánico:** Mal manejo de herramientas e instalaciones de las maquinarias	Correcta instalación de maquinarias
	Factor de Riesgo físico: Iluminaciones inadecuadas, malas conexiones en la interrupción causan cortocircuito y explosiones	Iluminación externa combinada en forma geométrica y colores
	Factor de Riesgo Ergonómico: Sillas inadecuadas **Factor de riesgo Químico:**	Utilizar sillas ergómicas para no causar lesiones al trabajador
	Exposiciones Químicos (pelusas de tela y retazos de hilos)	Utilizar mascarilla
Cortar piezas de indumentaria de moda	**Factor de riesgo Mecánico:** Manejo de herramientas corto pulsantes (Cortadora)	Utilizar correctamente la cortadora
	Factor de Riesgo físico: Ruido al momento de cortar	Utilizar tapones
	Factor de Riesgo Ergonómico: Posiciones Forzadas	Utilizar zapatos ergonómicos, estar en posición correcto no forzada y una mesa adecuada.

	Factor de riesgo Químico: Exposiciones Químicos (pelusas de tela)	Utilizar mascarilla
Confección de indumentaria	**Factor de riesgo Mecánico:** Mal manejo de herramientas corto pulsantes (máquinas de coser)	Utilizar correctamente las máquinas de coser
	Factor de Riesgo físico: Ruido de maquinarias al momento de coser	Utilizar tapones en los oídos
	Factor de Riesgo Ergonómico: Posiciones Forzadas	Sentarse correctamente en la silla
	Factor de riesgo Químico: Exposiciones Químicos (pelusas de tela)	Utilizar mascarilla
Sistema de prevención y protección del medio ambiente en la industria textil		
Factores en el entorno de trabajo **Factores físicos**: ruidos, luz, vibraciones, temperatura. **Químicos**: vapores, humos, partículas en suspensión, productos químicos. **Biológicos**: fibras y microbiológicos **Factores sobre el medio ambiente** Aguas residuales industriales Vertidos: residuos sólidos y líquidos		

Fuente: Industria textil, 2014

CAPITULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

6.1.1 Brains torning

Este proyecto se basa en la evolución surgida de mantener la identidad cultural y por la búsqueda de rescatar los, valores, costumbres con versiones a una nueva adaptación más enfocada a la personalidad de la mujer moderna.

Mediante la elaboración de los prototipos, se aportará al rescate de la identidad cultural, dándole un nuevo diseño en la confección de indumentaria casual, por su calidad, costura, terminados y de acuerdo a la personalidad de la mujer de ahora. El producto conservará símbolos, de la cultura Cacha y sus respectivos significados que hacen únicas, auténticas prendas de vestir con un valor cultural indescriptible. El arte antes mencionado tiene una caracteriza ética que son elaborados con hilos finos de orlón y terminados originales que hacen al producto de buena calidad.

Al mencionar de identidad no solo se refiere a la elaboración de bordados de la etnia Cacha sino hacer una réplica de sus formas, símbolos y características, para rescatar la identidad cultural y buscar en ellos fuentes de inspiración. Mencionaba (Gaudí, 2002), que "ser original es volver al origen". Regresar a los orígenes y rescatar la identidad cultural, valores, costumbres, lleva a la esencia y la raíz de los antepasados, y fusionarlos con las tendencias actuales, sin olvidar la aplicación de las reglas y teorías que rigen el diseño y calidad del producto.

Una de las ventajas que presenta en referencia a los demás productos que existe actualmente en el mercado, es que se lo ha desarrollado el bordado manualmente, ya que muchas empresas se

dedican más a lo tecnológico y por ende desvalorizan lo artesanal. Es por tal motivo que este proyecto tiene la idea de generar un comercio justo valorando el trabajo.

6.2. Perfil del cliente.

Según los resultados obtenidos de las encuestas este perfil se caracteriza por comprar prendas con diseños exclusivos con adornos llamativos mediante la cual satisfacen sus necesidades, es decir se sienten bien con ellas mismas con un sentimiento de confianza, seguridad y tranquilidad interior ya que adquirieron al gusto personal. También están considerados en un nivel económico medio y por ende no les importa gastar dinero con tal de sentirse bien consigo misma. Sus valores y actividades están bien enmarcada ya que es muy dinámica en cada una de sus actividades, versátil, actual. Adopta fácilmente nuevas opciones manteniendo así un equilibrio entre lo clásico y las nuevas propuestas, pero siempre conservando su propio estilo. Además, es independiente ya que tiene su propio ingreso económico, no le importa lo que digan las demás personas lo más significativo busca confort, comodidad, armonía que lo acompañan su día a día, es receptivo a la evolución multicultural.

Cabe recalcar que a este consumidor también le gusta cuidar su aspecto tanto en la belleza como también su cuerpo, ya que sale día a día hacer ejercicios mediante la cual mantiene su cuerpo sano complementando con las comida sana y nutritiva.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Grafico 36: Perfil contemporáneo, 2017

6.3. Identidad de marca.



DESCRIPCIÓN

Mg (moda a tu estilo), marca dirigida al mercado femenino contemporáneo con diseños originales e innovadores en una línea completa de indumentarias de moda hechas con materiales e insumos de calidad, manteniendo así el objetivo el cual es satisfacer las necesidades del cliente, sobre todo teniendo en claro que el diseñar es pensar en quien va a llevar las prendas de vestir con diseños exclusivos e innovadores.

FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

Misión

Satisfacer las necesidades del cliente, con diseños únicos e innovadores, los cuales expresen a través de la vestimenta un estilo y personalidad diferente, con excelencia en precio y servicio en sus puntos de venta.

Visión

Para 2020 ser una empresa reconocida a nivel nacional, con diseños únicos, exclusivos y de calidad que permitan abrir el camino hacia el éxito, con nuevos puntos de venta, manteniendo un estilo según las nuevas tendencias del mercado y las exigencias de los clientes.

VALORES CORPORATIVOS

Los valores que representan a la empresa son:

Compromiso: Responsabilidad con cada diseño y entrega puntual a nuestros clientes.

Comunicación: Mantener una comunicación abierta y fluida con colaboradores, clientes, proveedores entre otros, dentro y fuera de la empresa, para así cumplir con los objetivos establecidos creando un ambiente laboral interno externo excelente.

Confianza: Brindar un producto de calidad, además de ofrecer seguridad y comodidad a nuestros público interno y externo.

Puntualidad: Respetar los tiempos de la empresa como el del cliente, manteniendo una responsabilidad en cada uno de nuestros compromisos, en cuanto a entrega de producto y servicio se refiere.

Respeto: Respeto por la institución, su ética y moral, además con el público interno y externo.

Honestidad: Con el cumplimiento de todos los compromisos que genere la empresa actuando con transparencia y claridad que eviten problemas futuros.

Responsabilidad: ser responsable y comprometidos en cada uno de los diseños y entregas de cada trabajo que la empresa genere.

CONCEPTO

Para el desarrollo del nombre de la marca se ha tomado en cuenta las iniciales del nombre de la propietaria **Mónica Guamán**, es decir **"Mg"**, además como complemento se usará el slogan **"moda a tu estilo"**, siendo este el punto de inicio para su construcción.

El concepto bajo el cual está estructurada la marca de la empresa **"Mg"**, es la innovación y la originalidad que refleja la empresa en cuanto a diseño, la misma estará formada por un **"Isotipo"**, con tipografía curva la cual genera movimiento y crecimiento en un futuro, por otro lado usa un tipografía palo seco con terminación curva, esta como complementaria expresa la formalidad y seriedad para con su público objetivo, además consta de un **"Logotipo"**, representado por la silueta de una modelo la cual refleja la elegancia y finalmente la síntesis de círculo aplicado con ley del cierre, la misma hace que se tienda a **"cerrar"** y a completar con la imaginación la forma percibida, esta reflejará la unión y la confianza de la institución.

Para una mejor comprensión sobre el contenido del presente manual se expone a continuación definiciones sobre términos empleados en el mismo.

Identidad corporativa
Marion Voragen lo sintetiza como "la imagen depositada, deseada y difundida" por la organización.

Imagen corporativa
Joan Costa define como la expresión más concreta y visual de la identidad de una empresa, organismo o institución.

Marca
Iván Thompson, desde la perspectiva de las empresas u organizaciones, la marca es el elemento "clave" que les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales).

Valor de marca
Fischer y Espejo, sostienen que el valor de la marca es el valor que tiene el nombre de una compañía y sus productos. Es muy conocida por los clientes, posicionada de buena calidad y genera lealtad, por lo que es considerada de gran valor.

Branding
Costa define como el arte de la gestión integral de la marca. Es decir, que opera en paralelo por la vía de lo material, pues toda marca está anclada a la realidad más cotidiana (el producto/servicio, la función, el precio), y por la vía de los sueños: lo inmaterial, aspiracional y simbólico, e incluso en lo pasional.

Manual de identidad corporativa
Teresa Alba, un manual de identidad corporativa, es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales, como impresos).

PRODUCTO

Mg
(moda a tu estilo)

Ofrece una línea completa de indumentaria de moda, producto con diseños exclusivos e innovadores, con altos estándares de calidad, y comodidad para el cliente, realizados con diferentes materiales e insumos de acorde a las necesidades del consumidor, dirigida para hombres y mujeres de 15 a 35 años.

En cuanto a materiales se utilizará una gran variedad de textiles con diferentes características y cualidades que se ajusten a resolver las necesidades del cliente.

La empresa llevará al mercado líneas completas de indumentarias para el consumidor en las cuales se puede detallar las siguientes:

- Vestidos
- Faldas
- Camisetas
- Chaquetas
- Blusas
- Entre otros.



TIPO DE SIGNO MARCARIO

IMAGOTIPO

Es imagotipo cuando existen dos elementos, "Isotipo", "Logotipo", los mismos están separados, el icono se ubica en la parte superior y el texto en la parte inferior, de igual manera el icono se coloca al lado derecho o izquierdo del texto, se puede obtener más opciones variable según el caso, ya que al ser independientes tienen mucha más libertad para formar diferentes composiciones.

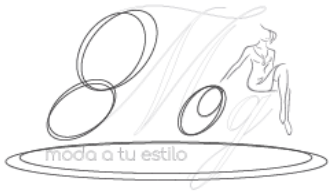




CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

GEOMETRIZACIÓN

Para el desarrollo y lograr un mejor acabado es necesario realizar la geometrización de la marca utilizando figuras geométricas u otras formas las mismas ayudarán a definir cada uno de los rasgos que la representa y la caracteriza.





MARCA FINAL

Imagotipo



VARIACIÓN DE MARCA



Esta variación se aplicara única y exclusivamente según los elementos o piezas gráficas que aplique la empresa, sin la autorización de la propietaria no será aplicada.

VERSIÓN MÍNIMA



OPACIDAD EN MARCA



Opacidad se aplicara en beneficio de la empresa, sin la autorización de la propietaria no será aplicada.

MARCA POSITIVO - NEGATIVO

Positivo



Negativo



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Para la creación de la marca se empleó dos tipografías estándar: La primera fuente curva denominada **"Milton One Bold"**, en su versión **Regular** que expresa movimiento y crecimiento en un futuro, es utilizada en las siglas **"Mg"**. La segunda tipografía palo seco con terminación curva **"Comfortaa"**, versión **Light** que genera formalidad, seriedad, unión y confianza, es tomada para el slogan "moda a tu estilo", Además sus versiones **Regular y Bold** serán ocupadas como tipografía complementaria para todo elemento comunicacional incluido el presente manual.

Milton One Bold - Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z.
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Comfortaa - Light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z.
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Comfortaa - Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z.
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Comfortaa - Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z.
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

APLICACIÓN SOBRE FONDO DE COLOR

Colores Corporativos



GRILLA O CUADRICULA

El valor de **X**, está representado por la altura de la letra **"O"**, de la palabra **"MODA"**, del mismo se toma mitades y cuartos para su desarrollo.



O = X

ÁREA AUTÓNOMA

El área autónoma, es la distancia mínima que existe entre la marca y cualquier elemento ajeno a ella. La distancia a considerar para dichos elementos se mide en unidades proporcionales que corresponden a X.



X = O Módulo

Área autónoma

ESCALA DE GRISES





	Valor
=	64 %
=	90 %
=	80 %
=	70 %

COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos establecen un alto valor de identificación para la marca, estos representarán a la empresa en la parte interna y externa de la misma, es por ello que dichos colores tendrán una estructura íntegra, sin variación alguna que de paso a la confusión y la mala difusión de la institución.

Innovación, originalidad, crecimiento

Formalidad, seriedad, elegancia, unión, confianza

TABLA DE CÓDIGO CROMÁTICO

CMYK	CMYK	CMYK	CMYK
0 %	0 %	0 %	0 %
100 %	0 %	0 %	0 %
0 %	0 %	0 %	0 %
5 %	90 %	80 %	70 %
RGB	RGB	RGB	RGB
212	67	92	115
0	64	91	114
125	65	95	119
Código	Código	Código	Código
# D4007D	# 434041	# 5C5B5F	# 737277

APLICACIÓN SOBRE FOTOGRAFÍA



USOS INCORRECTOS

Alteración en el código cromático establecido

Alteración de los elementos que componen el Imagotipo, esto de forma independiente

Alteración tipográfica no permitida

PAPELERÍA CORPORATIVA

Papel oficio
Tamaño A4 (29,7 x 21)
Escala 50% del tamaño real



Carpeta
Tamaño (32 x 23 cm)
Escala 50% del tamaño real
Frontal



Anverso



6.4. Uso de la marca.









6.5 Paleta de color de la propuesta

En el presente proyecto se va a utilizar como base el color negro que significa elegancia, exclusividad en el vestuario con bordados hechas a mano como también la personalidad que tiene cada ser humano, además representa para la cultura Cacha luto que llevan consigo hasta estos días por la muerte de líderes indígenas, como complemento es el color blanco que proyecta una imagen de pureza que mantienen hasta estos días la gran mayoría de las mujeres indígenas, seguridad en sí mismas, frescura y limpieza complementando con el color menta y los acentos son colores que se aplicara en el bordado en sus diferentes tonalidades.

Cada uno de los colores antes mencionados es icono en la cultura Cacha tanto por la historia y sus artesanías, además cada uno de ellos se complementan con la moda contemporánea.

6.5.1.1 Paleta de la propuesta

Base



Complemento





Acentos









6.6. Tendencias Macro

Kinship (Afinidad) es una macrotendencia que tiene una visión de celebrar una globalización de una comunidad conectada, donde lo importante es combinar, mezclar e interrelacionarse con las demás culturas étnicas. Ofrece un enfoque en capas para vestirse, tanto en términos de detalles de diseño como de referencias culturales. En esta tendencia, la artesanía se fusiona con el corte de patrón inteligente y los detalles históricos y transculturales son clave.

Además, en esta línea los elementos típicos de distintas culturas étnicas, como las artesanías, vuelven a adquirir gran valor pasando a estar de moda aquellas prendas o accesorios que cuentan una historia. Un claro ejemplo que utiliza esta macrotendencia es la línea de carteras que Gucci lanzó el año pasado, The Souvenir Collection, en la que crearon un bordado típico de cada región para darle un valor agregado.

La macrotendencia es el resultado de la investigación profunda que realiza expertos en Moda acompañados con varias ramas como son: Sociólogos, psicólogos, antropólogos, diseñadores gráficos, diseñadores de moda, industriales y especialistas en mercadeo entre otros. Todos ellos hacen con un solo propósito de lograr una visión más clara y profunda para el beneficio de los seres humanos

6.7. Concepto de la propuesta.

El punto de inspiración para la presente propuesta es Cacha con sus bordados, tejidos ancestrales lo que hace que sea una de las mejores culturas que tiene el Ecuador, rico en diversidad y en cultura

El concepto de la propuesta se enfoca en la identidad cultural que se fundamenta en dos aspectos significativos que son: sociocultural y económico. Lo primero por la preocupación social en cuanto a la pérdida de la cultura y la segunda por la vialidad económica. De esta forma se analiza cómo se producirá los atuendos con bordados, a través de la exploración, investigación y ejecución, además la forma eficiente para confeccionar las prendas de vestir de este proyecto integrador. El impacto social y cultural originado por la moda y la americanización, es una oportunidad para revindicar en el origen y los valores culturales a través de la vestimenta con bordados de la cultura Cacha.

Además, la propuesta encamina al esfuerzo y dedicación que tienen los artesanos dedicados al arte, es por eso que se tomó en las prendas las formas delicadas utilizando las artesanías manuales como el bordado de la simbología de la etnia con distintos tipos de hilos y colores. Por otro lado, está el tejido a crochet utilizando distintas técnicas y puntadas para dar realce al trabajo artesanal, ya que muchos ecuatorianos no ven la importancia cultural que está detrás de cada figura, símbolos, ya que cada uno de ellos tienen significados únicos.

El concepto de este producto no solo se enfoca en el rescate de la identidad cultural de Cacha, sino también establecer una marca que conquiste el mercado local, con prendas y bordados de símbolos que tienen muchos significados, tomando los principios de diseño, acabados que se puede aplicar en cada uno de los procesos de la confección. A partir, de ahí el concepto de la propuesta es establecer un mecanismo de la fabricación de ropa con bordados, que ingrese al mercado, y sobre todo tenga influencia cultural dentro del grupo objetivo, es decir, dentro de las mujeres entre los 25 y 35 años de edad.

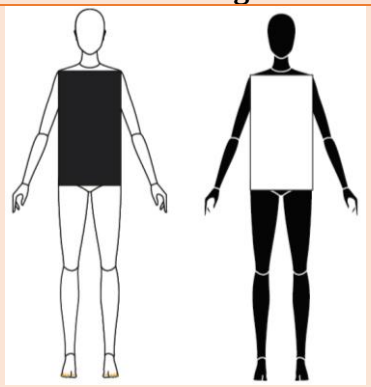
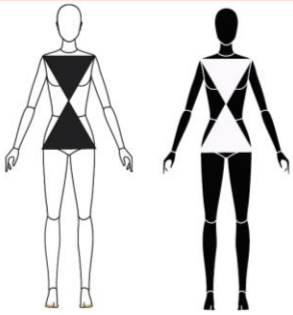
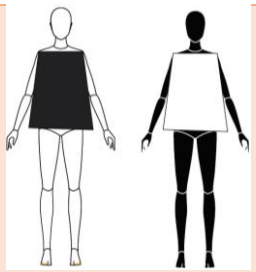


Grafico 37: artesanías de Cacha, 2017

6.8. Elementos del diseño

6.8.1 Siluetas

Tabla 27
Siluetas

Silueta	Imagen
Rectangular: tiene la línea recta asemeja a la figura geométrica del cual denota su nombre, esta silueta se aplicará en el vestido donde se denotará algo de la figura humana	
Reloj de arena: Los hombros quedan alineados con la cadera, el busto y la cintura son también bien definidos y las caderas torneadas, esta silueta se empleará en la chaqueta casual	
Trapecio: esta silueta se caracteriza por tener en la parte superior ajuste y en inferior amplitud, se aplicará en la falda casual	

6.8.2 Proporción y línea

El diseño de indumentaria casual tiene un proceso de proyectar un conjunto de elemento que se encuentran dentro de ella como los bordados de diferentes colores, mediante la cual se proyecta en una proporción armoniosa en cortes y color. Para la realización de cada producto se ha utilizado los principios de diseño, uno de los que esta es contraste porque existe unas formas sobre el espacio

blanco, cabe recalcar que es muy importante que cada prenda tenga funcionalidad y equilibrio, como también los elementos estén organizados para que de esta manera genere estabilidad en el diseño; la asimetría también estará presente como también las líneas orgánicas en el vestido en la parte inferior dando así feminidad y distinción a la persona.

6.8.3 Función

La función de la propuesta, es satisfacer las necesidades del cliente, mediante la cual se sienta cómoda al momento de vestirse, mediante la cual el usuario se sienta bien consigo mismo tomando en cuenta su percepción para el desarrollo de sus actividades dentro de un entorno social

6.8.4 Detalles

Los detalles utilizados en cada prenda son los bordados hechas a mano con esmero y dedicación, esto simboliza un valor único e inigualable, porque detrás de cada puntada representa a pueblos indígenas que saben la realidad del significado histórico que tiene cada una de ellas, donde plasman en cada diseño la cosmovisión campesina en las que se aprecian representaciones de la flora y fauna de la región, así como formas y colores del entorno natural que los rodea.

6.8.5 Estilo

Se aplicó el estilo étnico en la propuesta por sus bordados trabajados minuciosamente resaltando así la naturalidad de cada una de las figuras extraídas de la naturaleza, lo pueden usar para cualquier ocasión es adaptable a las mujeres que hacen diferentes actividades día a día, mediante la cual lucirán únicas y diferentes.

6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados

Tabla 28

Figuras representativas de Cacha

Nombre	Significado	Imagen	Ubicación en la prenda
Rombo	Representa dos caras de las personas que apoyaron al mismo tiempo a los indígenas y españoles, además representa el ciclo de vida de las personas, es decir, nacer, crecer, reproducir y morir.		Están ubicados estas figuras en el escote de la blusa, cuello de la chaqueta y en el dobladillo de la falda
Ese	Representa a la serpiente, donde comunica los distintos mundos, conocida también como Amaro o Amaru, quien es símbolo de protección como de destrucción. Además, representa el agua porque asciende y desciende por los tres mundos.		En el transversal de la chaqueta en la delantera
Tres líneas zigzag	Expresa la fecundidad de la tierra, de la Pacha Mama gracias a la acción de las lluvias.		Estas figuras están ubicadas en el ruedo de la falda
Líneas paralelas seguidas	Representa un vínculo que tienen los hombres con los antepasados que seguirá generación tras generación		Estas líneas están ubicadas en el ruedo de la falda
Flores del páramo	Personifica a la belleza de la mujer, que con sus encantos conquista al hombre.		Estas figuras están ubicadas en el escote del vestido

6.9. Materiales e insumos.

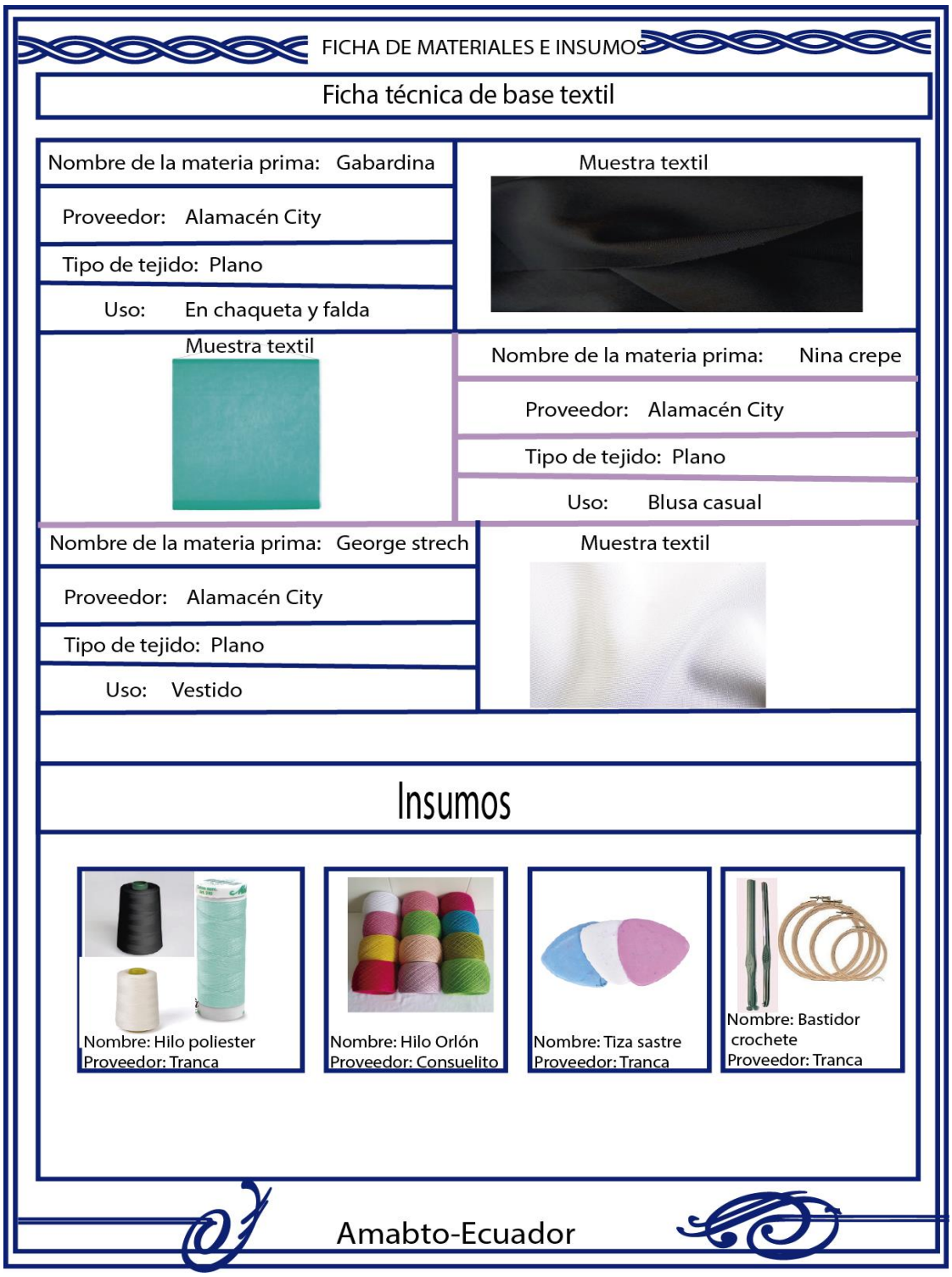


Grafico 38: Materiales e insumos, 2017

6.10. Sketch o bocetos




Amabto-Ecuador

6.11. Fichas técnicas

FICHA DE TEXTIL

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Tela Gabardina

Ref: C001

Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO

Muestra física



Nombre comercial / Características Generales

Nombre comercial: Gabardina strech

Tipo de tejido: Plano

Proveedor: Almacen City

Costo: 7.59

Ancho. 1.50 mt

Conservación y mantenimiento

Lavado	SOLO ADMITE LAVADO A MANO MAXIMO 40°C	LAVAR A MAQUINA A TEMPERATURA DE 40°C	PRECAUCION, LAVADO TEJIDOS DELICADOS, AGITACION MINIMA Y CENTRIFUGA SUAVE	30° LAVAR CUIDADOSAMENTE CON AGUA TIBIA ●
Secado	PUEDE SECARSE EN SECADORA	NO PUEDE SECARSE EN SECADORA	PUEDE SECARSE EN SECADORA A TEMPERATURA REDUCIDA	SECAR COLGADO EN UNA PERCHA ●
Planchado	PLANCHADO A TEMPERATURA ALTA MAXIMO 200C°	PLANCHAR A TEMPETARURA MEDIA ●	PLANCHAR A TEMPERATURA BAJA	NO PLANCHAR
Cloro	NO UTILIZAR CLORO ●	UTILIZAR CLORO		

Ambato-Ecuador

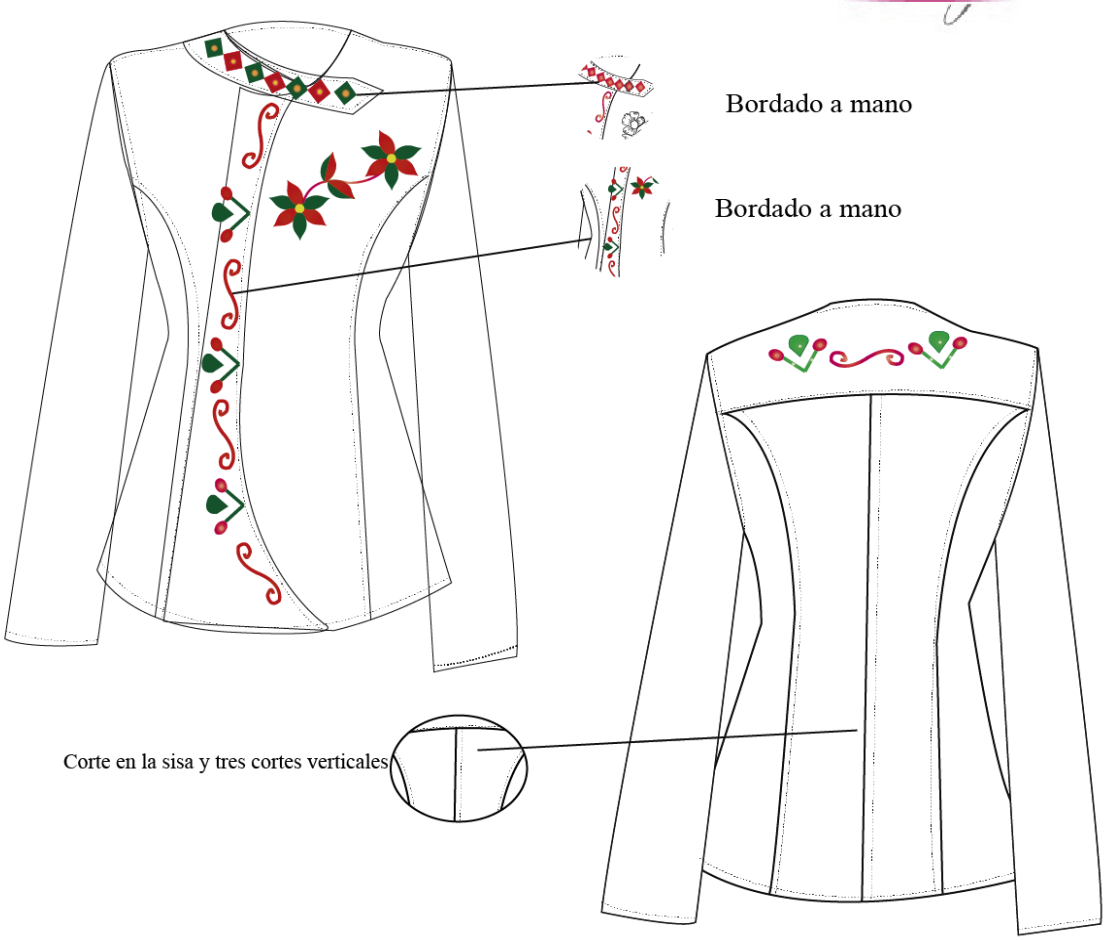
DIBUJO PLANO CON DETALLES

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Chaqueta con bordado Cacha

Ref: C001

Elaborado por: Guamán Mónica



Talla M

Talle posterior :42cm
Contorno busto : 95 cm
contorno cintura: 74cm
contorno cadera: 96cm
ancho hombro: 12cm
Largo de manga: 60cm
Contorno de puño:15cm

Ancho del pespunte 2mm Distancia del pespunte 1mm

Terminacion del ruedo: Pespuntado

Hojal: 10mm cantidad 7

Bordado: 4

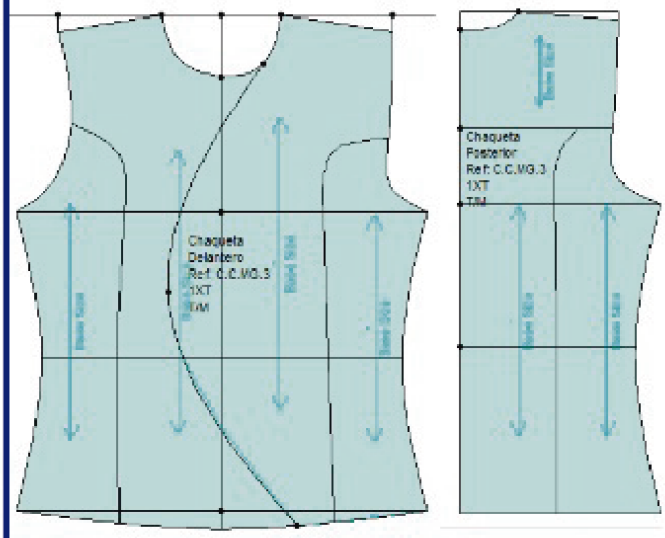
Forro: Completo

Ambato-Ecuador

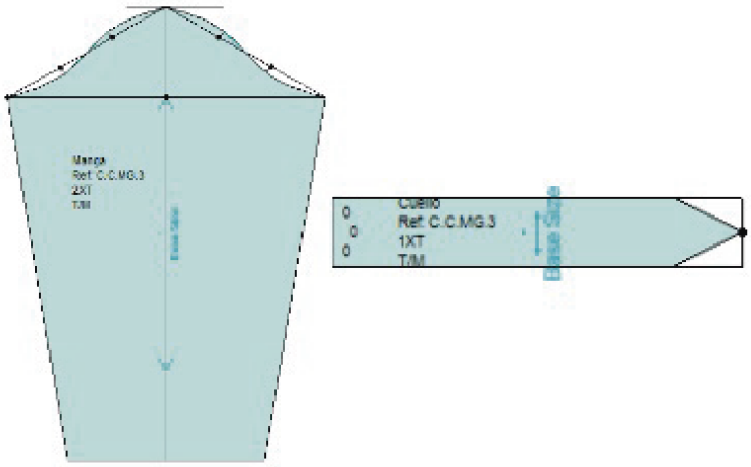
FICHA PATRONAJE

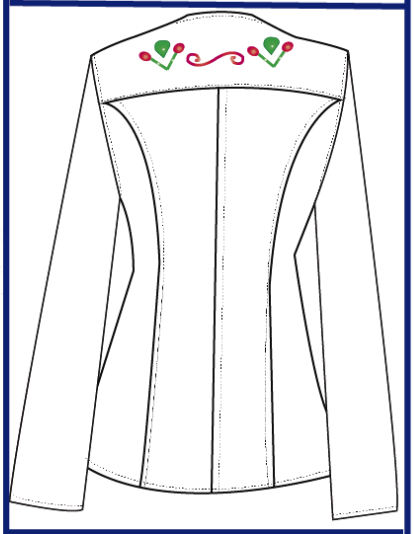
Fecha: 22-10-2017	Descripción: Patronaje de chaqueta
Ref: C001	Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO









CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

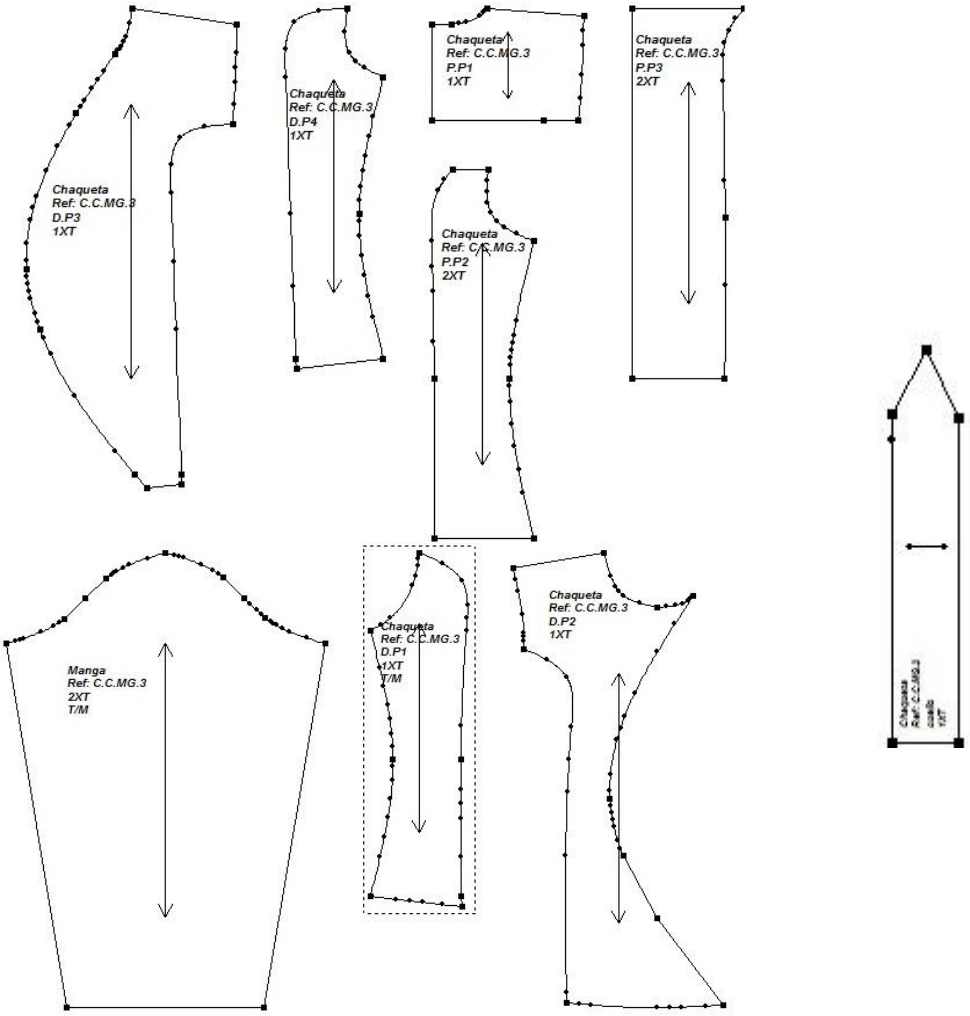
FICHA DESPIECE

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Despiece

Ref: C001

Elaborado por: Guamán Mónica



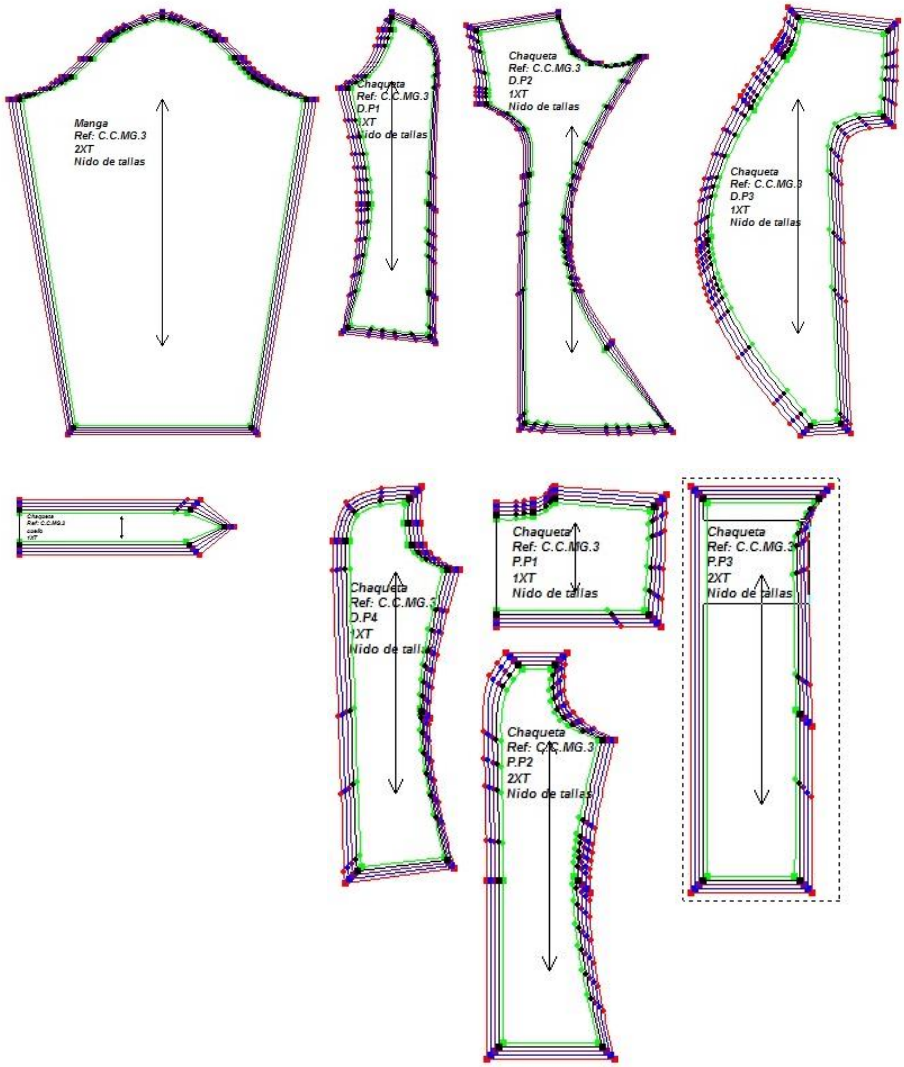
NOMBRE DE LA PIEZA	N° CORTES TELA
Mangas	2
Delantero	3
Posterior	3
Cuello	1
Total de piezas	9

AMBATO-ECUADOR

ESCALADO

Fecha: 22-10-2017	Descripción: Chaqueta	Talla Base: 38
Ref: C001	Elaborado por: Guamán Mónica	Nido de tallas:S,M,L,XL

MODA A TU ESTILO



CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

RUTA OPERATIVA

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Chaqueta con bordado Cacha

Ref: C001

Elaborado por: Guamán Mónica



N°	Proceso	Tiempo por m/h	Máquina
1	Bordado a mano	4h	Manual
2	Pasar orillos de todos los filos	5m	Overlock de 3 hilos
3	Union de hombros	0.30 s	Overlock 4 hilos
4	Pespuente de hombros	0.30 s	Recta
5	Pegar mangas	1m	Overlock 4 hilos
6	Cerrar costado	1m	Overlock 4 hilos
7	Pegar cuello	4m	Recta
8	Pegar broches	10m	Pegadora broches
9	Pulida	5m	Pulidora
10			
	Tiempo total de fabricación	4h con 27m	

Ambato-Ecuador

6.11.2 Fichas textil

FICHA DE TEXTIL

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Tela George

Ref: C002

Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO

Muestra física



Nombre comercial / Características Generales

Nombre comercial: George strech

Tipo de tejido: Plano

Proveedor: Almacen City

Costo: 5.36

Ancho. 1.50 mt

Conservación y mantenimiento

Lavado	SOLO ADMITE LAVADO A MANO MAXIMO 40°C ●	LAVAR A MAQUINA A TEMPERATURA DE 40°C	PRECAUCION, LAVADO TEJIDOS DELICADOS, AGITACION MINIMA Y CENTRIFUGA SUAVE ●	30° LAVAR CUIDADOSAMENTE CON AGUA TIBIA
Secado	PUEDE SECARSE EN SECADORA	NO PUEDE SECARSE EN SECADORA	PUEDE SECARSE EN SECADORA A TEMPERATURA REDUCIDA ●	SECAR COLGADO EN UNA PERCHA
Planchado	PLANCHADO A TEMPERATURA ALTA MAXIMO 200C°	PLANCHAR A TEMPETARURA MEDIA	PLANCHAR A TEMPERATURA BAJA ●	NO PLANCHAR
Cloro	NO UTILIZAR CLORO ●	UTILIZAR CLORO		

AMBATO-ECUADOR

Amabto-Ecuador

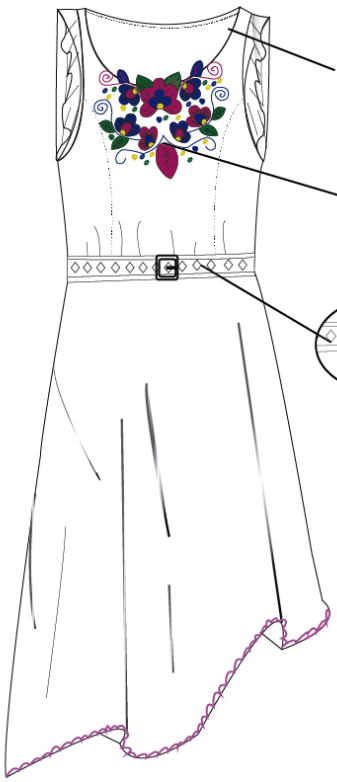
DIBUJO PLANO CON DETALLES

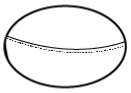
Fecha: 22-10-2017

Descripción: Vestido con bordado Cacha

Ref: C002

Elaborado por: Guamán Mónica

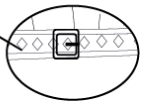




Pespuntes en el escote



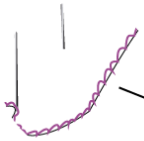
Bordado a mano



Cinturon por separado con tejidos de Cacha



Borado a croshet



Talla M

Talle posterior :42cm
Contorno busto : 95 cm
contorno cintura: 74cm
contorno cadera: 96cm
ancho hombro: 5cm

Ancho del pespunte 2mm Distancia del pespunte 1mm

Terminacion del ruedo: Tejido con crochet

Terminacion de cintura: Cinturon a base de tejidos de Cacha

Forro: En la parte superior de la prenda

AMBATO-ECUADOR

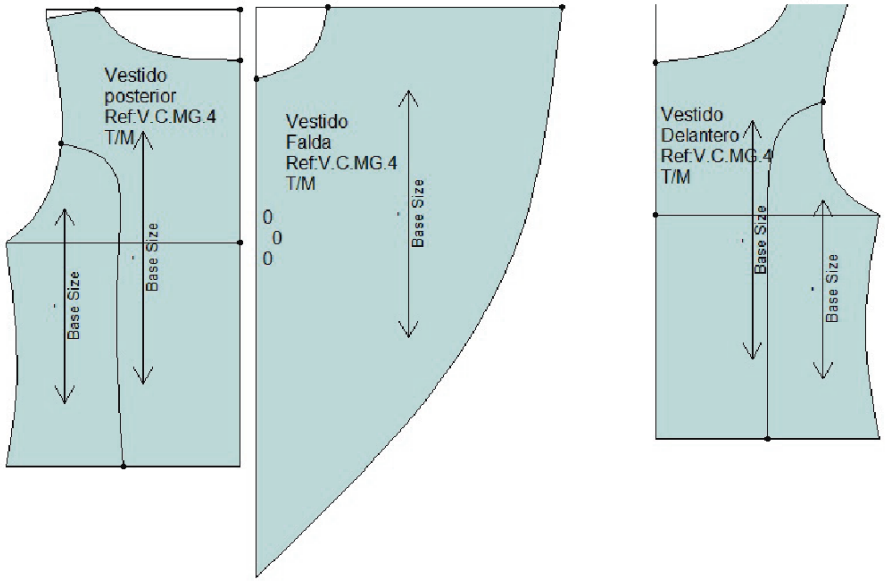
FICHA PATRONAJE

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Patronaje de Vestido

Ref: C002

Elaborado por: Guamán Mónica





CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

FICHA DESPIECE

Fecha: 22-10-2017

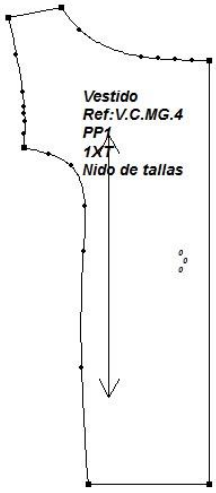
Descripción: Despiece de vestido

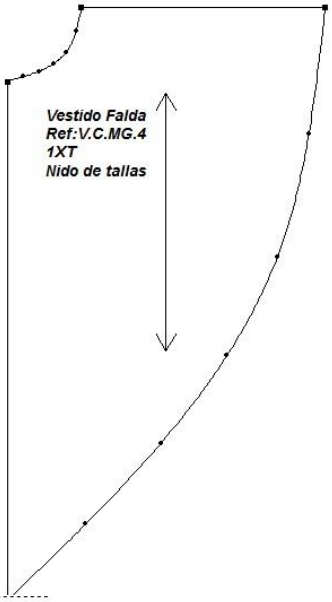
Ref: C002

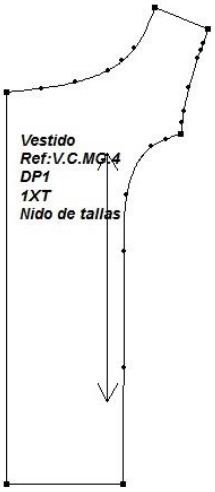
Elaborado por: Guamán Mónica

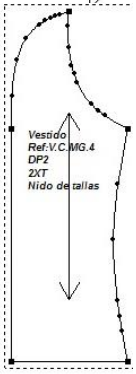
MODA A TU ESTILO











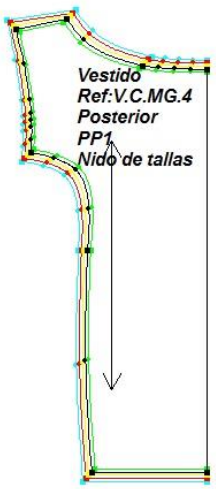
NOMBRE DE LA PIEZA	N° CORTES TELA
Mangas	2
Delantero	2
Posterior	2
Falda	1
Total de piezas	7

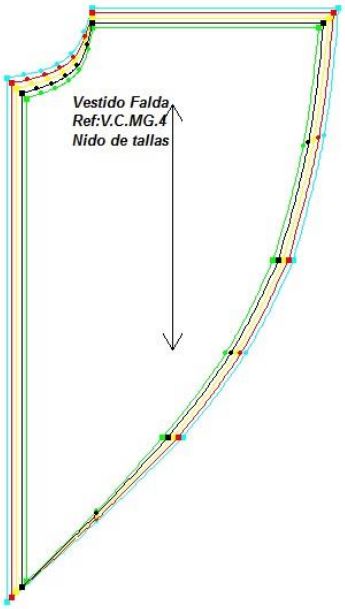
AMBATO-ECUADOR

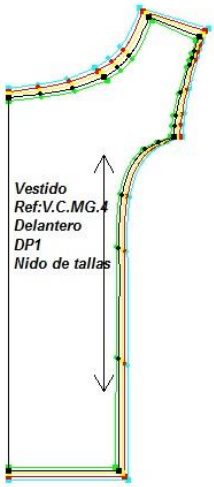
ESCALADO

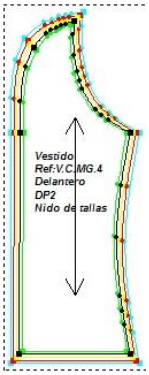
Fecha: 22-10-2017	Descripción: Vestido	Talla Base: 38
Ref: C002	Elaborado por: Guamán Mónica	Nido de tallas:S,M,L,XL











CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

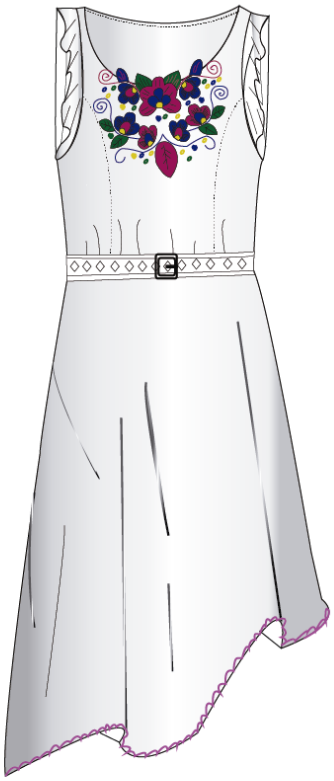
RUTA OPERATIVA

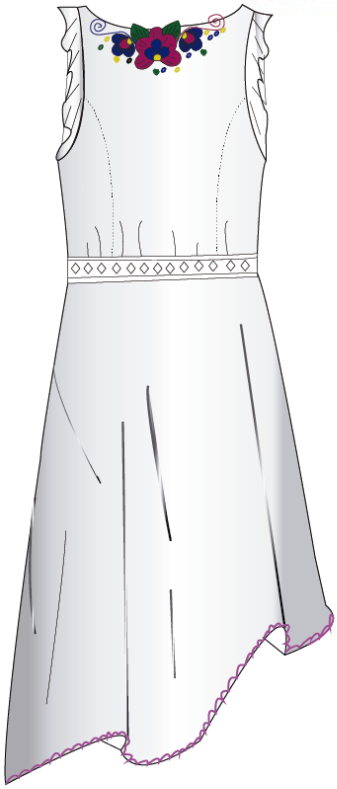
Fecha: 22-10-2017

Descripción: Vestido con bordado Cacha

Ref: C002

Elaborado por: Guamán Mónica





N°	Proceso	Tiempo por m/h	Máquina
1	Bordado a mano	5 h	Manual
2	unir sisa	2 m	Recta
3	Pasar orillos de todos los filos	2m	Overlock de 3 hilos
4	Union de hombros	30 sm	Overlock 3 hilos
5	unir costado	2 m	Overlock 3 hilos
6	Pegar mangas	2m	Overlock 4 hilos
7	Unir corpiño con falda	5m	Overlock 4 hilos
8	Pasar orillos de mangas y ruedo	1m	Overlock 3 hilos
9	Bordar con crochet ruedo	2h	Manualmente
10	Pulida	2m	Pulidora
	Tiempo total de fabricación	7h con 11m y 30 s	

Ambato-Ecuador

6.11.3 Fichas de blusa

FICHA DE TEXTIL

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Tela Nina Crepe

Ref: C004

Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO

Muestra física



Nombre comercial / Características Generales

Nombre comercial: Nina crepe menta

Tipo de tejido: Plano

Proveedor: Almacen City

Costo: 5.36

Ancho. 1.50 mt

Conservación y mantenimiento

Lavado	SOLO ADMITE LAVADO A MANO MAXIMO 40°C	LAVAR A MAQUINA A TEMPERATURA DE 40°C	PRECAUCION, LAVADO TEJIDOS DELICADOS, AGITACION MINIMA Y CENTRIFUGA SUAVE ●	30° LAVAR CUIDADOSAMENTE CON AGUA TIBIA ●
Secado	PUEDE SECARSE EN SECADORA	NO PUEDE SECARSE EN SECADORA	PUEDE SECARSE EN SECADORA A TEMPERATURA REDUCIDA ●	SECAR COLGADO EN UNA PERCHA ●
Planchado	PLANCHADO A TEMPERATURA ALTA MAXIMO 200C°	PLANCHAR A TEMPETARURA MEDIA	PLANCHAR A TEMPERATURA BAJA ●	NO PLANCHAR
Cloro	NO UTILIZAR CLORO ●	UTILIZAR CLORO		

AMBATO-ECUADOR

Amabto-Ecuador

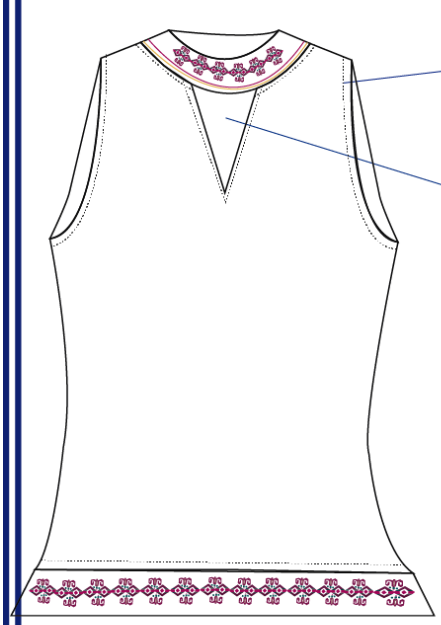
DIBUJO PLANO CON DETALLES

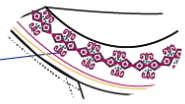
Fecha: 22-10-2017

Descripción: Blusa con bordado Cacha

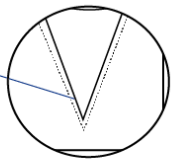
Ref: C004

Elaborado por: Guamán Mónica

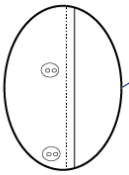




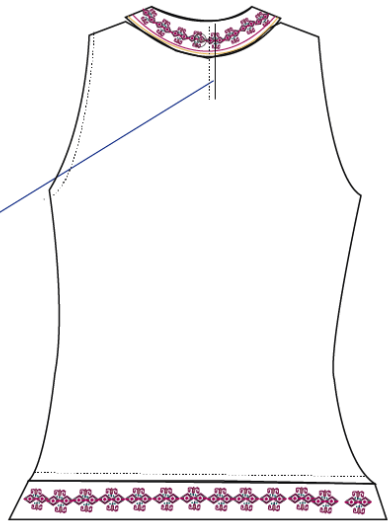
Bordado a mano



Pespuntes en el escote



Botones en la parte posterior



Talla M	Ancho del pespunte 2mm Distancia del pespunte 1mm
Talle posterior :42cm Contorno busto : 95 cm contorno cintura: 74cm contorno cadera: 96cm ancho hombro: 8cm	Terminacion del ruedo: Pespuntado Hojal: 10mm cantidad 7 Bordado: En el cuello y ruedo de la blusa Forro: en el cuello y en el ruedo de la misma

AMBATO-ECUADOR

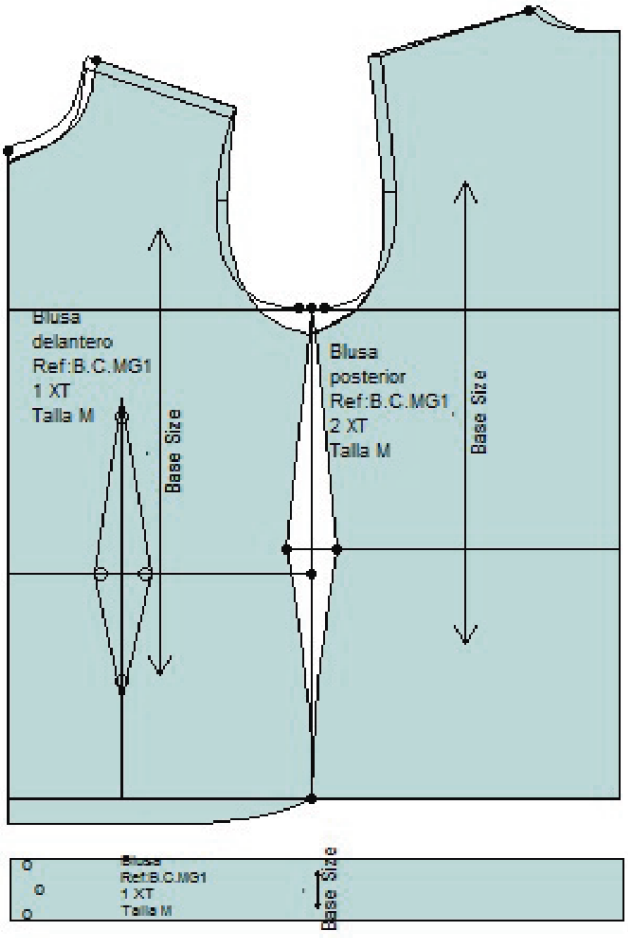
FICHA PATRONAJE

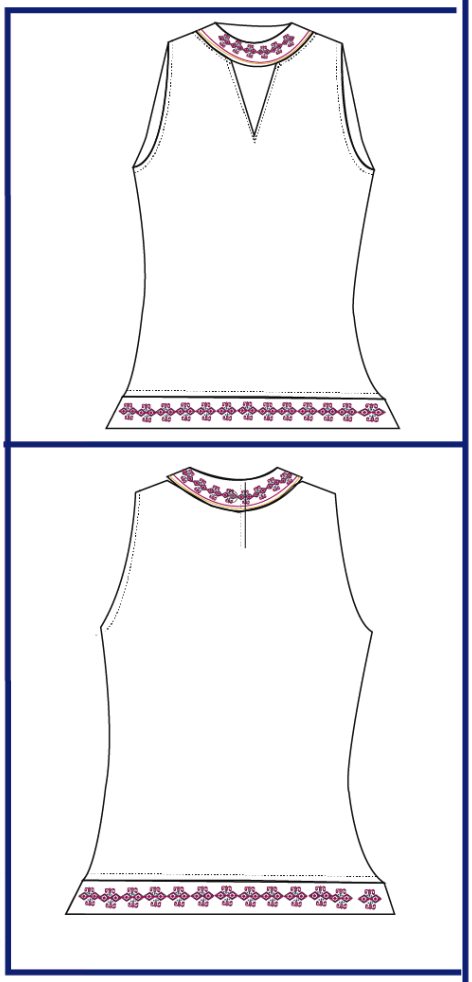
Fecha: 22-10-2017

Descripción: Patronaje de Blusa

Ref: C004

Elaborado por: Guamán Mónica





CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

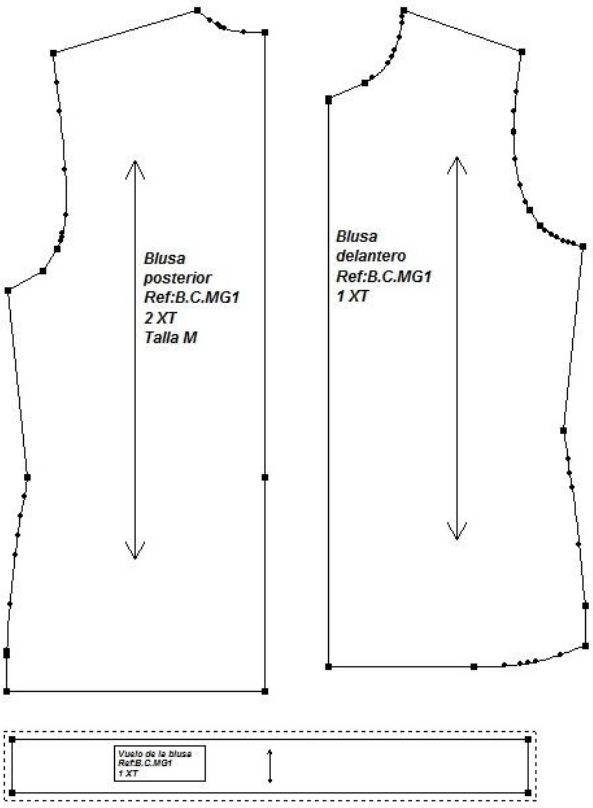
FICHA DESPIECE

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Despiece de blusa

Ref: C004

Elaborado por: Guamán Mónica

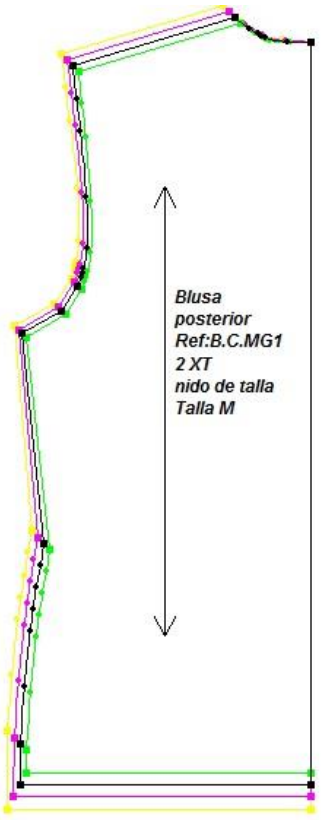


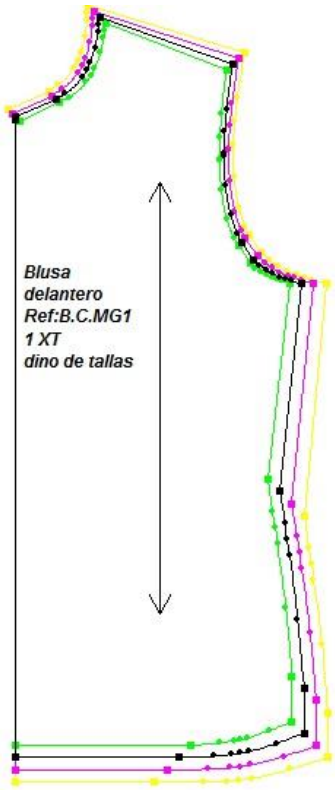
NOMBRE DE LA PIEZA	N° CORTES TELA
Delantero	2
posterior	2
cuello	2
	1
Total de piezas	7

AMBATO-ECUADOR

ESCALADO

Fecha: 22-10-2017	Descripción: Blusa	Talla Base: 38
Ref: C004	Elaborado por: Guamán Mónica	Nido de tallas:S,M,L,XL







CONVENCIONES

HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

Grafico 39: Ruta operativa blusa

RUTA OPERATIVA

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Blusa con bordado Cacha

Ref: C004

Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO



N°	Proceso	Tiempo por m/h	Máquina
1	Bordado a mano	6 h	Manual
2	coser la avertura de cuello	1m	Recta
3	Unir hombros	0,30 sm	Overlock de 3 hilos
4	unir costado	1 m	Recta
5	preparar cuello	2m	Overlock 3 hilos
6	Colocar ruedo en la blusa	2m	Overlock 3 hilos
7	colocar forro	6m	Overlock 3 hilos
8	hacer ojales	1m	Ojaladora
9	pegar botones	1m	Botonera
10	Pulida	1m	Pulidora
Tiempo total de fabricación		6h con 15m y 0,30 s	

Ambato-Ecuador

6.11.4 Fichas

FICHA DE TEXTIL

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Tela Gabardina

Ref: C003

Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO

Muestra física



Nombre comercial / Características Generales

Nombre comercial: Gabardina strech

Tipo de tejido: Plano

Proveedor: Almacen City

Costo: 7.59

Ancho. 1.50 mt

Conservación y mantenimiento

Lavado	SOLO ADMITE LAVADO A MANO MAXIMO 40°C	LAVAR A MAQUINA A TEMPERATURA DE 40°C	PRECAUCION, LAVADO TEJIDOS DELICADOS, AGITACION MINIMA Y CENTRIFUGA SUAVE	30° LAVAR CUIDADOSAMENTE CON AGUA TIBIA ●
Secado	PUEDE SECARSE EN SECADORA	NO PUEDE SECARSE EN SECADORA	PUEDE SECARSE EN SECADORA A TEMPERATURA REDUCIDA	SECAR COLGADO EN UNA PERCHA ●
Planchado	PLANCHADO A TEMPERATURA ALTA MAXIMO 200C°	PLANCHAR A TEMPETARURA MEDIA ●	PLANCHAR A TEMPERATURA BAJA	NO PLANCHAR
Cloro	NO UTILIZAR CLORO ●	UTILIZAR CLORO		

AMBATO-ECUADOR

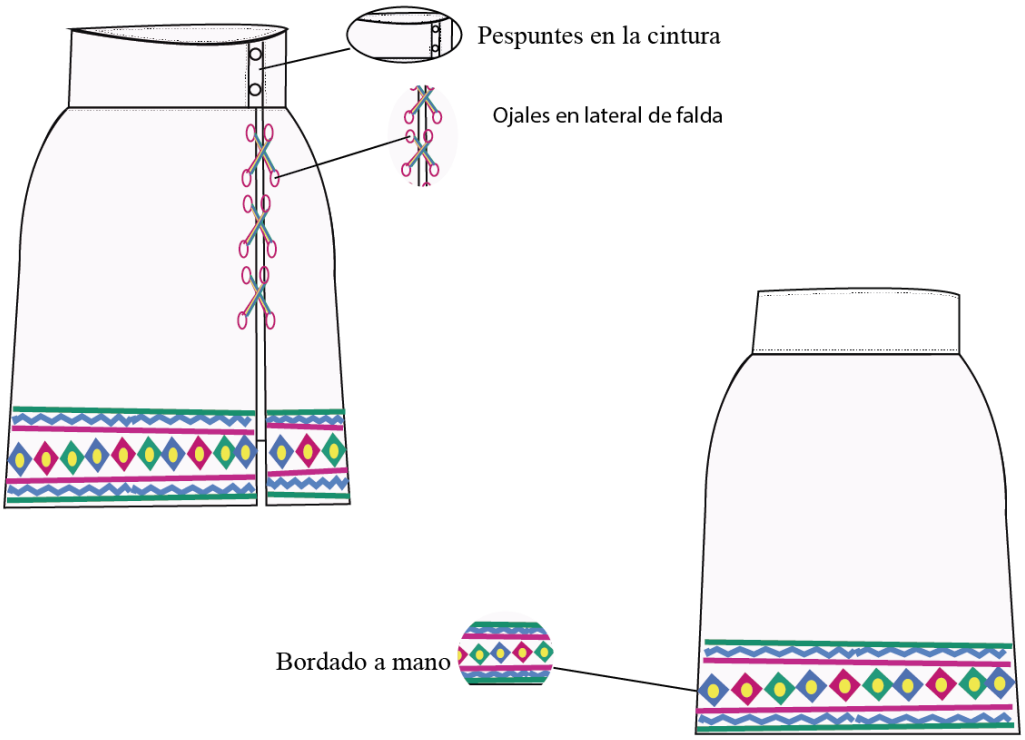
DIBUJO PLANO CON DETALLES

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Falda con bordado Cacha

Ref: C003

Elaborado por: Guamán Mónica



Talla M	Ancho del pespunte 2mm Distancia del pespunte 1mm
Contorno cintura: 74cm Contorno cadera: 96cm Largo de falda 50cm	Terminacion del ruedo: Pespunte en maquina recta Terminacion de cintura: Pretina ancha Forro: En la parte inferior de la prenda

AMBATO-ECUADOR

FICHA PATRONAJE

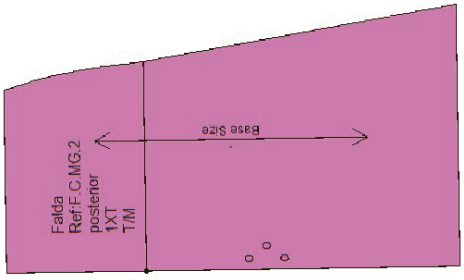
Fecha: 22-10-2017

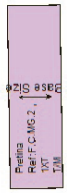
Descripción: Patronaje de falda

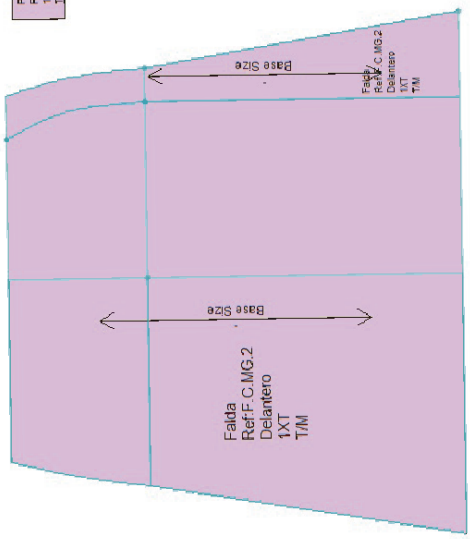
Ref: C003

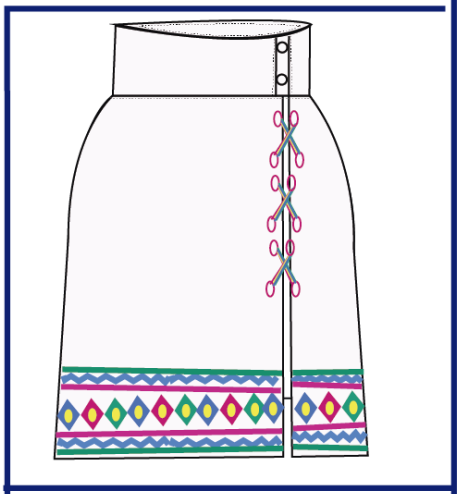
Elaborado por: Guamán Mónica

MODA A TU ESTILO











CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

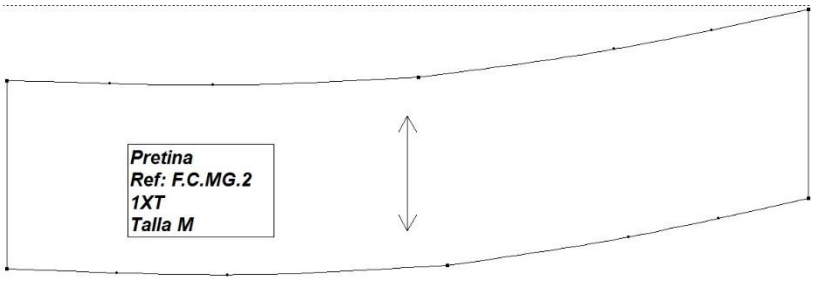
FICHA DESPIECE

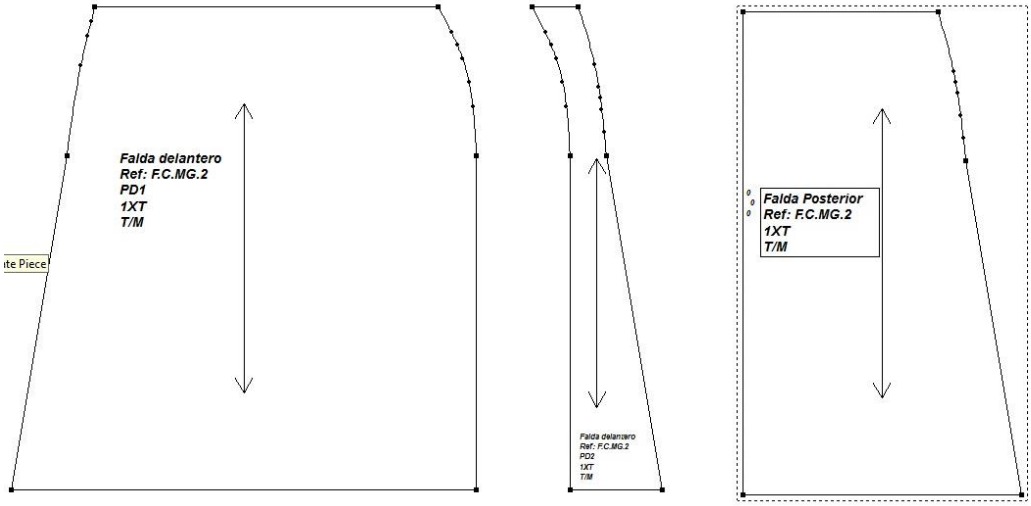
Fecha: 22-10-2017

Descripción: Despiece de falda

Ref: C003

Elaborado por: Guamán Mónica





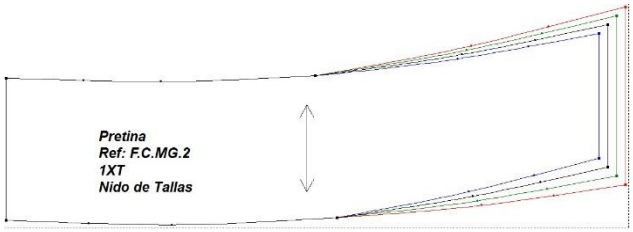
NOMBRE DE LA PIEZA	N° CORTES TELA
Delantero	2
posterior	1
pretina	1
Total de piezas	4

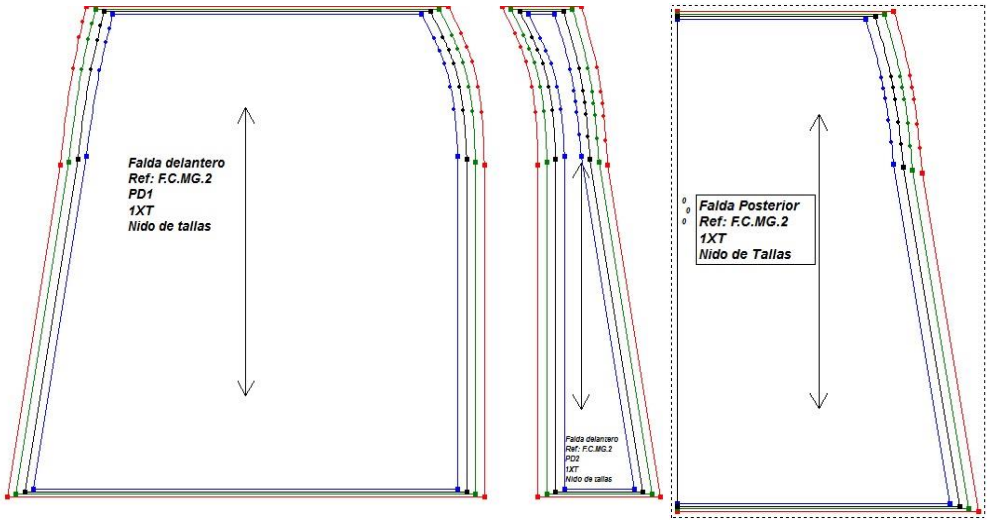
AMBATO-ECUADOR

ESCALADO

Fecha: 22-10-2017	Descripción: Falda	Talla Base: 38
Ref: C003	Elaborado por: Guamán Mónica	Nido de tallas:S,M,L,XL

MODA A TU ESTILO





CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

AMBATO-ECUADOR

RUTA OPERATIVA

Fecha: 22-10-2017

Descripción: Falda con bordado Cacha

Ref: C003

Elaborado por: Guamán Mónica



N°	Proceso	Tiempo por m/h	Máquina
1	Bordado a mano	5h	Manual
2	unir costados	2m	Overlock 4 hilos
3	preparar pretina	5m	plancha
4	unir cosatdos de la falda interior	2m	Overlock 3 hilos
5	unir falda superior e interior	2m	Overlock 4 hilos
6	colocar pretina	3m	Recta
7	Ruedo	2m	Recta
8	hacer ojales	1m	Ojaladora
9	pegar botones	1m	Botonera
10	Pulida	2m	Pulidora
	Tiempo total de fabricación	5h con 20m	

Ambato-Ecuador

6.12 Fichas de costo de producción

FICHA DE COSTOS

Descripción= Chaqueta

Ref.: C001

Año= 2017

Elaborado por: Mónica Guamán

MATERIA PRIMA				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
GABARDINA STRECH	METROS	1,25	7,59	9,4875
TELA CAROLA	METROS	1,25	1,96	2,45
HILO POLIESTER	METROS	100	3,6	0,072
HILOS DE BORDAR	METROS	300	0,55	0,165
Broches	UNIDAD	13	0,05	0,65
FUNDA	UNIDAD	1	0,5	0,5
			TOTAL	**13,3245**

Mano de obra directa	14,09
Total	14,09

Costos fijos	**2,35**
Total	2,35

Materia prima	13,32
Mano de obra directa	14,09
Costos fijos	2,35
Total	**29,76**

Costo total	**(MOD) +(CF) +(MP)**	**$ 29,76**
	30% UTILIDAD	$ 8,93
	Subtotal	$ 38,69
	12% IVA	$ 4,65
	TOTAL	**$ 43,33**

FICHA DE COSTOS

Descripción= Vestido

Ref.: C002

Año= 2017

Elaborado por: Mónica Guamán

MATERIA PRIMA				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
GEORGE STRECH	METROS	1,5	6	9
TELA KIANA	METROS	1,5	5	7,5
HILO POLIESTER	METROS	100	3,6	0,072
HILOS DE BORDAR	METROS	300	0,55	0,165
FUNDA	UNIDAD	1	0,5	0,5
			TOTAL	**17,29**

Mano de obra directa	16,43
Total	16,43

Costos fijos	**2,35**
Total	2,35

Materia prima	17,29
Mano de obra directa	16,43
Costos fijos	2,35
Total	**36,07**

Costo total	**(MOD) +(CF) +(MP)**	**$ 36,07**
	30% UTILIDAD	$ 10,82
	Subtotal	$ 46,89
	12% IVA	$ 5,63
	TOTAL	**$ 52,52**

FICHA DE COSTOS

Descripción= Falda

Ref.: C003

Año= 2017

Elaborado por: Mónica Guamán

MATERIA PRIMA				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
GABARDINA STRECH	METROS	1	7,59	7,59
TELA CAROLA	METROS	0,5	1,96	0,98
HILO POLIESTER	METROS	100	3,6	0,072
HILOS DE BORDAR	METROS	300	0,55	0,165
BOTONES	UNIDAD	2	0,25	0,5
FUNDA	UNIDAD	1	0,5	0,5
			Total	**9,807**

Mano de obra directa	14,09
Total	14,09

Costos fijos	**2,35**
Total	2,35

Materia prima	9,81
Mano de obra directa	14,09
Costos fijos	2,35
Total	**26,24**

Costo total	**(MOD) +(CF) +(MP)**	**$ 26,24**
	30% UTILIDAD	$ 7,87
	Subtotal	$ 34,11
	12% IVA	$ 4,09
	TOTAL	**$ 38,21**

FICHA DE COSTOS

Descripción= Blusa

Ref.: C004

Año= 2017

Elaborado por: Mónica Guamán

MATERIA PRIMA				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
NINA CREPE	METROS	1	5,36	5,36
TELA CAROLA	METROS	1	1,96	1,96
HILO POLIESTER	METROS	100	3,6	0,072
HILOS DE BORDAR	METROS	300	0,55	0,165
FUNDA	UNIDAD	1	0,5	0,5
			Total	**8,057**

Mano de obra directa	16,43
Total	16,43

Costos fijos	**2,35**
Total	2,35

Materia prima	13,32
Mano de obra directa	16,43
Costos fijos	2,35
Total	**25,78**

Costo total	**(MOD) +(CF) +(MP)**	**$ 25,78**
	30% UTILIDAD	$ 7,73
	Subtotal	$ 33,51
	12% IVA	$ 4,025
	TOTAL	**$ 37,53**

6.13 Desarrollo de la propuesta




MODA A TU ESTILO


MODA A TU ESTILO


MODA A TU ESTILO



6.14 Costos de producción

Para poder realizar cualquier tipo de producción ya sea en una empresa o marca deben asumir algunos costos que deben llevar a cabo. Esos costos dependerán de la materia prima que se utilice, es decir depende de costo de los textiles como también la mano de obra que se necesite, para la elaboración del prototipo, también incluye lo que es el alquiler del local, si no es de su propiedad, el pago de impuestos y servicios como agua, electricidad, teléfono, entre otros. Los costos de producción definen el precio y la ganancia que la empresa.

Para la elaboración del proyecto todos los costos que se proporcionara a continuación están basado en la producción de una colección de indumentaria casual con aplicación de bordados Cacha.

6.14.1 Costos fijos

Estos son los costos fijos de producción para indumentarias casuales.

Cálculos

Para sacar la depreciación de una maquinaria es = precio de la máquina *10% de vida útil y eso se divide para 12.

D=PM*10%/12

DEPRECIACIONES			
Maquinaria	VALOR	ANUAL	MENSUAL
Recta	$ 400,00	40	3,33
Overlock	$ 900,00	90	7,5
Recubridora	$ 1.400,00	140	11,67
			22,5

Mano de obra directa

Son los sueldos de cada trabajador que influye directamente en la producción de ropa casual, es decir cuánto gana, mensualmente, diario y valor por hora

Fórmula:

Valor diario=sueldo/30

Valor Hora=Valor hora/8 h

	# PERSONAL	SUELDO	VALOR DIA	VALOR HORA
DISEÑADORA	1	600	20	**2,5**
CORTADOR	1	375	12,5	**1,5625**
BORDADO MANUAL	1	375	12,5	**1,5625**
OPERARIOS	1	375	12,5	**1,5625**

Costos fijos

COSTOS FIJOS			
CONCEPTO	FRECUENCIA	VALOR	
LUZ	MENSUAL	$ 20,00	
AGUA	MENSUAL	$ 10,00	
TELEFONO	MENSUAL	$ 20,00	
SUMINISTRO DE OFCINA	MENSUAL	$ 5,00	Proyección para 33 indumentarias
DEPRECIACIONES	MENSUAL	$ 22,50	
		$ 77,50	$ 2,35

Nota: Estos costos se recargarán en cada uno de los productos

6.14.2 Diseño 1

Fórmula para el consumo de hilo

Cantidad de hilos en operación= Cantidad de metros utilizada en cada pieza de la prenda*****largo de operación

Ref:C001				
Materia prima				
MATERIALES	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD UTILIZADA**	**VALOR**	**TOTAL**
Gabardina strech	Metros	1,25 m	7,59	9,4875
Tela Carola	Metros	1,25 m	1,96	2,45
Hilo poliéster	Metros	100 m	3,6	0,072
Hilos de bordar	Metros	300	0,55	0,165
Broches	Unidad	13 u	0,05	0,65
Funda	Unidad	1 u	0,5	0,5
				13,3245

Fórmula para sacar la mano de obra directa

Para sacar el precio a pagar para un cortador, bordador y operario es la siguiente**:**

Sueldo/horas del mes (160) *tiempo utilizado

MANO DE OBRA DIRECTA				
	SUELDO	**HORAS MES**	**TIEMPO UTILIZADO**	**TOTAL**
DIRECTA				
CORTADOR	$ 375,00	160	0,01	$ 0,02
BORDADOR	$ 375,00	160	4	$ 9,38
OPERARIO	$ 375,00	160	2	$ 4,69
Total			6,01	$ 14,09

MP= materia prima

MO= Mano de obra

CF= costo fijo

CT= Costo total

MP+ MO= $27,41

CF= $77,50/33= $**2,35**

CT=27,41+2,35= **$29,76**

Utilidad 30%= $**8,93**

SUBTOTAL= $38,69

IVA12%= $4,64

CF=costos fijos mensuales/# prendas a fabricar para el

CT=(MP+MO) + CF

U=CT*30%

Subtotal= CT+U

IVA= subtotal + 12%

TOTAL, PRECIO AL PÚBLICO= 43,33

6.14.4 Diseño 2

Fórmula para el consumo de hilo

Cantidad de hilos en operación= Cantidad de metros utilizada en cada pieza de la prenda*largo de operación

REF:C002					
MATERIA PRIMA					
Materiales	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA VALOR		TOTAL
George strech	METROS	100	1,5	6	9
Tela kiana	METROS	100	1,5	5	7,5
Hilo poliéster	METROS	5000	100	3,6	0,072
Hilos de bordar	METROS	1000	400	0,55	0,22
Funda	UNIDAD	100	1	0,5	0,5
					17,292

Fórmula para sacar la mano de obra directa

Para sacar el precio a pagar para un cortador, bordador y operario es la siguiente:

Sueldo/horas del mes (160) *tiempo utilizado

MANO DE OBRA DIRECTA				
	SUELDO	HORAS MES	TIEMPO UTILIZADO	
DIRECTA				
CORTADOR	$ 375,00	160	0,01	$ 0,02
BORDADOR	$ 375,00	160	5	$ 7,81
OPERARIO	$ 375,00	160	2	$ 3,13
			7,01	$ 16,43

MP= materia prima

MO= Mano de obra

CF= costo fijo

CT= Costo total

MP+ MO= $33,72

CF= $77,50/33= $**2,35**

CF=costos fijos mensuales/# prendas a fabricar para el

CT=28,25+2,35= **$36,07**

CT=(MP+MO) + CF

Utilidad 30%= $**10,82**

U=CT*30%

SUBTOTAL= $46,89

Subtotal= CT+U

IVA12%= $5,63

IVA= subtotal + 12%

TOTAL, PRECIO AL PÚBLICO= 52,52

6.14.5 Diseño 3

Fórmula para el consumo de hilo

Cantidad de hilos en operación= Cantidad de metros utilizada en cada pieza de la prenda*****largo de operación

Ref=C003					
MATERIA PRIMA					
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
Gabardina strech	Metros	100	1	7,59	7,59
Tela carola	Metros	100	0,5	1,96	0,98
Hilo poliester	Metros	5000	100	3,6	0,072
Hilos de bordar	Metros	1000	300	0,55	0,165
Botones	Unidad	100	2	0,25	0,5
Funda	Unidad	100	1	0,5	0,5
Total					**9,807**

Fórmula para sacar la mano de obra directa

Para sacar el precio a pagar para un cortador, bordador y operario es la siguiente**:**

Sueldo/horas del mes (160) *tiempo utilizado

Mano de obra directa				
	SUELDO	**HORAS MES**	**TIEMPO UTILIZADO**	
DIRECTA				
CORTADOR	$ 375,00	160	0,01	$ 0,02
BORDADOR	$ 375,00	160	4	$ 6,25
OPERARIO	$ 375,00	160	2	$ 3,13
			6,01	$ 14,09

MP= materia prima

MO= Mano de obra

CF= costo fijo

CT= Costo total

MP+ MO= $23,89

CF= $77,50/33= $**2,35**

CF=costos fijos mensuales/# prendas a fabricar para el

CT=23,89+2,35**= $26,24**

CT=(MP+MO) + CF

Utilidad 30%= $**7,87**

U=CT*30%

SUBTOTAL= $32,11

Subtotal= CT+U

IVA12%= $4,09

IVA= subtotal + 12%

TOTAL, PRECIO AL PÚBLICO= 38,21

6.14.6 Diseño 4

Fórmula para el consumo de hilo

Cantidad de hilos en operación= Cantidad de metros utilizada en cada pieza de la prenda*largo de operación

Ref=C004				
Materia prima				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR	TOTAL
NINA CREPE	METROS	1	5,36	5,36
TELA CAROLA	METROS	1	1,96	1,96
HILO POLIESTER	METROS	100	3,6	0,072
HILOS DE BORDAR	METROS	300	0,55	0,165
FUNDA	UNIDAD	1	0,5	0,5
				8,057

Fórmula para sacar la mano de obra directa

Para sacar el precio a pagar para un cortador, bordador y operario es la siguiente**:**

Sueldo/horas del mes (160) *tiempo utilizado

Mano de obra directa				
	SUELDO	**HORAS MES**	**TIEMPO UTILIZADO**	**TOTAL**
DIRECTA				
CORTADOR	$ 375,00	160	0,01	$ 0,02
BORDADOR	$ 375,00	160	6	$ 9,38
OPERARIO	$ 375,00	160	1	$ 1,56
Total			7,01	**$16,43**

MP= materia prima

MO= Mano de obra

CF= costo fijo

CT= Costo total

MP+ MO= $24,49

CF= $77,50/33= $**2,35**

CF=costos fijos mensuales/# prendas a fabricar para el

CT=24,49+2,35**= $25,78**

CT=(MP+MO) + CF

Utilidad 30%= $**7,73**

U=CT*30%

SUBTOTAL= $33,51

Subtotal= CT+U

IVA12%= $4,02

IVA= subtotal + 12%

TOTAL, PRECIO AL PÚBLICO= 37,53

CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones y recomendaciones

7.1. Conclusiones

- ✓ Este proyecto integrador brinda la oportunidad de difundir los significados de la vestimenta de la cultura Cacha, para lo cual se realizó una investigación mediante el uso de técnicas de campo como la encuesta y la entrevista, realizadas a la población de dicha etnia, llegando a concluir lo siguiente:

Los bordados étnicos de la cultura Cacha por sus significados, símbolos, constituye una riqueza cultural y única en la que se pueden distinguir las siguientes características:

Espiral: Representa la mentalidad de los seres humanos del pueblo Cacha, donde hay un comienzo y un final, esto quiere decir en nacimiento y la muerte

Ese: Simboliza a la serpiente, donde comunica los distintos mundos, conocida también como Amaro o Amaru, quien es símbolo de protección como de destrucción. Además, representa el agua porque asciende y desciende por los tres mundos.

Doble espiral: Significa la correlación de dos fuerzas hacia un mismo centro

Zigzag: Representa a las montañas y a la tierra dios.

Cachana o cruz andina: Simboliza los puntos cardinales de los meses del año como también de la cosecha y proteger del bien y del mal.

Cada uno de los iconos antes mencionados son únicos que la diferencia de los demás.

- ✓ La cultura Cacha es una de las etnias más representativas del patrimonio cultural del Ecuador, gracias a su diversidad cultural, es una manifestación reconocida a nivel nacional e internacional. La principal característica de los vestuarios, son los bordados en los que se plasman los detalles culturales de esta rica tradición aborigen que han inspirado la confección de diversos trajes en la línea casual femenina con bordados étnicos resaltando atributos de comodidad, calidad en la confección y en los terminados en cada una de las prendas.

- ✓ La indumentaria con bordados, símbolos e interpretaciones revelan una amplia riqueza cultural. En los últimos tiempos la identidad cultural ha sido vulnerada por la pérdida de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento (elementos fundamentales dentro de un grupo social), de ahí que la elaboración de vestuario con bordados autóctonos, es una forma de ayudar a contribuir en el rescate de la identidad cultural.

7.2 Recomendaciones

Se recomienda a los jóvenes conocer la diversidad cultural en cuanto a las formas y estilos de los vestuarios con iconografías, símbolos, significados, mediante la vestimenta inculcar las diversidades culturales que tiene nuestro Ecuador, por medio de ello difundir a nivel nacional e internacional.

Se recomienda visitar el museo Pucara-Loma a todos los diseñadores, para que realice más diseños inspirados de aquella etnia, ya dentro de ello se encuentra la historia de la vestimenta

originaria de la cultura Cacha. Y desde esta perspectiva poder utilizar los materiales más adecuados en la elaboración de prendas que tengan bordados.

Muchos jóvenes desconocen las riquezas innumerables que tiene la cultura Cacha, poco a poco van dejando sus vestimentas por las influencias de la globalización, que traen prendas de moda más barato y no valoran lo nuestro. Por lo que se recomienda a U.T.A crear un almacén Universitario en donde se pueda vender los vestuarios con bordados, y desde ahí implementar, los gustos y preferencias a los estudiantes y consumidores en la adquisición prenda de moda que tenga bordados.

8 BIBLIOGRAFÍA

Acar, L. (2010). *Actas del diseño*. Buenos Aires, Argentina.

Acevedo, A. (2012). *Perfiles de consumidor*. Colombia.

Aires, U. d. (2014). Argentina.

Andrade, K. (8 de Octubre de 2013). *Grupos etnicos del Ecuador*. Obtenido de blogspot: http://etniasynacionalidadesecuador.blogspot.com/2013/10/pueblo-puruha.html

Asamblea Nacional . (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* . Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf

Banco Mundial. (13 de Mayo de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de http://datos.bancomundial.org/pais/ecuador

Barrios, B. (2010). *La antropometria en la moda*. Argentina.

Brother, s. (2017 de Junio de 2017). *Brother solution center Service & support web site*. Obtenido de Service & support web site: http://support.brother.com/g/b/faqend.aspx?c=us&lang=es&prod=hf_ex660eus&faqid=faqh00000004_000

Cacha, G. p. (06 de Noviembre de 2016). *Historia de Cacha*. Obtenido de http://www.cacha.gob.ec/index.php/ct-menu-item-15/ct-menu-item-17

Cásares, H. (1994). *México en el mundo de las colecciones de arte*. México D.F: Universidad Nacional de México.

Concustell. (9 de Agosto de 2016). *Ventamaquinascose*. Obtenido de http://ventamaquinascoser.com/maquinas-coser-industriales.php

Coronel, S. (2013). *Aportes del Diseño Grafico a la comunicacion comercial de la artesania urbana en el distrito Metropolitano de Quito*. Quito.

Costitucion del Ecuador . (2008). *Principios ambientales*. Quito: Asamblea Nacional.

Cubas, C. (Mayo de 2013). *Principios de Diseño*. Obtenido de http://eleternoretornodelonuevo.blogspot.com/2013/05/principios-de-diseno.html

Duque, Y. (2013). *PROPUESTA DE TRAJES DE ESPECTÁCULO INSPIRADOS EN LA CULTURA PURUHA PARA LA CANTANTE MARIELA CONDO (tesis pregrado)*. Quito.

Ecuador, C. (19 de marzo de 2011). *Identidad cultural*. Obtenido de https://sites.google.com/site/corajeecuador/identidad-y-cultura

Garces, F. (27 de Enero de 2012). *Cultura Puruha*. Obtenido de https://es.slideshare.net/FabinGarcs/cultura-puruh

Garcia, E. (Marzo de 2013). *Baul de la costura*. Obtenido de http://www.ohmotherminediy.com/como-tomar-las-medidas/

Gila, C. (2014). *Aplicación del Bordado al dibujo.* España: tesis de pregrado.

Gimena, M. (23 de Septiembre de 2012). *Diseño para industria de moda*. Obtenido de universos del vestuario: http://mezaproyectdesign.blogspot.com/2012/09/universos-del-vestuario.html

Guapisaca, R. (25 de Marzo de 2013). *Cultura Puruha*.

Hernández, L. (1979). *Elementos de probabilidad y estadística.* México: Onésimo.

Industrial, I. E. (s.f.). *Decreto ejecutivo 2393 reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente y del trababajo.* Ecuador, Quito.

INEC. (21 de Mayo de 2017). *Instituto Nacional de Estadistica y Censo* . Obtenido de Ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/

Jones, J. (2014). *Diseño de modas.* Condé Nast China: blume.

Lando, L. (11 de Junio de 2009). *Diseño de Modas.* Republica Dominicana. Obtenido de https://es.scribd.com/doc/16314476/diseno-de-modas

Lando, L. (2009). *Diseño de Modas (conceptos basicos).* Republica Dominicana: Secretaria de Estado de la cultura de la Republica Dominicana.

León, A. (1 de Abril de 2013). *Identidad cultural*. Obtenido de https://arturoleonb.wordpress.com/2013/04/01/identidad-cultural/

LIFESTYLEKIKI. (20 de Octubre de 2014). *Dominga, Moda, perpetua ecuatoriana*. Obtenido de http://lifestylekiki.com/2014/10/20/dominga-moda-perpetuamente-ecuatoriana/

LLorret, A. (2017). *NO ME TOQUES LOS TACONES*. Obtenido de https://nometoqueslostacones.com/2017/02/17/macrotendencias-primaveraverano-2017/

Lovato, S. (2014). *Análisis de la participación y evolución del sector textil en el Ecuador y principales determinantes en las ventas del sector en la economía Ecuatoriana, caso: Fabricación prendas de vestir, periodo 2000-2011 (Tesis de Grado).* Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6837/7.36.001414.pdf?sequence=4

Marquez, C. (26 de Agosto de 2014). Ropa indigena. *La ropa indígena con nuevos estilos se impone en Chimborazo*, págs. 6-7.

Medina, J. J. (2015). *Plan de marketing digital para la empresa Eureka a través de la implementación de un catálogo digital en la ciudad de Quito (Tesis de grado).* Quito: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.

Melissa. (11 de Junio de 2009). *Scribd*. Obtenido de https://es.scribd.com/doc/16314476/diseno-de-modas

Mendez, D. (2014). *Cultura Puruha-Cacha (Tesis).* Cuenca.

Mendez, D. (2015). *Indumentaria del Pueblo etnico de Puruha-Cacha (tesis pregrado).* Cuenca.

Microempresas, A. (2014). *Definición de tendencias macrotendencias.* Medellín .

Ministerio de Finanzas . (13 de Mayo de 2017). *Finanzas.gob.ec*. Obtenido de Finanzas.gob.ec: http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/DEUDA-SECTOR-P%C3%9ABLICO-DEL-ECUADOR_marzo2017-final.pdf

MIPRO; FLACSO. (Agosto de 2013). *Industrias.gob.ec*. Obtenido de Industrias.gob.ec: http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTRIALES_MIPYMES.pdf

Moreta, M. (31 de Diciembre de 2015). Moda indígena, en las vitrinas de los almacenes. *Moda Indigena*, págs. 7-8.

Noda, M. (02 de Mayo de 2017). Que es moda. *L a moda*, págs. 1-2.

Parroquial, G. (11 de Julio de 2016). *Designed by Ecuanegos.* Obtenido de http://www.cacha.gob.ec/index.php/ct-menu-item-15/ct-menu-item-17

Peréz, E. (17 de Enero de 2017). *Revistapym.com.co*. Obtenido de http://www.revistapym.com.co/10-tendencias-de-consumo-2017-segun-euromonitor

Post, G. (15 de Diciembre de 2016). *Landscape*. Obtenido de http://www.totallandscapecare.com/landscaping/pantone-2017-spring-colors/

produccion, A. d. (1 de Abril de 2014). *FCE-UBA*. Obtenido de http://admproduccionuba.blogspot.com/2014/04/layout-disposicion-de-instalaciones.html

Ramirez, D. (2016). La marca que innova el bordado. *Lideres*.

Retailer. (Septiembre de 2010). Obtenido de http://merchandisingestrategia.blogspot.com/2012/12/indice-de-saturacion-comercial.html

Rodriguez, K. (29 de Febrero de 2016). *blogspot.com*. Obtenido de http://katharodriges.blogspot.com/2016/02/orlon.html

Rosale, J. (8 de Octubre de 2015). El estilo étnico inspira a diseñadoras de Imbabura.

Saltzman. (2004). El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimente. En *Diseños basicos de la moda*. Buenos, Aires.

Sánchez, G. (2015). *entrepreneu*. Obtenido de https://www.entrepreneur.com/article/268753

SEMPLADES. (2013). *buenvivir.gob.ec*. Obtenido de http://www.buenvivir.gob.ec/web/guest

Sinchigalo, K. (2017). *Análisis del empleo y su incidencia en el Índice de Desarrollo Humano en el Ecuador durante el período 2005-2015 (Tesis de grado)*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.

Terra. (2 de Mayo de 2012). *Conoce los materiales que son pieza clave en las prendas*. Obtenido de Materiales que son pieza clave en las prendas: https://www.terra.com.co/vidayestilo/moda/conoce-los-materiales-que-son-pieza-clave-en-las-prendas,8a89c21618c07310VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html

Tito, M. (2015). *Apoyar, al sector artesanal mediante un estudio de factivilidad para implementacion de una microempresa dedicada a la produccion y comercializacion de bordados a mano de Zuleta ubicado en la Provincia de Imbabura 2015 (tesis pregrado*. Quito.

Vahdat, N. (4 de Febrero de 2017). Obtenido de http://accesorios.about.com/od/Perfiles/p/Carolina-Herrera.htm

Vladimir, C. (20 de Abril de 2016). *La cultura Puruha*. Obtenido de La maravillosa Cultura Puruha: http://cesarvladimirmuso1.blogspot.com/

Volpintesta, L. (2010). *Fundamentos del diseño de moda*. Argentina.

wgsn. (14 de Marzo de 2017). *miradacouture.com*. Obtenido de http://miradacouture.com/las-4-macrotendencias-de-2018-segun-wgsn/53264/

Wong, W. (2004). Fundamentos del diseño. En W. Wong, *Fundamentos del diseño* (págs. 7-24). Madrid, España: Gili, Gustavo.

Yaguachi, M. (7 de Mayo de 2017). Historia de la Parroquia Cacha. (M. Guamán, Entrevistador) Obtenido de Gad, Parroquial Cacha: http://www.cacha.gob.ec/index.php/ct-menu-item-15/ct-menu-item-17

Yaguachi, M. (7 de Abril de 2017). Vestimenta Cacha. (M. Guaman, Entrevistador)

Anexos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Encuestas

VIII. DIRIGIDO A: las mujeres de 25-35 años de edad de nivel económico medio y alto.

IX. OBJETIVO: La presente encuesta tiene como propósito identificar los intereses del consumidor sobre indumentaria casual con bordado étnico, para mujeres de 25-35 años, datos que servirán para desarrollar el Proyecto Integrador de Graduación.

X. INSTRUCCIONES:

Marque con una X o un visto en cada una de las casillas solicitadas, solo deberá seleccionar una opción por pregunta.

XI. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad ___

Estado Civil: Soltero ☐ Casado ☐ Divorciado ☐ Unión Libre ☐ Viudo ☐

Nivel de Educación: Ninguno ☐ Primario ☐ Secundario ☐ Tercer Nivel ☐ Cuarto Nivel ☐

XII. ASPECTOS ESPECÍFICOS:

10. ¿Qué considera como bordados étnicos?

Folclor ☐ Cultura ☐ Identidad ☐

11. ¿De acuerdo a su afinidad en comprar ropas de moda, que es lo primero que toma en cuenta?

Marca ☐ Calidad de tela ☐ Diseño ☐ Acabados ☐ Precio ☐

12. ¿Al momento de adquirir prendas de moda que le llama más la atención?

Bolsillos ☐ Adornos ☐ Sin bolsillos ☐ Cierres ☐ Botones ☐ Bordados ☐

13. ¿Dentro de que nivel económico se considera usted?

    Bajo ☐ Medio ☐ Medio alto ☐ Alto ☐

14. ¿Usted al momento de comprar indumentaria de moda, que lugares frecuenta para adquirirlo?

    Centros comerciales ☐ Internet ☐ Catalogos ☐

15. ¿La ropa casual de moda para que ocasiones utiliza?

    Trabajo ☐ Estudio ☐ Para ir de compras ☐ Fin de semana ☐

16. ¿Cuánto paga usted al momento de comprar vestimentas casuales?

    Menos de 30$ ☐ Entre 30$ y 60$ ☐ Entre 60$ y 90$ ☐

    Entre 90$ y 120$ ☐ Más de 120$ ☐

17. ¿Con que frecuencia usted compra vestimentas casuales de moda?

    Frecuente ☐ Poco frecuente ☐ Rara vez ☐

18. ¿Al momento de aquirir ropas casuales de moda cuales son los colores que prefiere?

    Colores calidos ☐ Frios ☐ Neutros ☐ Una mezcla de todos ☐ colores claros ☐

19. ¿Cree usted que al utilizar ropa con estilo etnico estaria valorizando?:

    Cultura ☐ Identidad ☐ Las dos anteriores ☐

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Entrevistas

XIII. DIRIGIDO A: Expertos desde la experiencia en bordado étnicos

XIV. OBJETIVO: La presente entrevista tiene como propósito identificar los intereses del consumidor sobre indumentaria casual con bordado étnico, para mujeres de 25-35 años, datos que servirán para el desarrollo del trabajo de titulación.

1. **¿Usted cuánto tiempo se demora para hacer bordados a mano en una prenda de moda?**

2. **¿Al momento de vender una prenda con bordados que es lo primero que toma en cuenta para fijar el precio?**

3. **¿Qué cantidad de ropas de moda con bordados étnicos producen a la semana y con cuantas personas?**

4. **¿Cree usted que una indumentaria casual femenina con aplicación de bordados Cacha tendría acogida en el público?**