

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

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

Tema: "Diseño de una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones, desarrolladas por niños de 6 a 10 años, para la empresa Confecciones Jaassmany"

Autora: Fatima Yessenia Moreno Corrales

Tutora: Mg. Sandra Catalina Varela Gallegos

Ambato – Ecuador

Julio – 2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de titulación sobre el tema:

Diseño de una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones, desarrolladas por niños de 6 a 10 años, para la empresa Confecciones Jaassmany de la alumna Fatima Yessenia Moreno Corrales, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho Proyecto de titulación bajo la Modalidad de Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Ambato, junio 2025

TUTORA

.....

Ing. Mg. Sandra Catalina Varela Gallegos

C.C.: 1803238680

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Fatima Yessenia Moreno Corrales con cédula de ciudadanía No 0550221097, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad de Proyecto Integrador bajo el tema: Diseño de una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones, desarrolladas por niños de 6 a 10 años, para la empresa Confecciones Jaassmany, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de integración curricular.

Ambato, junio 2025

AUTORA



.....

Fatima Yessenia Moreno Corrales

C.C.: 0550221097

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Moreno Corrales Fatima Yessenia con C.C.: 0550221097 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **DISEÑO DE UNA LÍNEA DE INDUMENTARIA INFANTIL CON LA INCORPORACIÓN DE ILUSTRACIONES SOBRE LAS EMOCIONES, DESARROLLADAS POR NIÑOS DE 6 A 10 AÑOS, PARA LA EMPRESA CONFECCIONES JAASSMANY** autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

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

Ambato, junio 2025

AUTORA



.....

Fatima Yessenia Moreno Corrales

C.C.: 0550221097

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad Proyecto Integrador sobre el **TEMA DISEÑO DE UNA LÍNEA DE INDUMENTARIA INFANTIL CON LA INCORPORACIÓN DE ILUSTRACIONES SOBRE LAS EMOCIONES, DESARROLLADAS POR NIÑOS DE 6 A 10 AÑOS, PARA LA EMPRESA CONFECCIONES JAASSMANY** de Fatima Yessenia Moreno Corrales, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de la Facultad de Diseño y Arquitectura de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, julio 2025

Para constancia firman:

_____

Título. Nombres y Apellidos
PRESIDENTE
C.C.

_____

Título. Nombres Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.

_____

Título. Nombres Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR
C. C.

DEDICATORIA

A mi madre Ana Corrales, por ser el pilar más firme en cada etapa de mi vida, por su esfuerzo silencioso, su amor incondicional y su constante fe en mí, incluso en los momentos en los que yo dudaba de mí misma, esta meta alcanzada también es suya porque me enseño el valor de la responsabilidad, perseverancia para alcanzar cada meta propuesta a lo largo de mi vida.

Ella fue la voz que me levantó cuando el desánimo toco a mi puerta, dedico este proyecto a la mujer que nunca dejo de creer en mí, me enseñó a avanzar con humildad y determinación por eso le dedico este proyecto con todo el amor y la admiración que mis palabras nunca alcanzaran a expresar por completo.

Fatima Yessenia Moreno Corrales

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme vivir esta experiencia académica con propósito por darme salud, la sabiduría y fortaleza para culminar con este proceso gracias por acompañarme en los momentos de duda.

A mi madre Ana Corrales por su apoyo, paciencia y fuerza han sido esenciales para alcanzar esta meta, gracias por confiar en mi incluso cuando yo dudaba de mí misma, por alentarme y por enseñarme con su ejemplo que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mis hermanos Yolanda, Alicia, Robinson, Ángela y Dayana gracias por estar a mi lado con amor respeto y alegría, por sus palabras de ánimo por sus silencios comprensivos por su compañía cada vez que los necesitaba me dieron calma y equilibrio en los momentos más exigentes.

A mi tutora Mg. Sandra Varela, por su generosidad y ser mi guía para lograr alcanzar este objetivo, a mis revisores Mg. Álvaro Vargas y Mg. Ricardo Morales gracias por compartir su conocimiento cada uno dejo huella en mi formación, no solo profesional, sino también humana, gradezco especialmente a quienes confiaron en mi proyecto, me orientaron con respeto y paciencia, y supieron guiarme con exigencia justa y oportuna. Esta tesis también lleva parte de sus enseñanzas.

A mi esposo por confiar en mí, por motivarme cuando sentía que no podía seguir, por su apoyo incondicional y a su familia por haberme apoyado cuando más los necesitaba.

A todos los que de alguna manera fueron parte de este camino, gracias por sumar, por acompañar y por creer. Esta etapa que hoy concluye deja en mí un aprendizaje profundo, no solo académico, sino vital.

Con amor Fatima Yessenia Moreno Corrales

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA ..... **i**
APROBACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**
DECLARACIÓN DE AUTORÍA ..... **iii**
DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**
DEDICATORIA ..... **vi**
AGRADECIMIENTO ..... **vii**
ÍNDICE GENERAL ..... **viii**
ÍNDICE DE TABLAS ..... **ix**
ÍNDICE DE FIGURAS ..... **xi**
RESUMEN EJECUTIVO ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 2

1. ANTECEDENTES GENERALES 2

1.1. Nombre del proyecto 2

1.2. Antecedentes (Estado de arte) 2

1.3. Justificación 9

1.3.1. Planteamiento del problema 10

1.4. Objetivos 11

1.4.1. Objetivo general 11

1.4.2. Objetivos específicos 11

CAPÍTULO II 12

2. MARCO REFERENCIAL 12

2.1. Marco conceptual 12

2.1.1. Variable Dependiente 13

2.1.2. Indumentaria infantil 13

2.1.2.2. Tipología de indumentaria 14

2.1.2.3. Línea infantil 16

2.1.3. Diseño con identidad 17

2.1.3.3. Resignificación y Reinterpretación 20

2.1.4. Colecciones infantiles 21

2.1.5. Variable independiente 28

2.1.6. Lenguaje de expresión no verbal 28

2.1.7. Ilustraciones infantiles 39

2.1.8. Emociones infantiles 43

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales 49

2.2.1. Visionario 56

CAPÍTULO III 58
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO 58
3.1. Análisis externo 58
3.1.1. Análisis PESTEL 58
3.1.2. Tendencias de consumo 67
3.1.3. Segmentación del mercado potencial 68
Segmentación de mercado potencial – Padres: 70
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia 72
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial 73
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 76
3.2. Análisis interno 80
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles 80
3.2.2. Análisis Cadena de valor 81
CAPÍTULO IV 85
4. MARCO METODOLÓGICO 85
4.1. Estudio de público objetivo 85
4.2. Selección de la muestra 85
4.3. Técnicas de estudio 87
4.3.1. Cualitativas 87
4.3.2. Modelo de Focus group y entrevista 87
4.4. Elaboración e interpretación de los datos “Focus Group” 93
Elaboración e interpretación de los datos “Entrevista uno” 97
Elaboración e interpretación de los datos “Entrevista dos” 101
4.5. Conclusiones 104
CAPÍTULO V 107
5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION 107
5.1. Cronograma de producción 107
5.2. Control de calidad 107

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 109
5.4. Requerimientos de mano de obra 110
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente 111
CAPÍTULO VI 112
6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA 112
6.1. Descripción del producto o servicio 112
6.2. Perfil del cliente 113
6.2.1. Moodboard del perfil del cliente 114
6.3. Identidad de marca 115
Concepto de la marca 115
Logotipo 115
Tipografía 116
Colores permitidos 117
6.4. Uso de la marca. 117
6.5. Análisis de color de la propuesta 118
6.5.1. Paleta de color de la propuesta 120
6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso). 121
6.6.1. Tendencia 121
6.7. Concepto de la propuesta. 121
6.8. Elementos del diseño 122
6.8.1. Siluetas 122
6.8.2. Proporción y línea 123
6.8.3. Función 123
6.8.4. Detalles 124
6.8.5. Estilo 124
6.8.6. Estampados, bordados y acabados, terminados 124
6.9. Materiales e insumos. 125
6.10. Sketch o bocetos 127
6.10.1. diseños planos por prenda o referencia de la colección 127

6.10.2. materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta..... 128
6.10.3. ilustraciones de la colección..... 130
6.11. Fichas técnicas (según el caso) 131
6.11.1. Ficha de diseño plano. 131
6.11.2. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado 140
6.11.3. Ficha de patronaje. 145
6.11.4. Ficha de despiece y escalado..... 154
6.11.5. Ficha de marcada..... 163
6.11.6. Ficha de ruta operativa. 172
6.11.7. Ficha de Textiles e Insumos 181
6.12. Photobook 190
6.13. Costos de producción 195
CONCLUSIONES..... 208
RECOMENDACIONES 210
BIBLIOGRAFÍA..... 211
ANEXOS..... 222

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variables 12
Figura 2: Variable Dependiente 12
Figura 3: Variable Independiente 13
Figura 4: Logo H&M 49
Figura 5: Logo de la marca Cóccole 50
Figura 6: Logotipo de la marca 52
Figura 7: Logotipo de la marca 53
Figura 8: Logotipo de la marca 55
Figura 9: Logotipo de la marca 56
Figura 10: Organizador gráfico del Análisis PESTEL 58
Figura 11: Objetivo 3 ODS 61
Figura 12: Formula del índice de saturación del mercado potencial 73
Figura 13: Índice de saturación del mercado potencial 74
Figura 14: Índice de Saturación del Mercado Potencial 75
Figura 15: Análisis Benchmarking 77
Figura 16: Cadena de valor adaptado a la empresa 81
Figura 17: Emoción de felicidad 89
Figura 18: Emoción de enojo 89
Figura 19: Emoción de tristeza 89
Figura 20: Emoción de graciosa 89
Figura 21: Emoción de asustado 89
Figura 22: Emoción de decepcionado 89
Figura 23: Emoción de preocupado 89
Figura 24: Emoción emocionada 89
Figura 25: Emoción de relajado 89
Figura 26: Emoción frustrada 89
Figura 27: Emoción aliviada 89
Figura 28: Emoción avergonzada 89
Figura 29: Niños posando frente a la escuela 90
Figura 30: Niños plantando flores en el jardín 90
Figura 31: Animales 90

Figura 32: Niños en el parque 90
Figura 33: Un día en familia 90
Figura 34: Niños jugando con cometas 90
Figura 35: Niñas en el campo 90
Figura 36: Un día lluvioso 90
Figura 37: Un día de viento 90
Figura 38: Casa 90
Figura 39: Un día de clases 90
Figura 40: Niños pintando 90
Figura 41: Un niño y una niña leyendo libros juntos arte de dibujos animados. .. 92
Figura 42: Camiseta M 92
Figura 43: Pantaloneta 92
Figura 44: Bermuda 92
Figura 45: Buzo M 92
Figura 46: Chompa 92
Figura 47: Pantalón 92
Figura 48: Camiseta Fuente: (Aliados Leonisa, 2025) 92
Figura 49: Short 92
Figura 50: Vestido Fuente: (H&M Hennes & Mauritz AB., 2025) 92
Figura 51: Buzo F 92
Figura 52: Chompa Fuente: (Columbia, 2025) 92
Figura 53: Pantalón Fuente: (Oechsle, 2025) 92
Figura 54: Mesa de corte 109
Figura 55: Taller de producción 110
Figura 56: Planchado y empacado 110
Figura 57: Brain Storming 112
Figura 58: Mapa de empatía 113
Figura 59: Moodboard 114
Figura 60: Logotipo para la empresa 116
Figura 61: Tipografía 116
Figura 62: Colores permitidos 117
Figura 63: Etiquetas 118

Figura 64: Aplicaciones en prendas 118
Figura 65: Aplicaciones empaque 118
Figura 66: Primera propuesta de color elegida por niños 119
Figura 67: Segunda propuesta de color por educadore y psicólogos 119
Figura 68: Análisis de la paleta de color de la tendencia “Bold & Blooming” .. 120
Figura 69: Propuesta de color 121
Figura 70: Moodboar de Tendencia “Bold & Blooming” 121
Figura 71: Dibujos planos femeninos 127
Figura 72: Dibujos planos masculinos 127
Figura 73: Ilustraciones de la colección 130
Figura 74: Diseños para prototipar 130
Figura 75: Ficha de diseño 1 131
Figura 76: Ficha de diseño 2 132
Figura 77: Ficha de diseño 3 133
Figura 78: Ficha de diseño 4 134
Figura 79: Ficha de diseño 5 135
Figura 80: Ficha de diseño 6 136
Figura 81: Ficha de diseño 7 137
Figura 82: Ficha de diseño 8 138
Figura 83: Ficha de diseño 9 139
Figura 84: Ficha de estampado 1 140
Figura 85: Ficha de estampado 2 141
Figura 86: Ficha de estampado 3 142
Figura 87: Ficha de estampado 4 143
Figura 88: Ficha de estampado 5 144
Figura 89: Ficha de patronaje 1 145
Figura 90: Ficha de patronaje 2 146
Figura 91: Ficha de patronaje 3 147
Figura 92: Ficha de patronaje 4 148
Figura 93: Ficha de patronaje 5 149
Figura 94: Ficha de patronaje 6 150
Figura 95: Ficha de patronaje 7 151

Figura 96: Ficha de patronaje 8 152
Figura 97: Ficha de patronaje 9 153
Figura 98: Ficha de despiece y escalado 1 154
Figura 99: Ficha de despiece y escalado 2 155
Figura 100: Ficha de despiece y escalado 3 156
Figura 101: Ficha de despiece y escalado 4 157
Figura 102: Ficha de despiece y escalado 5 158
Figura 103: Ficha de despiece y escalado 6 159
Figura 104: Ficha de despiece y escalado 7 160
Figura 105: Ficha de despiece y escalado 8 161
Figura 106: Ficha de despiece y escalado 9 162
Figura 107: Ficha de marcada 1 163
Figura 108: Ficha de marcada 2 164
Figura 109: Ficha de marcada 3 165
Figura 110: Ficha de marcada 4 166
Figura 111: Ficha de marcada 5 167
Figura 112: Ficha de marcada 6 168
Figura 113: Ficha de marcada 7 169
Figura 114: Ficha de marcada 8 170
Figura 115: Ficha de marcada 9 171
Figura 116: Ficha de ruta operativa 1 172
Figura 117: Ficha de ruta operativa 2 173
Figura 118: Ficha de ruta operativa 3 174
Figura 119: Ficha de ruta operativa 4 175
Figura 120: Ficha de ruta operativa 5 176
Figura 121: Ficha de ruta operativa 6 177
Figura 122: Ficha de ruta operativa 7 178
Figura 123: Ficha de ruta operativa 8 179
Figura 124: Ficha de ruta operativa 9 180
Figura 125: Ficha de textiles e insumos 1 181
Figura 126: Ficha de textiles e insumos 2 182
Figura 127: Ficha de textiles e insumos 2 183

Figura 128: Ficha de textiles e insumos 4 184
Figura 129: Ficha de textiles e insumos 5 185
Figura 130: Ficha de textiles e insumos 6 186
Figura 131: Ficha de textiles e insumos 7 187
Figura 132: Ficha de textiles e insumos 8 188
Figura 133: Ficha de textiles e insumos 9 189
Figura 134: Ficha de costos por prenda 1 195
Figura 135: Ficha de costos por prenda 2 196
Figura 136: Ficha de costos por prenda 3 197
Figura 137: Ficha de costos por prenda 4 198
Figura 138: Ficha de costos por prenda 5 199
Figura 139: Ficha de costos por prenda 6 200
Figura 140: Ficha de costos por prenda 7 201
Figura 141: Ficha de costos por prenda 8 202
Figura 142: Ficha de costos por prenda 9 203
Figura 143: Ficha de costos por prenda 10 204
Figura 144: Ficha de costos por prenda 11 205
Figura 145: Ficha de costos por prenda 12 206
Figura 146: Ficha de costos por prenda 13 207

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: *Autores y metodologías* 2
Tabla 2: *Prendas H&M* 50
Tabla 3: *Prendas de la marca Cóccole* 51
Tabla 4: *Prendas de la marca Petit Style* 53
Tabla 5: *Prendas de la marca Juliana: Moda infantil de 0 a 6 años* 54
Tabla 6: *Prendas de la marca Petit Gegant moda infantil* 56
Tabla 7: *Prendas de la marca Nekenia* 57
Tabla 8: *Segmentación de mercado Niños* 70
Tabla 9: *Segmentación de mercado Padres* 71
Tabla 10: *Análisis estratégico de la competencia* 78
Tabla 11: *Cuadro de análisis de Competencia* 79
Tabla 12: *Cuadro de selección de población y muestra* 86
Tabla 13: *Focus Group a realizar* 88
Tabla 14: *Transcripciones del Focus Group a niños de 6 a 10 años* 93
Tabla 15: *Modelo de entrevista para padres de familia* 95
Tabla 16: *Transcripciones de entrevistas a padres del grupo objetivo* 97
Tabla 17: *Modelo de entrevista para psicólogos y educadores* 100
Tabla 18: *Transcripciones de entrevistas a psicólogos y educadores* 101
Tabla 19: *Cronograma de producción* 107
Tabla 20: *Ficha de control de calidad de la producción* 108
Tabla 21: *Equipos e infraestructura para el proyecto* 109
Tabla 22: *Requerimiento de mano de obra para la producción* 111
Tabla 23: *Lista de textiles e insumos* 125
Tabla 24: *Ficha de textiles e insumos, usos y cuidados* 128

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación propone el diseño de una línea de indumentaria infantil basada en ilustraciones creadas por niños de entre 6 y 10 años, con el propósito de visibilizar sus emociones a través del lenguaje gráfico aplicado a la indumentaria. La iniciativa surge como respuesta a la falta de propuestas textiles que consideren el componente emocional en el diseño infantil, al tiempo que ofrece una alternativa creativa para que los infantes participen activamente en la construcción simbólica de su identidad.

A partir del análisis de investigaciones precedentes, se establece que el dibujo libre, los símbolos gráficos y los elementos visuales empleados por los niños contienen significados profundos relacionados con su mundo emocional. Estos hallazgos han permitido la construcción de un marco conceptual que respalda la integración de estas representaciones en el diseño de moda, evidenciando cómo las emociones pueden ser traducidas visualmente en piezas de vestuario funcionales, expresivas y coherentes con el usuario infantil.

La metodología propuesta se sustenta en enfoques participativos que consideran al niño como sujeto activo en el proceso creativo. A través de dinámicas enfocadas en la representación gráfica de emociones, se recopilan ilustraciones que serán incorporadas al diseño de prendas mediante técnicas textiles apropiadas. De este modo, se refuerza el carácter simbólico de la prenda como vehículo de expresión emocional y se promueve un diseño con identidad.

PALABRAS CLAVES: EMOCIONES, NIÑOS, IDENTIDAD, INDUMENTARIA, DISEÑO.

ABSTRACT

This research proposes the design of a children's clothing line based on illustrations created by children between the ages of 6 and 10, with the aim of visualizing their emotions through graphic language applied to clothing. The initiative arises in response to the lack of textile proposals that consider the emotional component in children's fashion design, while offering a creative alternative for children to actively participate in the symbolic construction of their identity.

Based on the analysis of previous studies, it is established that free drawing, graphic symbols, and visual elements used by children carry deep meanings related to their emotional world. These findings have allowed the construction of a conceptual framework that supports the integration of these representations into fashion design, showing how emotions can be visually translated into garments that are functional, expressive, and coherent with the user.

The proposed methodology is based on participatory approaches that consider the child as an active subject in the creative process. Through dynamics focused on the graphic representation of emotions, illustrations are collected and incorporated into clothing designs using appropriate textile techniques. In this way, the symbolic nature of clothing as a vehicle for emotional expression is reinforced, promoting a design with identity.

KEYWORDS: EMOTIONS, CHILDREN, IDENTITY, CLOTHING, DESIGN

INTRODUCCIÓN

El diseño de indumentaria infantil ha evolucionado hacia nuevas formas de comprender las necesidades del usuario, incorporando no solo aspectos funcionales y estéticos, sino también emocionales. En ese contexto, esta investigación propone una línea de indumentaria infantil que integra ilustraciones desarrolladas por niños de 6 a 10 años, como medio para expresar emociones de forma visual. Esta propuesta se enmarca en la creciente necesidad de generar productos que dialoguen con el mundo interior de los infantes y promuevan su bienestar emocional.

A través de una revisión bibliográfica exhaustiva, se han identificado antecedentes que demuestran cómo el dibujo libre y la expresión no verbal permiten a los niños exteriorizar sentimientos que, en muchos casos, no logran comunicar verbalmente. Investigaciones previas evidencian que las representaciones gráficas espontáneas poseen un alto contenido simbólico y emocional, convirtiéndose en herramientas valiosas para el análisis del desarrollo afectivo y social. Esta base teórica permite estructurar una propuesta de diseño con enfoque interdisciplinario.

La presente propuesta también responde a una necesidad comercial específica: la expansión de la empresa Confecciones Jaassmany hacia el mercado infantil. A pesar de su trayectoria en el ámbito de la confección para adultos, la marca aún no ha explorado el segmento infantil, lo cual representa una oportunidad estratégica. Incorporar ilustraciones originales realizadas por los niños no solo aporta un diferencial emocional al producto, sino que también fortalece el vínculo entre usuario y prenda, integrando creatividad, identidad y expresión emocional en cada diseño.

Desde una perspectiva social y pedagógica, la propuesta plantea beneficios significativos para el desarrollo emocional infantil. El proceso de creación compartida estimula la autoestima, la empatía y la comunicación visual entre los niños y su entorno.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

"Diseño de una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones, desarrolladas por niños de 6 a 10 años, para la empresa Confecciones Jaassmany"

1.2. Antecedentes (Estado de arte)

Tabla 1: *Autores y metodologías*

Autor / Año	Buscador	Metodologías de investigación
Puetate, 2024	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** focus group a los niños, ficha de observación para niños, entrevistas a padres de familia y profesores. **Número de investigados:** 7 niños, 10 padres de familia y 3 profesores. **Grupo de estudio:** Instituto Cedi Semillas Gregorianas. Ambato
Lascano, 2022	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** ficha de observación a niños y entrevistas a representantes **Número de investigados:** 12 niños, 1 director, 2 tutores y 1 estimuladora **Grupo de estudio:** Hogar Santa Marianita de la ciudad de Ambato.
Coronel, 2023	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** ficha de observación **Número de investigados:** no especificado **Grupo de estudio:** niños que practican skate en el parque Guatana de Cuenca.
Carrasco, 2020	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** ficha de observación **Número de investigados:** no especificado **Grupo de estudio:** Instituto de parálisis cerebral del Azuay en la ciudad de Cuenca
Sangucho, 2025	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** ficha de observación, entrevistas y matriz de autopsia del producto.

		Número de investigados: 25 niños, 10 padres de familia, 5 diseñadores de moda, 3 médicos pediátricos y 1 modelo de prenda regulable. **Grupo de estudio:** Centro de Desarrollo Infantil Universitario de la Universidad Técnica de Ambato.
Danika & Arce, 2022	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** ficha de observación en escala tipo Likert **Número de investigados:** 18 niños de 5 años **Grupo de estudio:** institución educativa inicial 264 de la comunidad nativa de Kusu, del distrito de Imaza, en la región Amazonas, Perú.
Escalada, 2023	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** observación directa en el aula **Número de investigados:** no especificado **Grupo de estudio:** Educación Infantil en el CEIP Ponce de León (Valladolid)
(Quintanilla Laura et al. 2022)	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** se empleó la prueba of Emotion Comprehension (TEC) de Pons y Harris (2000) **Número de investigados:** 103 niños entre 3 y 5 años **Grupo de estudio:** escuela infantil ubicada en la zona norte de la Comunidad de Madrid
Silva y Miraflores, 2025	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** metodología practica y participativa **Número de investigados:** 30 niños de 10 1 12 años **Grupo de estudio:** no especificado
Horcajo, 2020	Google Académico	**Técnicas utilizadas:** observación directa a través de tablas de observación complementadas con actividades prácticas basadas en el dibujo libre como forma de expresión emocional

		Número de investigados: 23 niños de 5 años **Grupo de estudio:** centro público de Educación Infantil y Primaria de la ciudad de Segovia centro de España
Nota: Elaboración propia (2025)		

Jennifer Puetate en su investigación *"Generación de indumentaria lúdica infantil a partir del análisis estético del vestuario de personajes de un videojuego"* 2024, aborda el diseño de indumentaria infantil mediante el estudio de aspectos estéticos de personajes de videojuegos. Puetate analiza cómo la estética y los elementos visuales de los personajes pueden adaptarse a prendas infantiles, buscando no solo generar ropa atractiva, sino también lúdica y con un enfoque en el desarrollo de la creatividad y el juego en los niños.

En su estudio señala la autora antes mencionada, la adaptabilidad de los conceptos gráficos a prendas de vestir y la influencia de diseño de personajes de videojuegos en la creación de la indumentaria con valor lúdico. Este enfoque permite considerar el diseño de ropa infantil desde una perspectiva innovadora, integrando elementos de la cultura popular y medios visuales interactivos.

Lascano Heidi, en su investigación *"Diseño de indumentaria que contribuya a desarrollar la motricidad de los niños de 3 a 5 años en la ciudad de Ambato"* 2022, se centra en el diseño de prendas infantiles que apoyen al desarrollo motriz de los niños en etapa preescolar. Lascano analiza como el diseño de indumentaria puede ir más allá de la funcionalidad y estética tradicional, integrando elementos que incentiven el movimiento y la exploración, favoreciendo habilidades motoras esenciales para esta edad. Su trabajo se basa en el estudio de necesidades motrices específicas para crear ropa que permita a los niños moverse libremente y experimentar diversas texturas, formas y colores.

Continuando con el análisis del diseño, es relevante por cuanto está dirigido a la moda infantil. Al presentar la indumentaria como expresión de vestir, puede tener un papel activo en el desarrollo físico y sensorial de los niños. La investigación de Lascano representa un precedente útil para este estudio, al demostrar la importancia

de diseñar prendas que integren aspectos pedagógicos y funcionales combinando moda y desarrollo infantil en un mismo enfoque.

Evelyn Coronel en su investigación *"Diseño de indumentaria infantil para skaters de 5 a 12 años de edad"* 2023 explora el diseño de ropa especializada para niños que practican skateboarding, teniendo en cuenta sus necesidades de seguridad, comodidad y estilo. Coronel analiza cómo los materiales, el ajuste y las características de la indumentaria puede mejorar la movilidad y la resistencia de las prendas, adaptándose a las demandas de esta actividad. Su estudio también considera aspectos de diseño que permite, expresar la identidad y el estilo urbano propio de la cultura skater, integrando tanto comodidad como estética juvenil.

En el área de diseño de indumentaria deportiva infantil, ya que evidencia como el diseño puede responder a actividades específicas, en este caso skateboarding, atendiendo tanto a los requerimientos de protección como el sentido de pertenencia a una subcultura. La investigación de coronel aporta una referencia importante para la creación de ropa infantil que combine funcionalidad y estilo, demostrando que la moda puede adaptarse a las necesidades y expresiones de identidad de los usuarios jóvenes en actividades deportivas.

María Carrasco, en su investigación *"Diseño de indumentaria desde la emoción"* 2020, plantea una aproximación innovadora al diseño de vestimenta, explorando la relación entre la moda y las emociones. A partir de un enfoque interdisciplinario, la autora analiza cómo los sentimientos y experiencias individuales pueden traducirse en elementos visuales y estructurales dentro de la indumentaria. Su estudio toma como referencia de conceptos de la psicología del color, la semiótica textil y la percepción sensorial, permitiendo comprender de qué manera los materiales, texturas y formas pueden evocar o intensificar determinadas emociones en quienes los portan.

Aunque el trabajo de Carrasco se desarrolla dentro del ámbito del diseño de moda, sus aportes resultan valiosos para investigaciones que abordan la relación entre el vestir y la identidad emocional. La autora vincula su análisis con teorías del diseño emocional y la simbología del vestuario, destacando cómo la ropa no solo cumple una función estética o utilitaria, sino que también actúa como un medio de comunicación

de estados anímicos y experiencias personales. Su estudio, además, enfatiza la importancia de considerar la dimensión emocional en los procesos de creación textil, lo que abre nuevas posibilidades para el diseño centrado en el usuario y la moda (Carrasco, 2020).

Camila Sangucho en su proyecto de titulación, "*Diseño de una colección de indumentaria regulable para el segmento de primera infancia del Centro de Desarrollo Infantil Universitario de la Universidad Técnica de Ambato*" 2025, su trabajo responde a la necesidad de prendas que se adapten a los cambios morfológicos propios del crecimiento infantil, garantizando comodidad, funcionalidad y durabilidad en el uso diario. Para ello, implementa un análisis detallado de las características físicas y actividades cotidianas de los infantes, proponiendo soluciones creativas a través de recursos textiles ajustables que permitan prolongar la vida útil de cada prenda.

Este estudio aporta una visión innovadora al diseño de moda infantil, integrando aspectos ergonómicos, estéticos y prácticos que responden tanto a las necesidades de los usuarios como a criterios de sostenibilidad. Además, resalta la importancia de comprender la importancia de comprender el entorno educativo como espacio de observación para identificar requerimientos específicos en la indumentaria. El proyecto de (Sangucho, 2025) sirve como referencia clave para futuras investigaciones que buscan vincular el diseño de vestimenta con el desarrollo infantil, al tiempo que plantea una alternativa responsable frente al consumo rápido de ropa en edades tempranas.

Danika y Arce, en su estudio *"El cuento como estrategia para mejorar la expresión oral de los niños, Imaza, Región Amazonas"* 2022, analizan el impacto del uso de cuentos en el desarrollo de la expresión oral en los niños. Su investigación se fundamenta en la importancia del cuento como recurso pedagógico, destacando su papel en la estimulación del lenguaje, la creatividad y la confianza en la comunicación verbal.

Si bien la investigación de Danika y Arce se centra en un contexto educativo específico, sus hallazgos resultan relevantes para estudios sobre estrategias didácticas

que promuevan el desarrollo lingüístico en niños. En particular, su trabajo aporta evidencia sobre la influencia del cuento en la interacción verbal y la construcción de significados, elementos esenciales en la adquisición del lenguaje. Además, al considerar el entorno cultural de Imaza, la investigación resalta la importancia de adaptar los relatos a la realidad sociolingüística de los niños, reforzando la pertinencia de los cuentos como herramientas de enseñanza en diversas comunidades(Danika y Arce 2022).

Lucía Escalada Anta, en su investigación *"Regulación de las emociones negativas a través de la literatura infantil, el yoga y mindfulness y la música. Programa de intervención en Educación Infantil"* 2023, plantea una metodología integral para abordar la gestión emocional en niños mediante herramientas como la literatura, el yoga, el mindfulness y la música. La autora enfoca su estudio en la educación infantil, evidenciando que la incorporación de estas estrategias favorece una mejor comprensión de las emociones negativas como la tristeza, la ira o el miedo. El enfoque pedagógico planteado permite que los infantes reconozcan sus estados emocionales y adquieran habilidades para autorregularse en entornos educativos.

Aunque su estudio se enmarca en el ámbito escolar, los hallazgos resultan significativos para otras áreas de desarrollo infantil, incluyendo el diseño textil y la expresión a través de la indumentaria. La relación entre emociones y procesos creativos abre nuevas posibilidades de intervención en contextos no formales donde los niños pueden representar sus emociones mediante ilustraciones aplicadas a productos de uso cotidiano, como la ropa. Esta perspectiva respalda iniciativas que buscan fomentar la inteligencia emocional desde una mirada transversal e interdisciplinaria (Escalada, 2023).

Quintanilla Cobián, Giménez Dasíb, Sarmento Henrique y Lucas Molina (2022) en su estudio *"La comprensión asincrónica de las emociones básicas: un estudio longitudinal con niños de 3 a 5 años"*, examinan como los niños de edad prescolar desarrollan la capacidad de identificar expresiones faciales y comprender causas de emociones básicas como alegría, tristeza, enfado y miedo. En su estudio identificó que las expresiones emocionales preceden a la comprensión de sus causas.

Aunque este estudio se centra en la evolución de la comprensión emocional en la primera infancia, sus hallazgos son relevantes para investigaciones sobre el desarrollo socioemocional y la educación infantil. Los autores destacan la importancia emocional de los niños, considerando las diferencias en la adquisición de la comprensión de cada emoción. Además, subrayan la necesidad de enfoques pedagógicos que reconozcan la progresión jerárquica en el conocimiento emocional, lo que puede ser fundamental para fomentar interacciones sociales saludables y un aprendizaje efectivo en los primeros años de vida (Quintanilla Laura et al. 2022).

Silva y Miraflores, en su estudio sobre *"Expresión corporal y lenguaje no verbal para el fortalecimiento de la comunicación asertiva, en niños de 10-12 años en riesgo de exclusión social"* 2025*,* subrayan la relevancia de las manifestaciones no verbales como medio esencial de comunicación en la primera infancia. Las autoras destacan que, en esta etapa de desarrollo, los niños utilizan mayormente el cuerpo y los gestos para expresar estados emocionales, necesidades o intención corporal, dado que su lenguaje verbal aún se encuentra en proceso de consolidación. A través de un análisis educativo, proponen que el uso consciente de la expresión en el aula y promover el reconocimiento emocional.

Este trabajo aporta a la comprensión del papel que desempeña la comunicación no verbal en el desarrollo integral de los infantes, especialmente en la construcción de habilidades sociales y emocionales. Las autoras sugieren que los docentes deben fomentar espacios que integren el movimiento y el cuerpo como herramientas espacios que integren el movimiento y el cuerpo como herramientas expresivas, no solo como medios de comunicación sino como recursos de aprendizaje. De este modo, se contribuye al desarrollo de la inteligencia emocional desde edades tempranas, promoviendo vínculos empáticos y un entorno educativo más afectivo y repetitivo (Silva & Miraflores, 2025).

Pilar Horcajo, es su trabajo de titulación *"La expresión de emociones a través del dibujo infantil: propuesta de intervención"* 2020, plantea una propuesta pedagógica que promueve el uso del dibujo como medio de expresión emocional en la etapa de Educación Infantil. Su estudio se fundamenta en la comprensión del desarrollo

evolutivo del dibujo y en el papel del docente como facilitador de espacios seguros para la comunicación afectiva.

Aunque su investigación se centra en el ámbito educativo, sus aportes resultan relevantes para otras áreas del diseño y la intervención artística, ya que vinculan la expresión gráfica infantil con procesos de autorregulación emocional. Su enfoque contribuye a comprender cómo las manifestaciones visuales espontáneas reflejan estados internos, lo cual puede aplicarse en proyectos interdisciplinarios relacionados con el diseño, la pedagogía y la psicología infantil (Horcajo Bartolomé 2020).

1.3. Justificación

Esta propuesta surge de la necesidad de ofrecer una indumentaria que no solo sea funcional, sino también educativa y significativa para los niños, brindándoles una herramienta para comprender y expresar sus emociones a través de la ropa. Este estudio es importante porque la moda infantil generalmente se enfoca en aspectos estéticos o funcionales, sin considerar el impacto emocional que pueden tener los niños. El incorporar las emociones en el diseño de las prendas representa una oportunidad para explorar cómo la ropa puede ser una forma de comunicación emocional para los pequeños. A través de este proyecto se busca llenar un vacío en la industria de la moda infantil, integrando elementos psicológicos y emocionales en el proceso de diseño. La investigación permitirá obtener datos valiosos sobre cómo los niños expresan sus sentimientos mediante el arte y cómo estos pueden reflejarse de manera efectiva en sus prendas, contribuyendo a su desarrollo emocional.

La relevancia y pertinencia de esta investigación radican en la innovación, que no solo aborda la moda desde una perspectiva estética, sino que también busca el bienestar emocional de los niños. Esta propuesta tiene un fuerte componente social, ya que promueve la empatía y el entendimiento de las emociones infantiles. Además, es pertinente para la empresa Confecciones Jaassmany, ya que actualmente confecciona ropa únicamente de adultos y busca expandir su mercado con una línea infantil. Esta diversificación le permitirá atraer a nuevos clientes, respondiendo a la demanda de prendas que combinen funcionalidad y valor emocional. Al integrar ilustraciones en las prendas, la marca podrá conectar de manera más profunda con su nuevo público objetivo, destacándose como una empresa que entiende las necesidades emocionales

de los niños, lo que generará un valor agregado para la marca. Este enfoque ofrece múltiples beneficios desde diversas perspectivas.

Desde el ámbito académico, este proyecto se sostiene como una alternativa viable y pertinente, ya que aborda la relación entre las artes visuales y el desarrollo emocional en niños (Arnás, 2025). La inclusión del dibujo como medio de expresión facilita que los menores expresen sus estados emocionales cuando no encuentran las palabras para hacerlo. Esta estrategia no solo estimula la creatividad, sino que también promueve una comprensión más profunda del mundo interior del niño, lo cual es factible dentro del contexto educativo y del diseño textil e indumentaria en el ámbito infantil (Melaños, 2024).

En el plano social, los principales beneficiarios de esta propuesta son los niños, quienes al participar en el proceso creativo fortalecen su capacidad de comunicación emocional. Compartir sus ilustraciones y verlas plasmadas en prendas de vestir refuerza su autoestima y fomenta la empatía al reconocer que otros también experimentan emociones similares. Además, las familias y docentes se benefician al contar con una herramienta visual que facilita el acompañamiento emocional en edades tempranas (Oñate, 2024).

Desde la perspectiva empresarial la implementación de esta línea infantil en Confecciones Jaassmany se proyecta como una estrategia útil aprovechar el recurso de ilustraciones originales creadas por los propios niños no solo agrega valor emocional al producto, sino que también permite utilizar maquinaria disponible optimizando así recursos internos. Este tipo de propuestas creativas permite diversificar la oferta y posicionar a la marca en un mercado competitivo mediante prendas cargadas de significado.

1.3.1. Planteamiento del problema

La indumentaria infantil actualmente no refleja las emociones de los niños, de modo que limita su capacidad de expresión. Los niños atraviesan una etapa de desarrollo emocional en la que necesitan formas de manifestar sus sentimientos. Sin embargo, no existen prendas que incorporen estas emociones de manera significativa. Este proyecto busca diseñar una línea de ropa que utilice ilustraciones creadas por los niños,

permitiéndoles expresar sus emociones a través de sus prendas. De esta forma, se promueve su desarrollo emocional y se ofrece una propuesta innovadora en el mercado.

La empresa Confecciones Jaassmany, a pesar de contar con veinte y cinco años de experiencia en la confección de prendas de vestir, no ha desarrollado hasta el momento una línea de indumentaria dirigida al público infantil, lo que representa una limitación en su diversificación comercial. Esta ausencia de oferta específica para niñas y niños restringe su alcance en un segmento de mercado con alto potencial. La investigación de este proyecto busca responder a esta necesidad no cubierta proponiendo una línea de indumentaria infantil que incorpore ilustraciones desarrolladas por niños permitiendo una ampliación del catálogo de productos de la empresa.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones desarrolladas por los niños de 6 a 10 años de la Unidad Educativa Liceo Militar Cap. Giovanni Calles, para la empresa Confecciones Jaassmany.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Fundamentar teóricamente la percepción de los niños de 6 a 10 años sobre las emociones a través de la representación gráfica, para establecer un marco conceptual que sustente el diseño de la línea de indumentaria infantil, mediante una revisión bibliográfica.

2. Desarrollar un Focus Group con los niños de 6 a 10 años, para fomentar la exploración y representación gráfica de sus emociones, mediante dinámicas creativas que permitan la generación de imágenes a ser incorporadas en el diseño de indumentaria.

3. Diseñar una línea de indumentaria infantil, para integrar la expresión emocional de los niños en las prendas, aplicando los nueve ámbitos del diseño.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco conceptual

VARIABLES

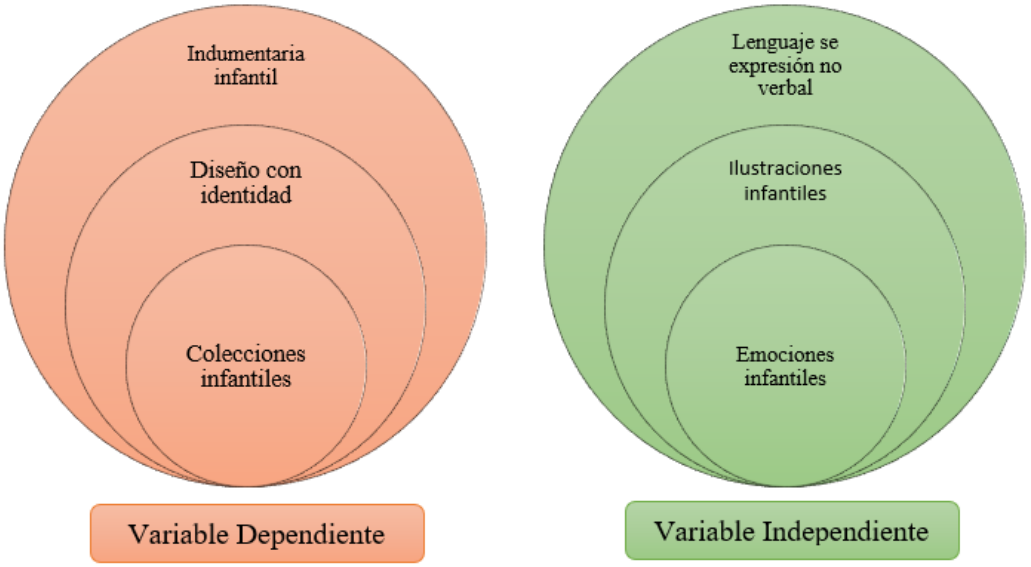


Figura 1: Variables
Fuente: Elaboración propia (2025)

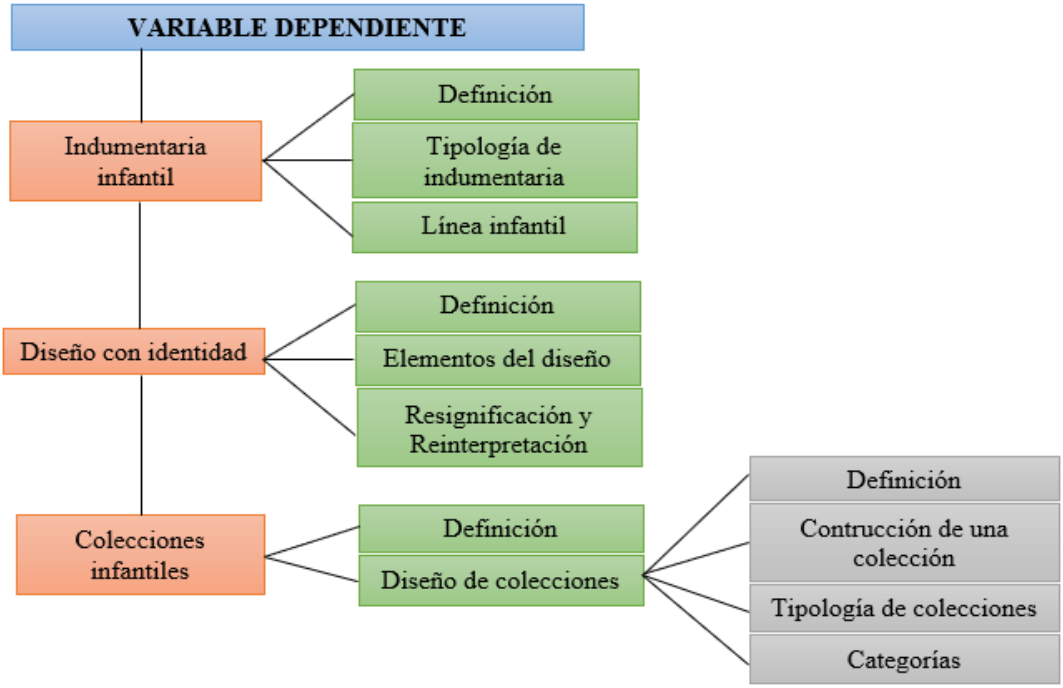


Figura 2: Variable Dependiente
Fuente: Elaboración propia (2025)

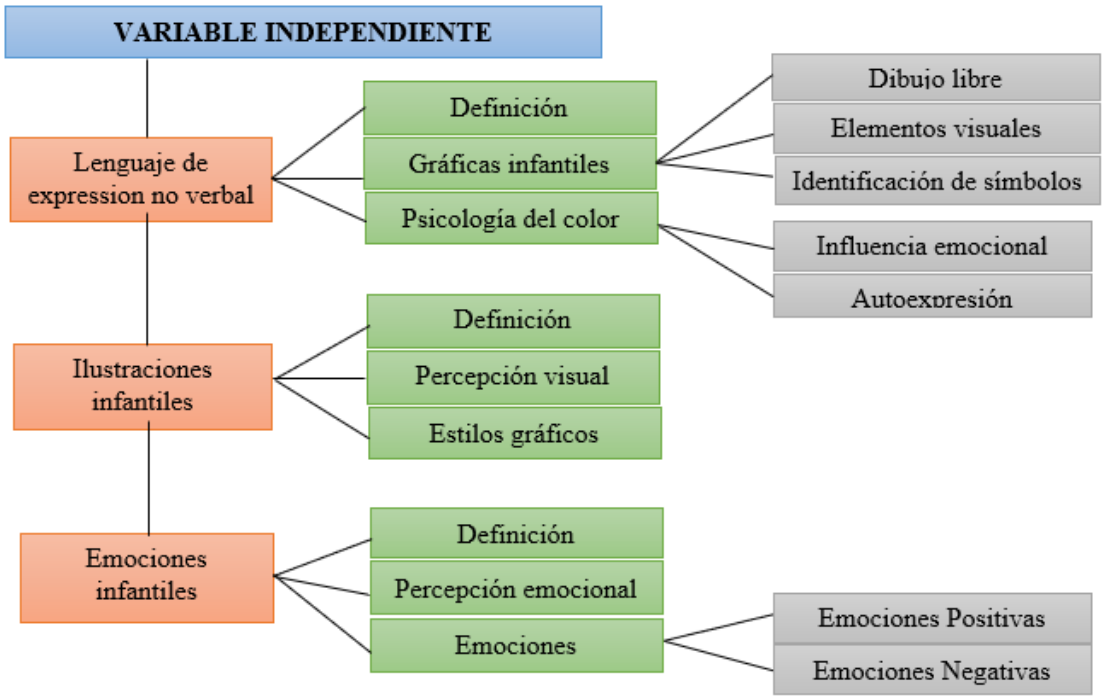


Figura 3: Variable Independiente
Fuente: Elaboración propia (2025)

2.1.1. Variable Dependiente

2.1.2. Indumentaria infantil

2.1.2.1. Definición

En el contexto del diseño argentino contemporáneo, Paula Miguel (2019) destaca cómo la construcción del diseño de indumentaria se ha transformado en una práctica simbólica que trasciende lo meramente funcional o estético, al incorporar discursos vinculados con la identidad, la subjetividad y la expresión personal. Esta mirada resulta pertinente para abordar la indumentaria infantil desde una perspectiva que reconozca a los niños no solo como destinatarios pasivos del vestir, sino como agentes capaces de proyectar emociones y vivencias propias a través del diseño. Al integrar ilustraciones elaboradas por los mismos infantes, se potencia la dimensión expresiva de la prenda, convirtiéndola en un medio de comunicación emocional y en un espacio legítimo para la participación creativa de la infancia (Miguel, 2019).

El diseño de indumentaria infantil implica un enfoque integral que combine la funcionalidad, comodidad y una estética acorde con las etapas del crecimiento. En este sentido, las prendas deben ser pensadas más allá de su carácter utilitario, considerando aspectos como la libertad de movimiento, la suavidad de los materiales y la influencia de los colores en el estado emocional de los niños. Así, la moda infantil se transforma en una herramienta que acompaña el desarrollo físico y psicológico del usuario, contribuyendo a la construcción de su identidad desde los primeros años de vida (Cola, 2016).

La indumentaria infantil ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, no solo en términos estéticos, sino también en su carga simbólica y funcional. Eva Malavolta, en su análisis titulado *"Nuevas vestimentas infantiles: ¿Moda o réplica de paradigma?"*, plantea que la moda para niños ha dejado de ser una simple réplica de las tendencias adultas para convertirse en un lenguaje propio, donde el vestuario refleja nuevas formas de ver la infancia. Esta evolución sugiere un cambio de paradigma que reconoce a los niños como sujetos activos con identidad, gustos y necesidades específicas, más allá de los estándares establecidos por el mercado o la cultura dominante. Así, el vestir infantil se convierte en un campo de diálogo entre el diseño, la autonomía y la construcción social de la niñez (Malavolta, 2024).

El diseño de indumentaria infantil requiere comprender al niño como un ser en constante desarrollo físico, emocional y cognitivo. Las prendas destinadas a esta etapa deben fomentar la independencia, facilitar el movimiento y propiciar la interpretación con el entorno mediante elementos visuales que estimules su imaginación. Además, es fundamental considerar que la ropa no solo cumple una función desde edades tempranas. Esta perspectiva aporta significativamente al enfoque de esta investigación, al justificar la creación de propuestas que respondan a las necesidades funcionales y simbólicas del usuario infantil.

2.1.2.2. Tipología de indumentaria

La tipología de indumentaria permite analizar las prendas desde una perspectiva integral, considerando elementos como su estructura, función, contexto de uso y carga simbólica. Esta clasificación no solo facilita la comprensión de las formas y materiales

empleados en su confección, sino que también revela cómo las prendas se ajustan a necesidades específicas de los individuos y de los entornos socioculturales a los que pertenecen. De este modo, el estudio tipológico se convierte en una herramienta clave para interpretar los códigos visuales y prácticos que configuran el vestir en distintos escenarios (Gonzales, I. 2024).

La clasificación de la indumentaria permite comprender cómo las prendas se configuran como vehículos simbólicos y funcionales dentro de un sistema social cambiante. Esta tipología no se limita a aspectos morfológicos o utilitarios, sino que abarca elementos emocionales, culturales y tecnológicos que influyen en la manera en que las personas se relacionan con el vestir. Desde esta perspectiva, el análisis tipológico se convierte en una herramienta para descifrar transformaciones identitarias, revelando cómo el cuerpo vestido actúa como un medio de diálogo entre el individuo y su entorno (Torre, 2023).

La vestimenta puede entenderse como un sistema estructurado que articula distintos niveles de significado según su contexto de uso y los códigos culturales que la rodean. Su clasificación trasciende lo meramente funcional, permitiendo una organización simbólica basada en la intención comunicativa del atuendo, ya sea de carácter individual o colectivo. Esta organización permite identificar formas específicas de indumentaria que actúan como marcadores sociales, tales como el uniforme, el traje ceremonial o el atuendo religioso, los cuales no solo representan una función sino también una afiliación o rol dentro de un grupo determinado (García M, 2021).

La construcción de una tipología de indumentaria exige comprender tanto sus componentes estructurales como sus implicaciones socioculturales. Esta categorización no se limita a la forma o función de las prendas, sino que abarca su capacidad comunicativa, emocional y simbólica, lo cual permite interpretarlas como códigos de expresión individual y colectiva. Desde enfoques actuales, se reconoce que el vestir integra dinámicas identitarias, históricas y tecnológicas que influyen directamente en el diseño y uso del vestuario. Este entendimiento integral resulta fundamental para la definición de categorías coherentes que respondan a contextos específicos de uso y permitan una lectura más precisa del lenguaje de la moda.

2.1.2.3. Línea infantil

La aplicación de métodos sistematizados en los procesos de confección infantil permite garantizar precisión en las proporciones, funcionalidad en el diseño y eficiencia de producción. En este contexto, se evidencia la necesidad de emplear procedimientos técnicos que respondan a las particularidades morfológicas de los niños, considerando sus rangos etarios y niveles de movilidad. Esto no solo se optimiza la calidad del producto final, sino que también favorece la estandarización en el desarrollo de colecciones, especialmente cuando se busca equilibrio entre confort, estética y producción a escala (Viracucha, 2018).

Desde una perspectiva de diseño sostenible, la adaptación de procesos técnicos en la confección de prendas para públicos específicos ha permitido desarrollar propuestas funcionales y estéticamente viables, que consideran tanto la comodidad como el bienestar del usuario. En este contexto, se han identificado enfoques metodológicos que priorizan el aprovechamiento total del material textil, reduciendo el impacto ambiental sin afectar las cualidades necesarias del producto final. Este tipo de iniciativas resulta especialmente relevante cuando se aplican en contextos que exigen particular atención morfológica, movilidad y uso cotidiano de las prendas (Guerrón, 2019).

Las líneas de indumentaria dirigidas al segmento infantil actualmente deben cumplir con múltiples exigencias relacionadas tanto con lo visual como con lo funcional. Las prendas no solo deben resultar atractivas y lúdicas para los niños sino también cumplir con estándares de seguridad dermatológica y responsabilidad ecológica. Esto ha impulsado a diversas marcas a replantear sus procesos optando por una fabricación consiente, en muchos casos local o regional, y eligiendo insumos con certificación sostenible que permitan no solo satisfacer al consumidor actual, sino contribuir a un entorno más saludable para las futuras generaciones (Russ, 2021).

El diseño de una línea infantil requiere una planificación rigurosa que considere tanto las características fisiológicas como las actividades cotidianas de los niños. Esta área de indumentaria debe equilibrar factores como el confort, la seguridad, la resistencia y la adaptabilidad de las prendas al crecimiento. Desde un enfoque funcional, se incorporan patrones específicos y estructuras que permitan libertad de

movimiento, a la vez que se optimiza el uso del textil. Estas estrategias no solo responden a las necesidades prácticas del usuario infantil, sino que también promueven valores de sostenibilidad y eficiencia dentro del proceso productivo.

2.1.3. Diseño con identidad

2.1.3.1. Definición

El diseño con identidad implica comprender al usuario desde su contexto cultural, emocional y social, con el objetivo de crear propuestas que no solo cubran necesidades funcionales, sino que también reflejen un sentido de pertenencia y autenticidad. Este enfoque permite integrar valores simbólicos y estéticos que conectan profundamente con quienes usan las prendas, fortaleciendo así su vínculo con lo que visten y con su entorno (Zaruma, 2019).

El diseño con identidad se convierte en una herramienta estratégica cuando logra representar de manera auténtica los valores y particularidades de una comunidad. A través de recursos visuales cuidadosamente seleccionados, es posible traducir elementos culturales, históricos y sociales en símbolos gráficos que fomentan el sentido de pertenencia. Este enfoque permite que los habitantes se reconozcan en lo diseñado, generando una conexión emocional con su entorno. Así, el diseño deja de ser solo una solución estética para convertirse en un puente entre la memoria colectiva y la proyección de una imagen coherente hacia el exterior (Chávez, 2016).

El diseño con identidad permite establecer una conexión entre los valores culturales y la expresión individual a través de elementos visuales y simbólicos que trascienden lo estético. Este enfoque considera no solo la funcionalidad y la apariencia, sino también el contexto social, histórico y emocional del usuario, promoviendo así una propuesta auténtica y significativa. Según (Aguilar, 2013), la incorporación de referentes personales y culturales en el proceso creativo fortalece la relación del usuario con el objeto diseñado, generando pertenencia y sentido de arraigo.

El diseño con identidad ha sido clave para comprender cómo los elementos culturales, simbólicos y emocionales se integran en el proceso creativo para generar propuestas auténticas y significativas. A partir del análisis de distintos enfoques, he podido reflexionar sobre cómo este tipo de diseño no solo comunica visualmente, sino

que también transmite valores y pertenencia, permitiendo una conexión más profunda entre el usuario y el objeto diseñado. Esta visión me ha servido como base para fortalecer mi propuesta, ya que me permite incorporar referentes que no solo embellecen, sino que tienen un trasfondo que aporta sentido y coherencia al resultado final.

2.1.3.2. Elementos del diseño

Según (Dondis, 2017), los elementos del diseño son componentes esenciales que conforman la base de cualquier composición visual. Estos elementos permiten estructurar, organizar y transmitir ideas de manera más efectiva, combinando aspectos funcionales y estéticos. Son herramientas fundamentales que los diseñadores utilizan para crear mensajes visuales que conecten con el público, evocando emociones, comunicando significados y estableciendo un equilibrio entre creatividad y funcionalidad.

El diseño de indumentaria, como disciplina, se configura mediante una interacción entre los elementos tangibles e intangibles, los cuales juegan un papel fundamental en la construcción visual y conceptual de las prendas. Los elementos tangibles incluyen aspectos como la silueta, la textura, la línea y la morfología, los cuales son esenciales para definir la estructura y forma de la prenda, mientras que los elementos secundarios, como el color y los materiales, tales como la simbología, impregnan a la indumentaria de significados más profundos, reflejando contextos sociales, culturales y emocionales. La fusión de estos elementos permite que el diseño trascienda la simple función de vestir, convirtiéndose en medio expresivo y comunicativo que transmite diversas capas de significado (Alvear, 2024).

Dentro del campo del diseño, los elementos como el color, la forma, la silueta y los detalles constructivos permiten establecer un lenguaje visual que conecta directamente con las percepciones y sensaciones del usuario. Su correcta aplicación no solo contribuye al equilibrio estético de una prenda, sino que también responde a necesidades funcionales y emocionales, generando propuestas coherentes con los intereses del público objetivo. Además, estos elementos inciden en cómo se interpreta la figura humana, permitiendo destacar o disimular ciertas zonas según la intención comunicativa del diseño (Zaruma, 2019).

Por otro lado (Wong, 1995) aborda los elementos del diseño como las bases fundamentales que estructuran cualquier composición visual. Estos componentes son herramientas esenciales que los diseñadores emplean para construir y comunicar mensajes visuales de manera efectiva. También describe cómo estos elementos actúan, cuando se utilizan de forma adecuada, generando armonía, equilibrio y dinamismo en las composiciones, permitiendo la interacción coherente entre forma, espacio y significado.

Los elementos conceptuales según (Wong, 1995) son componentes teóricos que, aunque no son visibles en una composición, estructuran y guían el diseño representando la esencia tangible que da forma a las ideas visuales actuando como base para organizar elementos perceptibles como el punto, la línea y el plano. Wong explica que estos elementos permiten a los diseñadores construir relaciones visuales, coherentes y significativas, resaltando la importancia de comprender lo tangible en el diseño para lograr resultados más efectivos.

Elementos visuales son componentes clave para estructurar un diseño eficaz. La forma define organización de los objetos y ayuda a crear estructuras claras en una composición. La medida es esencial para establecer jerarquías visuales generando contraste o armonía. Finalmente, la textura tanto visual como táctil, agrega profundidad y complejidad a las composiciones, enriqueciendo la experiencia del espectador (Wong, 1995).

(Wong, 1995) define elementos de relación como herramientas que permiten conectar y organizar los componentes de una composición visual estos incluyen la dirección que guía la mirada del espectador y genera movimiento en el diseño; la posición que establece la ubicación de los elementos dentro de un espacio; el equilibrio que distribuye el peso visual de manera armónica; y la gravedad que influye en la percepción de estabilidad o dinamismo. El autor señala que estos elementos son fundamentales para lograr cohesión y fluidez en una composición, asegurando que los elementos interactúen de manera efectiva para transmitir un mensaje claro y atractivo.

(Wong, 1995) describe los elementos prácticos como aspectos del diseño que están directamente relacionados con la funcionalidad y el propósito de una composición.

Estos incluyen la representación, que permite transmitir información específica sobre un objeto; el significado que conecta el diseño con las emociones, la cultura y los valores del espectador; y la función que garantiza que el diseño se cumpla su propósito práctico y comunicativo. Según Wong, estos elementos son esenciales para que un diseño no solo sea estético, sino también útil y significativo en su contexto, asegurando una interacción efectiva con el público al que está dirigido.

Los elementos del diseño son fundamentales para crear una línea de indumentaria infantil que refleje las emociones a través de las imágenes desarrolladas por los niños. El uso de elementos como la forma, el color, la textura y la proporción permite traducir las emociones expresadas en los dibujos de los niños, transformándolas en prendas que no solo cumplen una función estética, sino también emocional. De esta manera, el diseño se convierte en una respuesta directa y auténtica a las experiencias emocionales de los pequeños, buscando que cada pieza de indumentaria tenga un impacto significativo (Wong, 1995).

Los elementos del diseño permiten estructurar visualmente una propuesta que comunica de forma clara, armónica y funcional, aspectos fundamentales en la creación de indumentaria infantil. Comprender cómo se comportan el punto, la línea, la forma, el color, la textura y la composición, facilita la creación de prendas que no solo sean estéticamente agradables, sino también coherentes con el propósito comunicativo y emocional del proyecto. Además, el uso consciente de estos elementos ayuda a generar equilibrio visual, captar la atención del usuario y reforzar la identidad de cada diseño. Esta base conceptual resulta clave al momento de interpretar ilustraciones infantiles y traducirlas en prendas que respeten su esencia gráfica, integrando el juego y la emoción como parte del lenguaje visual de la colección.

2.1.3.3. Resignificación y Reinterpretación

Es un proceso que permite atribuir nuevos significados a un objeto o símbolo transformando la interpretación original según el contexto cultural o social. Este fenómeno refleja la capacidad de las culturas para reinterpretar y adaptar elementos de acuerdo con sus necesidades y valores actuales. Como lo explica (Fernandez, 2016) los significados de los objetos no son inmutables, sino que se redefinen constantemente en interacción con las dinámicas culturales.

La reinterpretación es un acto de reevaluar un objeto, concepto o práctica para asignarle nuevos significados o usos, adaptándolos a contextos contemporáneos y culturales específicos. Este proceso permite conectar elementos tradicionales con necesidades actuales, promoviendo la innovación sin desvincularse de su esencia original. Según (Cuellar J.M. & Ledesma L.A., 2020), la reinterpretación en el diseño es fundamental para construir propuestas que dialoguen entre la tradición y la modernidad, fomentando el dinamismo cultural y la creatividad en las disciplinas creativas.

La resignificación y la reinterpretación se manifiestan como procesos clave en el rediseño de conceptos estéticos y funcionales dentro del campo del diseño. Estas prácticas permiten transformar percepciones tradicionales, aportando una visión renovada que responde a contextos sociales, culturales y emocionales más inclusivos. En este sentido, se revaloran elementos usualmente subestimados, otorgándoles un nuevo significado a través de propuestas que integran identidad, confort y estilo. Así, se construyen discursos visuales que dignifican al usuario desde una perspectiva más consciente y empática (Zaruma, 2019).

La reinterpretación y la resignificación desempeñan un papel clave en este proyecto al permitir transformar las emociones expresadas por los niños en diseños que van más allá de lo funcional para convertirse en representaciones visuales con un profundo significado emocional. Este proceso posibilita que las imágenes creadas por los niños adquieran un nuevo valor dentro del contexto del diseño de indumentaria infantil, adaptándolas a las necesidades y expectativas de un mercado contemporáneo.

2.1.4. Colecciones infantiles

2.1.4.1. Definición

El diseño de colecciones dirigidas al público infantil requiere una comprensión profunda del entorno, intereses y necesidades del niño, permitiendo que cada prenda trascienda su función estética para convertirse en un vehículo de interacción, aprendizaje y bienestar. Diversos estudios demuestran que la incorporación de elementos visuales familiares y estimulantes en las propuestas de moda infantil puede fortalecer el vínculo emocional entre el niño y su indumentaria, además de fomentar

el desarrollo de habilidades sociales y cognitivas. En este contexto, el proceso creativo aplicado al diseño de colecciones orientadas a los más pequeños demanda un enfoque interdisciplinario, que integre referencias culturales, funcionalidad y una narrativa visual coherente con su mundo interior (Puetate, 2024).

La creación de propuestas de vestimenta dirigidas al público infantil requiere un enfoque integral que contemple tanto los aspectos funcionales como estéticos. El desarrollo de colecciones orientadas a este segmento implica atender las particularidades del crecimiento, el movimiento y las actividades propias de la infancia, asegurando confort, seguridad y expresión individual. Diversas investigaciones recientes destacan la importancia de diseñar productos que respondan no solo a necesidades básicas de vestimenta, sino también a contextos culturales y dinámicas sociales específicas, permitiendo que la indumentaria se convierta en un medio de identificación, pertenencia y desarrollo personal (Coronel, 2023).

El desarrollo de colecciones dirigidas al público infantil implica comprender profundamente las necesidades del usuario, así como el entorno en el que se desenvuelve. Estas propuestas deben trascender el objetivo estético, incorporando elementos que contribuyan a la formación integral del niño desde sus primeras etapas de vida. Estudios recientes resaltan la importancia de crear productos que, además de funcionales y ergonómicos, generen experiencias significativas, fomentando vínculos afectivos y promoviendo un desarrollo integral mediante estímulos visuales, táctiles y emocionales, lo cual puede lograrse a través de un diseño estratégico y consciente en cada colección (Venegas, 2016).

La creación de colecciones dirigidas a la infancia requiere comprender no solo las características físicas del usuario, sino también sus intereses, emociones y formas de interactuar con el entorno. Desde esta perspectiva, se resalta la importancia de diseñar propuestas que respondan a una lógica conceptual coherente, en la que cada prenda tenga un propósito dentro del conjunto, permitiendo narrar historias visuales que conecten con la sensibilidad infantil. Este enfoque enriquece el proceso creativo al integrar valores funcionales, simbólicos y expresivos en cada pieza (Aguilar, 2013).

El diseño de propuestas enfocadas en el público infantil requiere una planificación estructurada que contemple tanto las características físicas y cognitivas del usuario como su entorno social y cultural. Las colecciones desarrolladas con este enfoque no solo deben responder a criterios estéticos o funcionales, sino también incorporar elementos que favorezcan el crecimiento integral del niño. Desde una mirada contemporánea, se considera esencial que cada prenda sea pensada como parte de un sistema visual, educativo y emocional que conecte con los intereses del infante, permitiendo así experiencias significativas y estimulantes a través del vestir cotidiano.

2.1.4.2. Diseño de colecciones

2.1.4.2.1. Definición

El diseño de colecciones de moda es un proceso clave de la industria, donde no solo se requiere comprensión profunda del sector, sino también una mirada estratégica hacia las tendencias que predominan en las pasarelas en las principales ciudades de la moda. Según (Chio Lecca, 2023) la capacidad de anticipar estas tendencias es fundamental marcar la diferencia entre lo común y lo innovador. La creación de una colección no solo depende de la habilidad técnica del diseñador, sino también de su visión para transformar una idea en una propuesta visualmente coherente y de impacto. Este proceso creativo debe ser guiado por una planificación meticulosa que contemple todos los aspectos del diseño, desde la investigación de tendencias hasta la selección de materiales y la definición de la estética que refleje la identidad de la marca.

El diseño de colecciones implica un proceso estratégico en el que se articulan ideas, necesidades del usuario y referencias visuales para dar forma a una propuesta estética coherente. Este proceso requiere identificar un concepto guía, establecer un perfil de consumidor, seleccionar paletas de color, materiales, siluetas y detalles constructivos que respondan al mensaje que se desea comunicar. A través de esta planificación, se logra una narrativa visual que permite integrar funcionalidad y estilo en cada prenda (Zaruma, 2019).

El diseño de colecciones representa un proceso creativo y estructurado que integra investigación, conceptualización y desarrollo de propuestas coherentes dirigidas a un público objetivo específico. Esta actividad implica analizar tendencias, necesidades funcionales, aspectos estéticos y contextos socioculturales que influyen en la creación

de una serie de productos relacionados entre sí. La planificación adecuada de una colección permite ofrecer propuestas que mantienen una identidad visual clara, respondiendo a criterios de funcionalidad, comodidad y estilo, factores especialmente relevantes cuando se orientan a segmentos de edad específicos (Coronel, 2023).

El diseño de colecciones implica un proceso creativo donde se integra una visión coherente que responde a las necesidades específicas del usuario. Al considerar la funcionalidad, estética y contexto cultural, se buscan soluciones que permitan a las piezas vestir al individuo mientras se mantienen fieles a una identidad definida. Esta metodología no solo abarca la selección de materiales y formas, sino que también explora la armonía entre los elementos de la colección para crear un todo cohesivo que se exprese de manera clara y significativa (Aguilar, 2013).

El diseño de colecciones es un proceso integral que no solo busca la creación de piezas individuales, sino la estructuración de un conjunto armonioso que responda a las necesidades del usuario y se identifique con su contexto. En mi investigación, este enfoque se nutre de los estudios que abordan la cohesión entre forma, funcionalidad y estética, destacando cómo cada elemento debe encajar dentro de una narrativa visual que refuerce la identidad y expresión del usuario. Además, se considera fundamental la relación entre el diseño y las tendencias socioculturales que influencian las colecciones.

2.1.4.2.2. Construcción de una colección

La construcción de una colección de moda es un proceso que involucra varios pasos interrelacionados, desde la investigación de tendencias hasta la creación final de las prendas. Este proceso comienza con una fase de inspiración, donde el diseñador se sumerge en una variedad de fuentes, como las pasarelas, el arte, la cultura popular, e incluso las necesidades del mercado. Según (Chio Lecca, 2023), es crucial observar las tendencias actuales para entender que está marcando la pauta en la industria y adaptar esas influencias a la visión personal del diseñador. Posteriormente, se selecciona los materiales, los colores y las siluetas que se alinean con la idea principal de la colección, asegurando que cada prenda tenga coherencia tanto individualmente como dentro del conjunto.

La construcción de una colección requiere un desarrollo metodológico que parte de la observación y comprensión del usuario, continúa con la definición de un concepto y se concreta mediante recursos visuales y técnicos como moodboards, paletas cromáticas, siluetas, fichas técnicas y propuestas gráficas. Este proceso permite dar unidad al conjunto de prendas, garantizando que cada una responda a criterios estéticos, funcionales y emocionales. La organización cuidadosa de estos elementos asegura coherencia en el mensaje visual final (Zaruma, 2019).

La construcción de una colección se configura como un proceso dinámico e integral, donde la selección de siluetas, materiales y técnicas de confección se entrelaza para formar un conjunto visualmente coherente y funcional. En este proceso, se destaca la importancia de interpretar el contexto actual de manera creativa, lo que permite que cada pieza se articule de forma que contribuya a la identidad global del conjunto sin dejar de lado la innovación técnica. La coordinación de distintas fases desde la conceptualización y el estudio de tendencias contemporáneas, hasta la ejecución de prototipos y la validación en el mercado posibilita que la oferta final se destaque por su originalidad, versatilidad y capacidad de adaptación, respondiendo tanto a exigencias estéticas como a necesidades prácticas (García Prósper & Rodrigo Franco, 2021).

La construcción de una colección requiere de una visión integral que equilibre creatividad, funcionalidad y cohesión entre las piezas. Este proceso implica no solo la selección de materiales y formas, sino también la creación de una narrativa que conecte emocionalmente con el público objetivo. Los estudios sobre la construcción de colecciones enfatizan la importancia de un concepto unificado y la adaptación a las tendencias culturales, lo cual asegura que cada pieza, aunque única, contribuya al conjunto final de manera armónica y significativa.

2.1.4.2.3. Tipología de colecciones

Se refiere a las diversas categorías que definen las características y objetivos de colecciones según al mercado al que se dirigen. Existen colecciones prêt-à-porter, que están orientadas a la producción en serie y al consumo masivo, y colecciones de alta costura, que se distinguen por su exclusividad y la atención minuciosa al detalle, dirigidas a un público selecto. Por otro lado, las colecciones capsula son las más

limitadas en número y suelen enfocarse en propuestas innovadoras y funcionales que responden a necesidades temporales del mercado (Chio Lecca, 2023).

Cada tipo de colección requiere un enfoque diferente, tanto en el proceso de diseño como en la producción y comercialización, lo que hace que la tipología de colecciones sea un aspecto fundamental en la estrategia del diseñador para lograr sus objetivos estéticos y comerciales (García, 2018).

La tipología de colecciones permite clasificar las propuestas de diseño en función de su propósito, temporalidad o público objetivo, facilitando una planificación estructurada del proceso creativo. Esta categorización contribuye a definir la dirección conceptual de la colección, así como los recursos visuales y técnicos que se emplearán en su desarrollo. Al identificar el tipo de colección, se optimiza la coherencia entre las prendas y se garantiza una mejor respuesta a las expectativas del mercado (Zaruma, 2019).

Comprender las diferentes tipologías de colecciones me ha permitido estructurar mi propuesta de diseño de manera más clara y estratégica. Gracias a estos aportes teóricos, he identificado que cada colección responde a objetivos específicos, ya sea por temporada, concepto, público o función, lo que facilita tomar decisiones coherentes en cuanto a materiales, colores y formas. Esta clasificación también me ha ayudado a proyectar una narrativa visual sólida y adaptada a las necesidades reales del usuario, fortaleciendo así la identidad y funcionalidad de mi propuesta de diseño.

2.1.4.2.4. Categorías

En la moda infantil, existen varias categorías de ropa que se adaptan a las necesidades y actividades de los niños. Entre ellas, el jean es un básico, conocido por su durabilidad y versatilidad, siendo fácil de combinar con otras prendas. La ropa casual, como t-shirts, shorts y sudaderas, es ideal para el día a día, permitiendo comodidad para todas las actividades. Por otro lado, la ropa deportiva está diseñada específicamente para niños activos, ofreciendo libertad de movimiento y comodidad, mientras que los tejidos, como algodón, lana y seda, son seleccionados por sus características funcionales y confortables según la temporada y uso (Coronel, 2023).

La categoría de colecciones permite establecer una base organizativa en el desarrollo de propuestas de diseño, ya que define el enfoque general que tendrá el conjunto de prendas. Esta clasificación considera aspectos como el uso, la ocasión o el estilo de vida del usuario, lo que facilita la selección de materiales, paletas cromáticas y líneas estéticas acordes a las necesidades específicas del público objetivo. Además, proporciona un marco conceptual que orienta la coherencia visual y funcional de toda la propuesta (Zaruma, 2019).

Dentro del campo del diseño de moda, la clasificación de la vestimenta infantil permite una mejor comprensión de los usos y funciones que cumple cada tipo de prenda según el contexto en el que se desarrolla el niño. Esta categorización contempla opciones que van desde lo formal hasta lo deportivo, pasando por lo casual y funcional, respondiendo a las diversas actividades y situaciones del entorno cotidiano infantil. La estructuración de estas categorías resulta esencial al momento de desarrollar propuestas coherentes y ajustadas a las necesidades reales del usuario, integrando elementos como la comodidad, la movilidad y la estética. Estudios recientes han reforzado la importancia de esta segmentación como base para el diseño dirigido a la infancia, al considerar factores sociales, culturales y físicos que intervienen en el uso de la indumentaria (Coronel, 2023).

La vestimenta casual para la infancia se caracteriza por su funcionalidad y comodidad, permitiendo a los niños desenvolverse con libertad en actividades cotidianas. Estas prendas suelen incluir camisetas, pantalones de mezclilla, faldas, sudaderas y calzado ligero, priorizando materiales suaves y resistentes. Esta categoría refleja un estilo relajado, adaptable a diversas situaciones informales del día a día (Coronel, 2023).

En cuanto a la ropa formal, esta está destinada a ocasiones especiales como ceremonias o eventos institucionales. Se compone de trajes, vestidos, camisas, zapatos cerrados y accesorios que aportan una apariencia cuidada y elegante. A pesar de su enfoque estético, este tipo de vestimenta también busca adaptarse a las necesidades físicas de los niños sin limitar su movilidad (Coronel, 2023).

Por su parte, la vestimenta deportiva infantil responde a las exigencias de la actividad física, priorizando la elasticidad, transpirabilidad y resistencia de los materiales. Las prendas más comunes incluyen camisetas, pantalones cortos, leggins y calzado especializado, además de accesorios como gorras o protecciones. Esta categoría cumple un rol esencial al equilibrar rendimiento, seguridad y confort (Coronel, 2023).

Las categorías de colecciones son esenciales para entender cómo se agrupan las propuestas de diseño según diversos criterios, como la temporada, el público y la función. Al clasificar las colecciones, se facilita su adaptación a las tendencias y necesidades del mercado, lo que permite a los diseñadores ofrecer propuestas que sean relevantes y funcionales. Esta categorización también ayuda a establecer la estructura conceptual de la colección, asegurando que cada pieza cumpla con un propósito dentro del conjunto (Aguilar, 2013).

La categoría de colecciones se refiere a cómo las propuestas de diseño se agrupan según características específicas, como el propósito, la temporada o el público objetivo. Esta clasificación permite al diseñador crear colecciones que no solo sigan tendencias, sino que también respondan de manera efectiva a las necesidades funcionales y estéticas del usuario. A través de este enfoque, se facilita el proceso de creación, garantizando que cada pieza tenga un papel coherente dentro de un conjunto general, lo que potencia su impacto y relevancia en el mercado.

2.1.5. Variable independiente

2.1.6. Lenguaje de expresión no verbal

2.1.6.1. Definición

El lenguaje no verbal es fundamental en el desarrollo emocional infantil, especialmente en edades tempranas, cuando las habilidades lingüísticas aún están en proceso de desarrollo. A través de actividades como la pintura, los niños tienen la oportunidad de expresar sus emociones de manera intuitiva y sin la necesidad de palabras. Este tipo de lenguaje, que incluye gestos, expresiones faciales y acciones, permite que los niños comuniquen sus sentimientos de forma directa y genuina. Al emplear el arte como medio de expresión, se facilita una comunicación más libre y

natural, lo que contribuye significativamente a su comprensión y manejo de las emociones (Tarco, 2019).

El lenguaje de expresión no verbal cumple un papel fundamental en las etapas tempranas del desarrollo, ya que permite a los niños comunicar emociones, necesidades y estados de ánimo incluso antes de dominar por completo el lenguaje verbal. Este tipo de comunicación se manifiesta mediante gestos, posturas, miradas y expresiones faciales, facilitando la interacción con el entorno y con otros individuos. Estudios recientes han demostrado que estas manifestaciones no verbales no solo complementan el mensaje verbal, sino que en muchos casos lo sustituyen, funcionando como herramientas clave para interpretar el mundo social desde edades muy tempranas (Zabaleta L. & Bausela E., 2017).

El lenguaje de expresión no verbal constituye una herramienta fundamental para la comunicación humana, especialmente en etapas donde el lenguaje verbal aún se encuentra en desarrollo o resulta insuficiente para exteriorizar ciertos contenidos emocionales y simbólicos. A través de gestos gráficos, trazos, formas y elecciones cromáticas, los individuos, y en particular los niños, manifiestan estados internos, emociones y percepciones del entorno. Estas manifestaciones visuales adquieren un valor expresivo profundo, ya que permiten transmitir significados de forma espontánea, favoreciendo tanto la comprensión interpersonal como el autoconocimiento (Gutiérrez, 2020).

El lenguaje de expresión no verbal se manifiesta a través de formas visuales que permiten transmitir emociones, ideas y características personales sin necesidad de palabras. En este sentido, los elementos estéticos como el color, las formas y los estilos adoptados pueden reflejar aspectos del carácter, el estado de ánimo o la identidad de quien los porta. Esta forma de comunicación, especialmente en edades tempranas, se convierte en un canal poderoso para exteriorizar lo que muchas veces no se logra verbalizar, haciendo visible la personalidad y las influencias culturales a través de las elecciones visuales (Aguilar, 2013).

La comunicación no verbal representa una de las formas más tempranas y naturales de expresión, especialmente significativa durante la infancia, cuando los recursos

lingüísticos aún se están desarrollando. A través de gestos, posturas, trazos gráficos y elecciones visuales, los niños transmiten emociones, ideas y vivencias de manera espontánea. Estas manifestaciones ofrecen una vía alterna y complementaria al lenguaje oral, permitiendo interpretar necesidades internas, estados afectivos y formas particulares de comprender el entorno. Por ello, el lenguaje no verbal se convierte en una herramienta clave para analizar procesos de desarrollo emocional, cognitivo y social, así como para fortalecer la comprensión y el acompañamiento educativo.

2.1.6.2. Gráficas infantiles

Las representaciones gráficas que elaboran los niños en sus primeras etapas constituyen una vía significativa de comunicación emocional y cognitiva. A través de trazos espontáneos y formas simbólicas, expresan percepciones, estados anímicos y experiencias personales que muchas veces no logran verbalizar con claridad. Estas manifestaciones plásticas, lejos de ser simples dibujos, reflejan el desarrollo de su pensamiento, su creatividad y su capacidad para vincularse con su entorno. El análisis de estas producciones permite a los adultos comprender mejor las emociones y necesidades de los infantes, facilitando una intervención educativa más empática y efectiva (Tarco, 2019).

Las representaciones visuales dirigidas al público infantil requieren una comprensión profunda de los procesos de interpretación simbólica y las formas en que los niños construyen significados a partir de su entorno inmediato. En este sentido, ciertos estudios han evidenciado cómo el contexto social y escolar influye en la manera en que los menores expresan sus preferencias visuales, especialmente al interactuar con elementos gráficos que estimulan su imaginación y permiten una conexión emocional. Este enfoque permite diseñar propuestas visuales más empáticas, que dialogan con la percepción infantil a través del color, la forma y la narrativa visual (Raigosa, 2019).

Las producciones gráficas realizadas por niños constituyen una forma de comunicación visual rica en contenido simbólico y emocional. Estas representaciones permiten acceder a una mirada auténtica de su mundo interior, sus intereses y su manera particular de interpretar la realidad. A través de líneas, formas, colores y composiciones, los infantes expresan pensamientos, experiencias y emociones que

muchas veces no logran verbalizar. Por ello, las gráficas infantiles no deben ser vistas únicamente como ejercicios artísticos, sino como herramientas clave para el análisis del desarrollo cognitivo, afectivo y social (Gutiérrez, 2020).

Las gráficas infantiles juegan un papel esencial en el diseño, ya que utilizan símbolos visuales que los niños pueden identificar y comprender fácilmente. Estos elementos gráficos, como figuras de animales, colores vivos y formas sencillas estimulan la imaginación y el aprendizaje, al mismo tiempo que generan una conexión emocional. La inclusión adecuada de estas gráficas en los diseños permite crear productos que no solo son estéticamente atractivos, sino también funcionales y significativos para el público infantil (Aguilar, 2013).

Las producciones gráficas realizadas por niños constituyen una manifestación espontánea y significativa de su pensamiento, emociones y experiencias. Estas representaciones, lejos de ser simples ilustraciones, comunican intenciones, símbolos y estructuras que reflejan procesos cognitivos y culturales propios de su entorno. La exploración de estas expresiones visuales permite reconocer patrones comunes, formas de percibir la realidad y modos de construir sentido desde una mirada infantil. Por tanto, el análisis de estas creaciones se convierte en una herramienta clave para acceder al universo simbólico de la infancia y comprender mejor su desarrollo integral.

2.1.6.2.1. Dibujo libre

El dibujo libre constituye una herramienta significativa para explorar el universo simbólico de la infancia, permitiendo a los niños exteriorizar emociones, ideas y experiencias mediante representaciones espontáneas. Esta forma de expresión gráfica favorece la interpretación de sus procesos internos y revela aspectos de su entorno que influyen directamente en su manera de pensar y actuar. Investigaciones han demostrado que, a través del acto creativo sin restricciones, es posible observar patrones de comportamiento, preferencias visuales y formas particulares de conceptualizar el mundo, lo que enriquece la comprensión del desarrollo individual desde una perspectiva integral (Raigosa, 2019).

El dibujo libre constituye una herramienta fundamental en los procesos de expresión y exploración personal durante la infancia, ya que brinda al niño la

posibilidad de representar su mundo interno sin restricciones técnicas ni temáticas. Este tipo de actividad favorece la manifestación espontánea de emociones, ideas y percepciones, fomentando la creatividad y la autonomía en la toma de decisiones gráficas. Además, el dibujo no dirigido permite observar cómo el infante organiza el espacio, selecciona símbolos y combina elementos visuales en función de su experiencia y etapa de desarrollo, lo que lo convierte en un recurso valioso para interpretar su pensamiento y su vínculo con el entorno (Gutiérrez, 2020).

El dibujo libre constituye un medio expresivo a través del cual los niños representan espontáneamente su visión del mundo, sin las limitaciones propias de estructuras dirigidas o actividades pautadas. En este tipo de producciones gráficas, se hace evidente la influencia de referentes externos, así como la interiorización de ideas y roles sociales que forman parte de su entorno cotidiano. La riqueza visual de estas ilustraciones permite interpretar con mayor profundidad no solo las capacidades creativas de los niños, sino también sus procesos de construcción simbólica, identidad y percepción individual. Esta forma de expresión, al no estar condicionada, refleja con autenticidad los imaginarios que el niño ha formado desde su experiencia personal y cultural (Estibaliz Gutiérrez Ajamil et al., 2023).

El dibujo libre en la infancia permite una expresión auténtica del pensamiento y la emocionalidad del niño, al no estar condicionado por reglas formales o estructuras prediseñadas. A través de esta práctica gráfica, se revela la manera particular en que cada infante construye visualmente su entorno, usando elementos como el color, la proporción y la disposición de las formas de manera intuitiva y significativa. Esta libertad en la creación facilita el desarrollo de un estilo propio, potencia la imaginación y fortalece la conexión con su identidad gráfica desde edades tempranas (Alvarado, 2025).

El dibujo libre representa una de las formas más auténticas de expresión infantil, ya que permite exteriorizar pensamientos, emociones y vivencias sin condicionamientos técnicos o temáticos. Esta práctica favorece el desarrollo creativo, estimula la imaginación y refuerza la autonomía del niño en su proceso de construcción simbólica. Al no estar sujeto a normas preestablecidas, se convierte en una vía para identificar patrones de pensamiento, preferencias personales y elementos de su entorno cultural y

emocional. Además, posibilita una observación más genuina del desarrollo cognitivo y afectivo en la infancia, aportando claves valiosas para el análisis pedagógico y comunicativo.

2.1.6.2.2. Elementos visuales

Los elementos visuales presentes en las producciones gráficas infantiles constituyen una vía significativa de expresión simbólica, a través de la cual los niños proyectan su mundo interior, sus emociones y su interpretación de la realidad. Formas, colores, líneas y composiciones no solo comunican ideas, sino que revelan patrones de pensamiento y niveles de desarrollo visual y cognitivo. La observación de estas manifestaciones permite comprender cómo los infantes construyen su imaginario personal, integrando referentes culturales y experiencias propias en representaciones visuales cargadas de sentido (Gutiérrez, 2020).

Los elementos visuales presentes en las producciones gráficas infantiles cumplen un rol fundamental en la representación de ideas, emociones y construcciones simbólicas. A través del uso del color, las formas, la proporción, la disposición espacial y la elección de personajes u objetos, los niños configuran un lenguaje visual propio que traduce su comprensión del entorno. Estas decisiones gráficas no son aleatorias, sino que responden a procesos de interiorización y selección que reflejan tanto influencias externas como vivencias personales. Analizar estos componentes permite acceder a un universo interpretativo amplio, donde cada elemento aporta significado y contribuye a la construcción de una narrativa visual coherente (Estibaliz Gutiérrez Ajamil et al., 2023).

Los elementos visuales desempeñan un papel esencial en las representaciones gráficas creadas por los niños, ya que a través de ellos se configuran mensajes cargados de significado emocional, simbólico y narrativo. El uso intencional del color, la forma, el tamaño y la distribución espacial permite a los infantes comunicar sus ideas y percepciones de manera directa y comprensible. Estos componentes no solo aportan valor estético, sino que también revelan aspectos relacionados con el desarrollo cognitivo y emocional, evidenciando cómo cada niño interpreta y reconfigura su entorno visualmente. Analizar estos recursos es fundamental para comprender el

universo expresivo infantil desde una mirada profunda y respetuosa de su autenticidad creativa (Alvarado, 2025).

Los elementos visuales son fundamentales en el diseño, ya que son los encargados de transmitir las emociones y el mensaje de la propuesta. Estos incluyen aspectos como el color, las texturas, las formas y los materiales, los cuales deben ser cuidadosamente seleccionados para crear una armonía visual que atraiga al público. La combinación adecuada de estos elementos permite que el diseño sea más expresivo y conecte con las necesidades y expectativas del usuario final, garantizando que la pieza no solo sea funcional, sino también estéticamente significativa (Aguilar, 2013).

Los elementos visuales presentes en los dibujos de los niños revelan mucho más que simples elecciones estéticas; constituyen formas de organización del pensamiento, representación simbólica y proyección emocional. A través del trazo, la forma, el color, el tamaño y la disposición de los objetos dentro del espacio gráfico, es posible identificar patrones que comunican cómo el niño percibe su entorno y a sí mismo. Estas decisiones visuales no son casuales, sino que responden a una construcción interna vinculada a sus experiencias, aprendizajes e influencias culturales. Por ello, el análisis detallado de estos componentes ofrece una vía significativa para interpretar el contenido profundo de las gráficas infantiles y comprender mejor sus necesidades expresivas y emocionales.

2.1.6.2.3. Identificación de símbolos

La interpretación de los elementos simbólicos presentes en las producciones gráficas infantiles permite comprender los significados que los niños atribuyen a su entorno y a sí mismos. Las figuras que plasman, los colores que eligen y las composiciones que crean no son aleatorias, sino representaciones cargadas de intención comunicativa. Diversos estudios han evidenciado que, mediante estas manifestaciones visuales, es posible identificar patrones simbólicos que revelan intereses, emociones y vínculos con referentes culturales o sociales significativos. Esta lectura simbólica se convierte en una herramienta valiosa para analizar los procesos de percepción e interiorización que ocurren durante las etapas tempranas del desarrollo (Raigosa, 2019).

La lectura simbólica de las producciones visuales infantiles permite descubrir cómo los niños traducen su comprensión del mundo en formas gráficas llenas de significado. A través de la representación de objetos, personajes o situaciones, los infantes desarrollan un lenguaje visual propio que incorpora elementos culturales, afectivos y sociales. La identificación de estos símbolos resulta esencial para interpretar no solo lo que ven, sino también cómo lo sienten y lo reconfiguran desde su perspectiva. Esta capacidad simbólica fortalece su pensamiento abstracto y constituye una herramienta clave para el análisis profundo de sus manifestaciones artísticas (Gutiérrez, 2020).

La interpretación simbólica de los dibujos infantiles permite acceder a una comprensión más profunda del pensamiento, las emociones y las representaciones sociales que construyen los niños desde edades tempranas. A través de la identificación de elementos como personajes, objetos, colores y escenarios, es posible reconocer símbolos que reflejan tanto influencias culturales como vivencias personales. Estas representaciones visuales no solo comunican ideas de forma gráfica, sino que también configuran estructuras de significado que ayudan a descifrar la forma en que los niños perciben su realidad, construyen su identidad y proyectan sus roles dentro de su entorno (Estibaliz Gutiérrez Ajamil et al., 2023).

La identificación de símbolos en gráficos infantiles se refiere al uso de imágenes, formas y representaciones visuales que resuenan con la percepción y el entendimiento de los niños. Estos símbolos pueden ser animales, objetos cotidianos o figuras abstractas, que son fácilmente reconocibles y comprensibles para ellos. El uso adecuado de estos símbolos en el diseño de colecciones permite crear una comunicación visual efectiva que estimula la imaginación y fomenta la conexión emocional, ayudando a construir una narrativa visual que atrae al público infantil (Aguilar, 2013).

El análisis de las representaciones gráficas realizadas por niños permite identificar una gran variedad de símbolos que reflejan su forma de entender y procesar el mundo que los rodea. Estas imágenes, lejos de ser simples dibujos, contienen significados profundos relacionados con sus experiencias, emociones y construcciones culturales. Reconocer dichos símbolos posibilita una interpretación más amplia del pensamiento infantil y ofrece herramientas valiosas para comprender sus necesidades

comunicativas, creativas y sociales. La simbología presente en sus creaciones visuales actúa como un canal expresivo que complementa y, en muchos casos, sustituye el lenguaje verbal, permitiendo acceder a aspectos esenciales de su desarrollo.

2.1.6.3. Psicología del color

Desde una perspectiva psicológica, los colores poseen la capacidad de incidir significativamente en el comportamiento y estado emocional de los individuos, influyendo en la percepción sensorial del entorno. Moncayo (2015) señala que cada tonalidad puede provocar respuestas específicas en las personas, vinculándose estrechamente con experiencias subjetivas, culturales y contextuales. La autora destaca que esta influencia va más allá de lo estético, ya que determinadas gamas cromáticas pueden inducir sensaciones de calma, dinamismo, calidez o frialdad, siendo fundamentales en la configuración de ambientes que favorezcan el bienestar. Así, el conocimiento y uso adecuado del color puede contribuir a generar atmósferas más funcionales y armoniosas (Moncayo, 2015).

Los estímulos visuales derivados de las tonalidades ejercen una influencia significativa sobre los procesos afectivos y cognitivos de las personas, al activar respuestas emocionales que pueden variar según la intensidad, temperatura y luminosidad del color. (Sonia M. Peláez Becerra, 2016) sostienen que la experiencia cromática no solo tiene un impacto perceptual inmediato, sino que también está mediada por factores culturales y asociaciones previas, generando reacciones diferenciadas entre los individuos. Esta interacción entre color y emoción forma parte de un mecanismo de interpretación sensorial que contribuye a la construcción de significados y decisiones, reflejando la complejidad con la que las personas responden a su entorno visual.

El color actúa como un recurso expresivo de alto valor comunicativo, especialmente en contextos donde el lenguaje verbal aún no está completamente desarrollado. A través de la elección cromática, los individuos, y particularmente los niños, pueden manifestar emociones, estados de ánimo y percepciones que muchas veces no logran verbalizar. Los tonos cálidos o fríos, la intensidad del color y su combinación dentro de una composición visual ofrecen pistas sobre los significados que se intentan transmitir de manera simbólica. En este sentido, el uso del color se convierte en una

forma de lenguaje no verbal que revela aspectos profundos del mundo emocional del niño y su vínculo con lo representado (Alvarado, 2025).

El color posee un poder comunicativo que trasciende el lenguaje hablado, convirtiéndose en una vía efectiva para expresar emociones, sensaciones y estados de ánimo de forma no verbal. En contextos visuales, especialmente durante la infancia, la elección cromática responde a impulsos emocionales y percepciones internas que se proyectan de manera espontánea. Ciertos tonos pueden asociarse con alegría, calma o energía, mientras que otros reflejan miedo, tristeza o tensión, permitiendo interpretar el estado emocional del emisor sin necesidad de palabras. Esta dimensión simbólica del color, cargada de significados tanto universales como subjetivos, lo convierte en un recurso clave para el análisis de expresiones gráficas y de la comunicación no verbal en general.

2.1.6.3.1. Influencia emocional

La influencia emocional del color en los niños es un factor relevante en el proceso de expresión y comprensión de sus sentimientos, ya que los colores pueden evocar respuestas emocionales que facilitan la comunicación no verbal. En el contexto de la pintura, los colores pueden tener un impacto directo en cómo los niños experimentan y expresan sus emociones. La relación entre el color y la emoción permite que los niños utilicen la pintura no solo como una herramienta creativa, sino también como un medio para explorar y externalizar sus estados emocionales, facilitando un proceso de autoconocimiento y de desarrollo emocional (Tarco, 2019).

El color ejerce una influencia directa sobre las emociones, convirtiéndose en un medio visual capaz de evocar sensaciones que impactan tanto en quien crea como en quien observa. Desde esta perspectiva, la selección cromática no es meramente estética, sino que responde a un sistema de asociaciones emocionales que pueden variar según la experiencia personal, el contexto cultural y la etapa de desarrollo. Ciertos tonos tienden a generar respuestas emocionales específicas, como tranquilidad, alegría, energía o melancolía, lo que permite que el color actúe como un canal simbólico de comunicación emocional. Esta dimensión perceptiva y afectiva lo convierte en un elemento clave dentro de las producciones visuales que buscan conectar con el espectador a través del lenguaje no verbal (Alvarado, 2025).

Los colores poseen la capacidad de incidir directamente en el estado emocional de quienes los perciben, generando sensaciones que pueden ir desde la tranquilidad hasta la excitación. Esta influencia se ejerce a través de asociaciones culturales y respuestas psicológicas que atribuyen significados simbólicos a cada tonalidad. Como resultado, determinados colores evocan emociones específicas, condicionando la forma en que se interpreta y reacciona frente a una imagen o personaje, y estableciendo un vínculo inmediato entre lo visual y lo afectivo (Ruiz, 2024).

El color posee una carga emocional que influye significativamente en la forma en que las personas perciben y se conectan con las imágenes visuales. Cada tonalidad puede provocar una respuesta afectiva distinta, activando recuerdos, estados de ánimo o sensaciones específicas que enriquecen el mensaje transmitido sin necesidad de palabras. Esta relación entre color y emoción es especialmente relevante en producciones gráficas dirigidas a públicos sensibles, como el infantil, donde la selección cromática no solo embellece, sino que comunica intenciones, ambientes y significados profundos. Comprender este vínculo permite utilizar el color como un recurso expresivo capaz de reforzar el lenguaje no verbal y generar empatía en el observador.

2.1.6.3.2. Expresión emocional

La manera en que los individuos comunican su identidad está profundamente ligada a elementos visuales que permiten reflejar pensamientos, sentimientos y aspiraciones personales. (Peláez Sonia et al., 2016) afirman que ciertos códigos simbólicos, percibidos a través de lo sensorial, son utilizados como medios de proyección del yo, facilitando la construcción de una imagen propia ante los demás. Este proceso de manifestación individual se nutre tanto de experiencias internas como de factores socioculturales, permitiendo que las personas articulen su subjetividad mediante elecciones que les otorgan sentido de pertenencia, diferenciación y autenticidad en contextos diversos.

El color actúa como un canal poderoso de expresión emocional, permitiendo exteriorizar estados afectivos a través de recursos visuales cargados de simbolismo. En contextos creativos, la elección cromática refleja de manera inconsciente sentimientos como alegría, calma, ansiedad o tristeza, convirtiéndose en una

herramienta eficaz para comunicar lo que no siempre puede ser dicho con palabras. Esta forma de expresión no verbal adquiere especial relevancia cuando se analiza la espontaneidad con la que se aplican ciertos tonos en la representación gráfica, revelando la conexión entre la emoción y la imagen. Así, el color no solo decora, sino que comunica y revela el mundo interior del creador (Alvarado, 2025).

El uso del color también funciona como un medio expresivo que permite proyectar emociones de manera visual, incluso en ausencia de palabras. A través de combinaciones cromáticas específicas, es posible representar estados afectivos como alegría, ira, serenidad o tristeza, dotando a la imagen de una carga emocional que refuerza su impacto comunicativo. Esta representación visual de las emociones facilita la empatía del espectador y enriquece la interpretación del mensaje desde un plano afectivo (Ruiz, 2024).

Durante la infancia, el color se convierte en una vía espontánea y poderosa para manifestar emociones que aún no logran ser verbalizadas con claridad. La elección intuitiva de ciertos tonos por parte de los niños refleja estados emocionales vinculados a su mundo interno, permitiendo interpretar sentimientos como alegría, temor, entusiasmo o tristeza. Este tipo de expresión no requiere de estructuras lingüísticas complejas, ya que los matices cromáticos comunican por sí mismos de manera efectiva. Al observar sus elecciones gráficas, es posible identificar cómo el color funciona como un lenguaje emocional visual, facilitando el entendimiento de su estado afectivo y ofreciendo herramientas valiosas para el análisis de su desarrollo emocional.

2.1.7. Ilustraciones infantiles

2.1.7.1. Definición

Las ilustraciones infantiles juegan un papel crucial en el desarrollo emocional de los niños, ya que ofrecen una vía accesible para que expresen y comprendan sus sentimientos. A través de actividades pictóricas, los niños pueden canalizar sus emociones y darles forma, facilitando su comunicación emocional de manera no verbal. Estas ilustraciones no solo permiten a los niños procesar sus experiencias internas, sino que también estimulan su creatividad, mejorando su capacidad de interpretación y expresión. El uso del arte como medio para expresar emociones

favorece un desarrollo socioemocional saludable, brindando a los niños herramientas para identificar y gestionar sus sentimientos de manera adecuada (Tarco, 2019).

Las ilustraciones dirigidas al público infantil cumplen un papel esencial en la comunicación visual, ya que permiten transmitir ideas de forma creativa, cercana y comprensible para los niños. Estas representaciones no solo captan la atención, sino que también despiertan emociones, estimulan la imaginación y contribuyen al desarrollo de una identidad visual coherente en productos dirigidos a este grupo etario. Al ser aplicadas en contextos como el diseño y la moda, adquieren un valor estético y funcional que refuerza la narrativa del producto, conectando de manera efectiva con las necesidades y expectativas del público infantil (Morales, 2018).

Las ilustraciones creadas por los niños representan una forma privilegiada de expresión simbólica y emocional, mediante la cual proyectan sus pensamientos, intereses y experiencias personales. Estas manifestaciones gráficas no solo permiten observar su desarrollo perceptivo y motriz, sino también explorar cómo construyen significados a partir de referentes culturales, sociales y afectivos. A través del dibujo, el niño configura un lenguaje visual propio que comunica ideas complejas sin necesidad de palabras, convirtiendo sus creaciones en valiosas fuentes de interpretación del mundo que lo rodea (Gutiérrez, 2020).

Las ilustraciones realizadas por niños constituyen una valiosa vía de expresión a través de la cual se manifiestan sus emociones, pensamientos y formas de interpretar el entorno. Estas representaciones gráficas permiten explorar no solo el desarrollo motor y cognitivo, sino también los referentes simbólicos que construyen a partir de sus experiencias personales, sociales y culturales. El análisis de estos dibujos revela patrones, elecciones cromáticas y composiciones que dan cuenta de sus intereses, estados emocionales y niveles de comprensión del mundo. Por ello, estas creaciones no deben considerarse meros ejercicios artísticos, sino herramientas significativas para el estudio del desarrollo integral infantil.

2.1.7.2. Percepción visual

La percepción visual juega un papel fundamental en el desarrollo de los niños, ya que a través de ella logran interpretar y entender los estímulos que los rodean. En el

contexto del arte, la percepción visual no solo se limita a la observación de formas y colores, sino que también involucra el proceso de asignar significados emocionales a las imágenes que los niños crean. Este proceso se ve influenciado por su capacidad para reconocer y representar elementos visuales de su entorno, lo que les permite expresar sentimientos y emociones de manera simbólica. A través de la pintura, los niños pueden proyectar sus estados emocionales, utilizando los colores y las formas para reflejar experiencias internas que, de otro modo, podrían ser difíciles de comunicar con palabras. La interacción entre la percepción visual y la expresión emocional favorece el autoconocimiento y el desarrollo emocional de los niños (Tarco, 2019).

La percepción visual constituye un proceso cognitivo fundamental mediante el cual las personas interpretan y organizan estímulos del entorno a través de la vista, permitiendo la comprensión de formas, colores y estructuras que configuran la realidad. Esta capacidad se desarrolla desde la infancia y es clave para la construcción de experiencias significativas, ya que influye directamente en la manera en que los individuos interactúan con los objetos y el espacio que los rodea. Según (Ham, 2020), esta percepción no solo permite identificar elementos visuales, sino que también facilita el reconocimiento de patrones y el establecimiento de relaciones entre ellos, siendo esencial para fomentar habilidades cognitivas y emocionales desde etapas tempranas del desarrollo.

La percepción visual constituye un proceso esencial en la interpretación del entorno desde edades tempranas, ya que permite a los niños captar, organizar y dar sentido a los estímulos que reciben a través de la vista. Esta capacidad se vincula estrechamente con el desarrollo cognitivo y comunicativo, al facilitar la comprensión de expresiones, gestos y comportamientos ajenos. Diversas investigaciones han demostrado que la mirada no solo cumple una función receptiva, sino también expresiva, lo que convierte a la percepción visual en una herramienta clave para establecer vínculos sociales y responder de forma adecuada a las interacciones cotidianas (Zabaleta L. & Bausela E., 2017).

El desarrollo de la percepción visual durante la infancia cumple un rol determinante en la forma en que los niños comprenden y se relacionan con su entorno. Esta

capacidad no solo permite captar imágenes, formas y colores, sino que también facilita la construcción de significados y la interpretación de señales sociales y emocionales. Diversos estudios han destacado que, mediante la observación activa, los infantes son capaces de decodificar estímulos visuales complejos, lo que influye directamente en sus procesos de aprendizaje, comunicación e interacción. Esta habilidad se convierte, por tanto, en un recurso clave al momento de generar experiencias visuales significativas y adaptadas a su etapa de desarrollo.

2.1.7.3. Estilos gráficos

Las producciones gráficas realizadas por los niños presentan una notable diversidad de estilos que reflejan tanto su desarrollo evolutivo como su experiencia personal y entorno sociocultural. Estas diferencias pueden observarse en el trazo, la composición, la elección de colores, el nivel de detalle y la forma de representar figuras y espacios. Reconocer y valorar estos estilos permite identificar particularidades en la manera de percibir e interpretar la realidad, promoviendo una comprensión más profunda del pensamiento visual infantil. Además, estos rasgos gráficos son manifestaciones auténticas de identidad y creatividad que deben ser interpretadas más allá de criterios estéticos convencionales (Gutiérrez, 2020).

Los estilos gráficos en las producciones visuales infantiles reflejan la diversidad de influencias, experiencias y niveles de desarrollo que caracterizan a cada niño. Estas variaciones se manifiestan en aspectos como la definición del trazo, el uso del color, la composición espacial y la representación de formas humanas o simbólicas. Lejos de responder a un modelo uniforme, cada estilo revela una manera única de construir visualmente la realidad, influenciada tanto por el entorno como por los propios procesos de exploración creativa. Observar estas diferencias permite no solo valorar la originalidad de cada propuesta gráfica, sino también reconocer la riqueza expresiva y comunicativa que poseen las ilustraciones infantiles (Estibaliz Gutiérrez Ajamil et al., 2023).

La ilustración infantil presenta una diversidad de estilos gráficos que responden tanto a la técnica empleada como a la intención comunicativa del creador. Estos estilos se manifiestan a través de variaciones en el trazo, el color, la proporción y la expresividad de las figuras, lo que permite representar distintas atmósferas y

personalidades en los personajes. La elección entre líneas suaves o marcadas, colores planos o texturizados, y siluetas más o menos esquemáticas no solo obedece a criterios estéticos, sino también a la necesidad de generar conexión con el público infantil. Analizar estas decisiones gráficas permite comprender cómo el lenguaje visual influye en la percepción y recepción de los contenidos ilustrados (Alvarado, 2025).

Los estilos gráficos presentes en las ilustraciones dirigidas al público infantil se caracterizan por su diversidad visual y por la intencionalidad expresiva que los define. Cada trazo, color, forma y composición responde no solo a una elección estética, sino también a una necesidad de comunicación adaptada a la edad, el entorno y las emociones de los niños. Estas variantes gráficas pueden evidenciarse en el uso de líneas suaves o marcadas, proporciones exageradas o simplificadas, y gamas cromáticas que transmiten sensaciones específicas. La identificación y análisis de estos estilos permiten comprender cómo se construyen narrativas visuales que favorecen la conexión emocional y cognitiva con el público infantil, fortaleciendo el vínculo entre el mensaje visual y su receptor.

2.1.8. Emociones infantiles

2.1.8.1. Definición

Las emociones infantiles son un aspecto crucial en el desarrollo psicológico y social de los niños, especialmente durante los primeros años de vida. En esta etapa, los niños comienzan a reconocer y expresar sus sentimientos, aunque a menudo les resulta difícil verbalizarlos. Las emociones, como la alegría, el miedo o la tristeza, se manifiestan a través de comportamientos y expresiones no verbales, como el llanto o las sonrisas. La capacidad de los niños para identificar y manejar sus emociones se ve favorecida por actividades que les permiten exteriorizar lo que sienten de forma creativa, como la pintura. Esta práctica les brinda un espacio para explorar y comprender sus emociones de una manera más accesible y significativa, promoviendo su bienestar emocional (Tarco, 2019).

Las emociones en la infancia juegan un papel crucial en el desarrollo socioemocional de los niños, especialmente en el contexto escolar. Los niños en edad preescolar experimentan una gama de emociones que, si no se gestionan

adecuadamente, pueden afectar su interacción social y su rendimiento académico. En este sentido, el fortalecimiento de la conciencia emocional y la regulación de las emociones se presenta como una estrategia clave para mejorar la convivencia en el aula y fomentar un ambiente de aprendizaje positivo. A través de diversas actividades y enfoques pedagógicos, los niños pueden aprender a identificar y comprender sus emociones, lo que les permite manejar mejor sus reacciones ante situaciones conflictivas y construir relaciones más saludables con sus compañeros y docentes (Naranjo, 2024).

Durante la etapa preescolar, los niños atraviesan procesos emocionales que son determinantes para su desarrollo personal y social. En este contexto, la expresión emocional se convierte en una herramienta clave para fortalecer la comunicación y fomentar relaciones interpersonales saludables. Según (Tenjo et al., 2022) señalan que cuando los niños reciben el acompañamiento adecuado para identificar y expresar sus emociones, se favorece el desarrollo de habilidades como la empatía, el autocontrol y la resolución de conflictos, aspectos esenciales en su formación integral.

Durante la infancia, las emociones cumplen un rol esencial en el desarrollo integral, ya que inciden directamente en la manera en que los niños interactúan con su entorno y construyen sus primeras relaciones sociales. A lo largo de este proceso, se ha identificado que el reconocimiento y la validación emocional contribuyen a una mayor seguridad en sí mismos y a una comunicación más efectiva. Además, los espacios educativos que fomentan la expresión emocional desde edades tempranas fortalecen competencias como la empatía, el autocontrol y la sana convivencia, aspectos fundamentales para su bienestar y aprendizaje.

2.1.8.2. Percepción emocional

La percepción emocional en los niños pequeños es un aspecto fundamental en su desarrollo, ya que les permite identificar y comprender sus propios sentimientos, así como los de los demás. Durante la etapa de 3 a 4 años, los niños comienzan a experimentar una mayor conciencia sobre sus emociones, aunque a menudo no cuentan con el vocabulario necesario para expresarlas verbalmente. En este contexto, actividades como la pintura se convierten en herramientas efectivas para facilitar la expresión y la comprensión de las emociones, ya que permiten a los niños representar

visualmente lo que sienten. Al involucrarse en estas actividades, los niños no solo desarrollan habilidades motoras y cognitivas, sino que también profundizan en su capacidad para reconocer y manejar sus emociones de manera más efectiva (Tarco, 2019).

La capacidad de reconocer y comprender las emociones propias y ajenas es fundamental para el desarrollo integral de los niños en edad escolar. Esta habilidad, conocida como percepción emocional, les permite identificar señales afectivas en diferentes contextos, favoreciendo una interacción más empática y consciente con su entorno. Al desarrollar esta competencia, los niños logran una mejor adaptación social, ya que pueden anticipar reacciones, responder de manera asertiva a diversas situaciones y fortalecer vínculos interpersonales. La implementación de estrategias educativas orientadas a potenciar dicha percepción ha demostrado ser efectiva para promover relaciones armoniosas en el espacio educativo y consolidar una base emocional estable desde la infancia (Naranjo, 2024).

La capacidad de reconocer las propias emociones y las de los demás constituye un proceso clave en la formación emocional infantil. Este reconocimiento temprano permite a los niños identificar señales afectivas tanto internas como externas, lo que facilita una mejor adaptación al entorno y fortalece su interacción social. Además, este tipo de percepción se relaciona directamente con el desarrollo de habilidades como la empatía y la autorregulación, elementos fundamentales para una convivencia armoniosa y un aprendizaje significativo desde los primeros años de vida (Tenjo et al., 2022).

La percepción emocional en la infancia representa una base fundamental para el desarrollo de habilidades socioemocionales, ya que permite a los niños identificar y comprender tanto sus propios estados afectivos como los de los demás. Esta capacidad se fortalece cuando se estimulan experiencias que vinculan el reconocimiento de emociones con el entorno cotidiano, favoreciendo la regulación emocional y la construcción de vínculos saludables. Al integrarse en contextos pedagógicos adecuados, estos procesos contribuyen de forma significativa al bienestar infantil y al desarrollo de la empatía, la conciencia emocional y la expresión afectiva.

2.1.8.3. Emociones

Las emociones desempeñan un papel esencial en los procesos de percepción y decisión, al constituirse como respuestas psicofisiológicas que permiten interpretar y reaccionar ante estímulos del entorno. Según (Peláez Sonia et al., 2016), estas respuestas no solo se manifiestan a nivel interno, sino que también influyen en la conducta observable de las personas, facilitando la conexión entre lo sensorial y lo racional. Los autores subrayan que las emociones no se generan de manera aislada, sino que son producto de interpretaciones subjetivas influenciadas por la memoria, la experiencia y el contexto cultural. Este componente emocional cumple una función adaptativa que guía las elecciones cotidianas y las relaciones con el entorno.

Las emociones durante los primeros años de vida constituyen una vía esencial para que los niños puedan establecer vínculos afectivos, comprender su entorno y desarrollar habilidades sociales. Estas manifestaciones emocionales, aunque en muchos casos no se expresan verbalmente, se evidencian a través de señales claras como la expresión facial, los movimientos corporales o la forma de relacionarse con los demás. Diversos estudios han señalado que reconocer y responder adecuadamente a estas expresiones favorece no solo la comunicación interpersonal, sino también el desarrollo emocional y cognitivo del infante, permitiendo una integración más saludable dentro de su contexto social (Zabaleta L. & Bausela E., 2017).

Las emociones forman parte esencial del desarrollo humano, ya que influyen en la forma en que los individuos perciben, interpretan y responden a los estímulos del entorno. Durante los primeros años de vida, estas manifestaciones afectivas se convierten en mecanismos primarios de interacción y adaptación, permitiendo a los niños establecer vínculos afectivos, regular su comportamiento y explorar el mundo que los rodea. La expresión emocional, aunque inicialmente rudimentaria, evoluciona conforme se fortalece el sistema nervioso y se amplían las experiencias sociales, convirtiéndose en un componente clave para el desarrollo del pensamiento, la comunicación y la construcción de la identidad (Babativa, 2017).

Las emociones cumplen un papel esencial en el desarrollo humano, especialmente durante la infancia, cuando se convierten en una de las principales vías de interacción con el entorno. Estas respuestas afectivas permiten al individuo expresar sus

necesidades, establecer vínculos y adaptarse a diferentes situaciones sociales. Desde una perspectiva integral, se reconoce que el componente emocional influye tanto en los procesos cognitivos como en los comportamientos observables, formando una base fundamental para la construcción de la identidad y la regulación del propio estado interno. Además, su manifestación a través del cuerpo, el rostro y la conducta no verbal constituye un lenguaje silencioso, pero profundamente significativo que complementa y en ocasiones sustituye la comunicación verbal.

2.1.8.3.1. Emociones Positivas

Las emociones positivas cumplen una función esencial en el desarrollo social y afectivo durante la infancia, ya que permiten establecer vínculos saludables y generar experiencias agradables en la interacción con el entorno. Expresiones como la sonrisa, el contacto visual cercano o la postura abierta son indicadores claros de estados emocionales como la alegría, el entusiasmo o la satisfacción. Estas manifestaciones favorecen la participación, el interés por nuevas experiencias y la construcción de relaciones basadas en la confianza y la empatía (Zabaleta L. & Bausela E., 2017).

Las emociones positivas permiten al individuo establecer vínculos afectivos sólidos, responder con entusiasmo ante nuevas experiencias y adaptarse de manera saludable a los entornos sociales. Manifestaciones como la alegría, la gratitud o el afecto refuerzan el bienestar y estimulan actitudes cooperativas, fortaleciendo la seguridad personal y el desarrollo de la empatía (Babativa, 2017).

Los colores pueden despertar emociones positivas al asociarse con sensaciones de energía, vitalidad o calma, dependiendo de la tonalidad y su contexto de uso. Ciertos matices generan estados de ánimo que fomentan la empatía, el entusiasmo y la alegría, reforzando una percepción amigable del entorno visual. Estas respuestas favorecen la conexión emocional con lo observado y estimulan reacciones afectivas agradables en quienes las experimentan (Ruiz, 2024).

Las emociones positivas favorecen la construcción de relaciones saludables, el desarrollo de la confianza y el fortalecimiento del bienestar general. Sentimientos como la alegría, el amor o la satisfacción no solo estimulan una actitud proactiva frente al entorno, sino que también potencian la creatividad, la curiosidad y el aprendizaje.

Estas emociones permiten establecer conexiones significativas con los demás y con uno mismo, facilitando una percepción equilibrada y optimista de la realidad.

2.1.8.3.2. Emociones Negativas

Las emociones negativas también forman parte del repertorio afectivo infantil y cumplen un papel importante en la autorregulación emocional y la adaptación. Se evidencian a través de señales como la evitación de la mirada, expresiones faciales de disgusto, tensión corporal o actitudes de rechazo. Estas respuestas reflejan estados como el enojo, la frustración o el miedo, y ofrecen información valiosa sobre cómo el niño percibe y reacciona ante ciertos estímulos o situaciones sociales, permitiendo comprender mejor sus necesidades emocionales (Zabaleta L. & Bausela E., 2017).

Por otro lado, las emociones negativas, aunque frecuentemente asociadas a malestar, cumplen una función adaptativa al permitir reconocer situaciones amenazantes o incómodas. Expresiones como la tristeza, el enojo o el miedo favorecen la autorregulación emocional y alertan sobre posibles desequilibrios internos o externos, facilitando procesos de ajuste y aprendizaje (Babativa, 2017).

Por otro lado, hay colores que despiertan emociones negativas vinculadas a la tensión, la amenaza o la tristeza. Estas respuestas emocionales emergen como reflejo de experiencias previas o interpretaciones culturales asociadas a determinados tonos, activando mecanismos de defensa o rechazo. Esta reacción no solo cumple una función adaptativa, sino que también orienta la percepción hacia un enfoque más crítico o introspectivo del entorno visual (Ruiz, 2024).

En contraste, las emociones negativas cumplen una función reguladora al alertar sobre situaciones que pueden representar incomodidad, amenaza o frustración. Aunque a menudo se asocian con malestar, expresiones como la tristeza, el miedo o la ira permiten identificar necesidades no resueltas y movilizar estrategias de adaptación. Reconocer estas emociones y comprender su origen resulta fundamental para lograr una autorregulación emocional que favorezca el crecimiento personal y la estabilidad afectiva.

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales

- H&M



Figura 4: Logo H&M
Fuente: (H&M Hennes & Mauritz AB., 2025)

La marca H&M ha consolidado un perfil global gracias a su capacidad de ofrecer moda accesible sin comprometer el diseño. Fundada en Suecia en 1947, su trayectoria refleja una evolución constante en respuesta a las tendencias del mercado, expandiéndose internacionalmente y posicionándose como una de las principales firmas del fast fashion. Su sistema de producción se basa en externalizar la manufactura a proveedores estratégicamente seleccionados, lo cual permite agilidad en la entrega y reducción de costos. Sus productos abarcan desde prendas básicas hasta colaboraciones exclusivas con diseñadores de renombre, generando colecciones temporales que despiertan gran expectativa en el público (Chantelle Rose-Marie Waller, 2015).

Esta diversidad se apoya en técnicas de producción modernas y materiales que equilibran funcionalidad y estética, manteniendo un control sobre la calidad y sostenibilidad según las exigencias contemporáneas. Uno de los elementos que diferencia a H&M es su enfoque innovador en marketing, especialmente a través del co-branding con figuras icónicas del diseño, lo cual refuerza la percepción de exclusividad dentro de un modelo de negocio asequible (Chantelle Rose-Marie Waller, 2015).

La estrategia comercial se fundamenta en ofrecer productos atractivos a precios competitivos, apoyados por campañas publicitarias de alto impacto y una amplia red de distribución en centros urbanos y digitales. H&M maneja cuidadosamente los pilares del marketing mix: desarrolla un producto deseado, a un precio accesible, promovido mediante colaboraciones estratégicas y distribuido a través de tiendas

físicas y online. Además, el factor humano en su modelo incluye tanto diseñadores invitados como empleados capacitados para reflejar la filosofía de la marca en cada punto de contacto con el cliente (Chantelle Rose-Marie Waller, 2015).

Tabla 2: *Prendas H&M*

PROUCTOS QUE OFRECE
Esta marca infantil maneja silueta rectangular en la indumentaria que produce
 

Nota. Fuente: (H&M Hennes & Mauritz AB., 2025)

- Cóccole

Figura 5: Logo de la marca Cóccole

Fuente: (Cóccole, 2025)

La marca Cóccole, establecida en Murcia, España, desde hace aproximadamente una década, se ha consolidado como una tienda multimarca especializada en moda infantil. Su enfoque se centra en ofrecer prendas de alta calidad y diseño exclusivo para niños y niñas desde recién nacidos hasta adolescentes. La selección cuidadosa de cada prenda refleja un compromiso con la estética y la funcionalidad, utilizando materiales que garantizan comodidad y durabilidad. Además, la tienda ofrece una

variedad de productos que incluyen desde ropa para eventos especiales hasta outfits casuales para el día a día. La atención personalizada y el detalle en cada aspecto de la experiencia de compra son elementos diferenciadores que han contribuido a la fidelización de su clientela (Cóccole, 2025).

La tienda ha optimizado su presencia en línea mediante una plataforma intuitiva que facilita la navegación y la compra, complementada con una atención al cliente eficiente y personalizada. La promoción de sus productos se realiza a través de canales digitales, destacando la calidad y exclusividad de sus diseños. La ubicación física en Murcia permite a los clientes locales recoger sus pedidos directamente, fortaleciendo la relación con la comunidad. El equipo de Cóccole, compuesto por profesionales comprometidos, se dedica a ofrecer una experiencia de compra excepcional, asegurando que cada cliente reciba asesoramiento y productos que satisfagan sus necesidades y expectativas (Cóccole, 2025).

Tabla 3: *Prendas de la marca Cóccole*

PROCUCTOS QUE OFRECE			
Cóccole maneja las siguientes siluetas en la indumentaria infantil			
Silueta Triangular	Silueta Globo	Silueta Rectangular	Silueta Rectangular
			

Nota. Fuente: (Cóccole, 2025)

- Petit Style



Figura 6: Logotipo de la marca
Fuente: (Flores Ana et al., 2025)

La marca Petit Style se ha consolidado como un referente en el panorama de la moda infantil contemporánea, ofreciendo una plataforma que conecta marcas emergentes y consolidadas con consumidores interesados en propuestas originales y funcionales. Desde su creación, ha mostrado una evolución constante al integrar nuevas tendencias en sus contenidos editoriales y en las firmas que promueve. Dentro de su línea editorial, se destacan procesos de diseño centrados en la creatividad y la sostenibilidad, así como una curaduría minuciosa de productos que abarcan desde prendas de vestir hasta accesorios y calzado, enfocados en el público infantil. Los materiales empleados por las marcas presentadas en la revista suelen ser de alta calidad, destacando la importancia de fibras naturales y procesos de producción éticos como parte de su diferenciación en el mercado (Flores Ana et al., 2025).

La estrategia de Petit Style se articula sobre pilares fundamentales del marketing como producto, precio, promoción y plaza, mediante la difusión de editoriales, pasarelas, ferias y contenido digital que posiciona a sus marcas colaboradoras frente a un público objetivo específico. Se apoya en un equipo multidisciplinario para asegurar un lenguaje visual atractivo y coherente con los valores de cada colección presentada. Además, el trabajo con modelos infantiles, fotógrafos de moda y diseñadores permite crear experiencias visuales impactantes que fortalecen la conexión emocional con el cliente. Este enfoque personalizado en la promoción de marcas y colecciones ha sido clave para el posicionamiento de Petit Style como una voz influyente en el diseño infantil actual (Flores Ana et al., 2025).

Tabla 4: *Prendas de la marca Petit Style*

PROCUCTOS QUE OFRECE		
La marca Petit Style maneja las siguientes siluetas en indumentaria infantil		
Silueta Triangular	Silueta Rectangular	Silueta Rectangular
		

Nota. Fuente: (Flores Ana et al., 2025).

- Juliana

Figura 7: Logotipo de la marca

Fuente: (Juliana, 2025)

La marca Juliana, respaldada por Vistiendo Bebés, S.L., se ha posicionado como una referencia destacada dentro del sector de moda infantil en España, especializándose en prendas para niños de 0 a 6 años. Su trayectoria se caracteriza por una profunda dedicación al diseño tradicional, con una identidad estética que combina la delicadeza de los tejidos artesanales con un estilo clásico renovado. Desde sus inicios, Juliana ha apostado por una producción cuidadosa y 100% hecha en España, lo que refuerza su compromiso con la calidad y la autenticidad. Su propuesta se basa

en colecciones completas de temporada, que incluyen desde conjuntos de punto hasta vestidos, peleles y accesorios, todos confeccionados con materiales suaves y resistentes como el algodón y el acrílico de alta calidad, priorizando siempre la comodidad y bienestar del infante (Juliana, 2025).

Dentro de sus procesos creativos, la marca se distingue por el empleo de técnicas de confección que equilibran lo artesanal y lo industrial, lo que permite mantener la esencia de lo hecho a mano en un entorno competitivo. Su diferenciación radica en el cuidado estético de cada prenda, la coordinación cromática armónica y un enfoque de diseño que respeta las etapas del desarrollo infantil. En cuanto a estrategias comerciales, Juliana adopta un enfoque integral que abarca presencia en ferias internacionales, distribución multicanal en tiendas físicas y online, y posicionamiento en mercados europeos y latinoamericanos. Su modelo de marketing abarca las variables de producto, precio accesible en relación con la calidad, promoción en redes sociales y presencia en eventos del sector, sumando además una atención personalizada en puntos de venta que fortalece el vínculo con sus clientes (Juliana, 2025).

Tabla 5: *Prendas de la marca Juliana: Moda infantil de 0 a 6 años*

PROCUCTOS QUE OFRECE		
Esta marca infantil en los productos que ofrece maneja las siguientes siluetas		
Silueta Rectangular	Silueta en A y rectangular	Siluta en A y rectangular
		

Nota. Fuente: (Juliana, 2025)

- Petit Gegant



Figura 8: Logotipo de la marca

Fuente: (Petit, 2025)

Petit Gegant, una firma con sede en Barcelona se ha consolidado como una propuesta de moda infantil que combina responsabilidad ambiental, producción local y estética contemporánea. Su perfil de marca se enfoca en ofrecer prendas para niños y niñas que no solo sean cómodas y duraderas, sino también éticamente elaboradas. Desde sus inicios, ha apostado por trabajar con marcas que priorizan el uso de algodón orgánico y que producen bajo principios de cercanía, reduciendo así su huella ecológica y fomentando la economía local. Los procesos de diseño y confección están estrechamente vinculados con la sostenibilidad, la trazabilidad de los materiales y el respeto por las condiciones laborales de todos los actores involucrados en la cadena de producción. Cada prenda ofrecida en su tienda representa un equilibrio entre funcionalidad, estilo y valores conscientes (Petit, 2025).

En cuanto a su modelo comercial, Petit Gegant implementa una estrategia centrada en el cliente, con especial énfasis en la selección de productos que reflejan su compromiso con el entorno. Su catálogo incluye ropa de uso diario, complementos y accesorios para niños de diferentes edades, destacándose por su calidad textil, acabados cuidados y diseños atemporales.

La comunicación de marca se apoya en medios digitales y contenido editorial que promueve la moda ética, mientras que su punto de venta físico en Barcelona fortalece el contacto directo con las familias que valoran el comercio de proximidad. La política de precios responde a los estándares de producción sostenible, justificando su valor a través de la durabilidad y el origen responsable de sus productos. La atención

personalizada, sumada a un enfoque educativo sobre el consumo consciente, convierte a Petit Gegant en un agente activo de transformación en el sector de la moda infantil (Petit, 2025).

Tabla 6: *Prendas de la marca Petit Gegant moda infantil*

PROCUCTOS QUE OFRECE		
La marca Petit Gegant maneja las siguientes siluetas en su indumentaria		
Silueta Rectangular	Silueta Triangular	Silueta en A
		

Nota. Fuente: (Petit, 2025)

2.2.1. Visionario

- NEKENIA

Figura 9: Logotipo de la marca

Fuente: (Nekenia, 2025)

La marca NEKENIA, ha consolidado una identidad distintiva en el sector de la moda infantil a través de un cuidadoso diseño de siluetas que reflejan tanto la tradición como la innovación. La empresa se caracteriza por desarrollar propuestas que fusionan

formas clásicas con cortes modernos, dando lugar a colecciones que se adaptan a las necesidades estéticas y funcionales de sus usuarios. Esta combinación de creatividad y precisión en el diseño ha permitido a la firma mantenerse relevante en un mercado competitivo, resaltando la importancia de cada línea de producto dentro de una oferta integral (Nekenia, 2025).

En cuanto a los materiales, NEKENIA se distingue por seleccionar tejidos de alta calidad que aseguran confort, durabilidad y sostenibilidad, respondiendo a las demandas actuales en términos de responsabilidad ambiental y eficiencia. Durante los últimos años, la marca ha experimentado una evolución notable que se evidencia en la incorporación de nuevas propuestas y procesos productivos innovadores, los cuales permiten una oferta renovada y adaptada a las tendencias emergentes de la moda infantil. Estos avances estratégicos han reforzado su posición en el mercado al integrar elementos diferenciadores que combinan la esencia de la marca con un enfoque contemporáneo y funcional (Nekenia, 2025).

Tabla 7: *Prendas de la marca Nekenia*

PROCUCTOS QUE OFRECE		
La marca Nekenia produce indumentaria con las siguientes siluetas para su mercado infantil		
Silueta Triangular	Sulueta rectangular	Silueta en A
		

Nota. Fuente: (Nekenia, 2025)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PESTEL

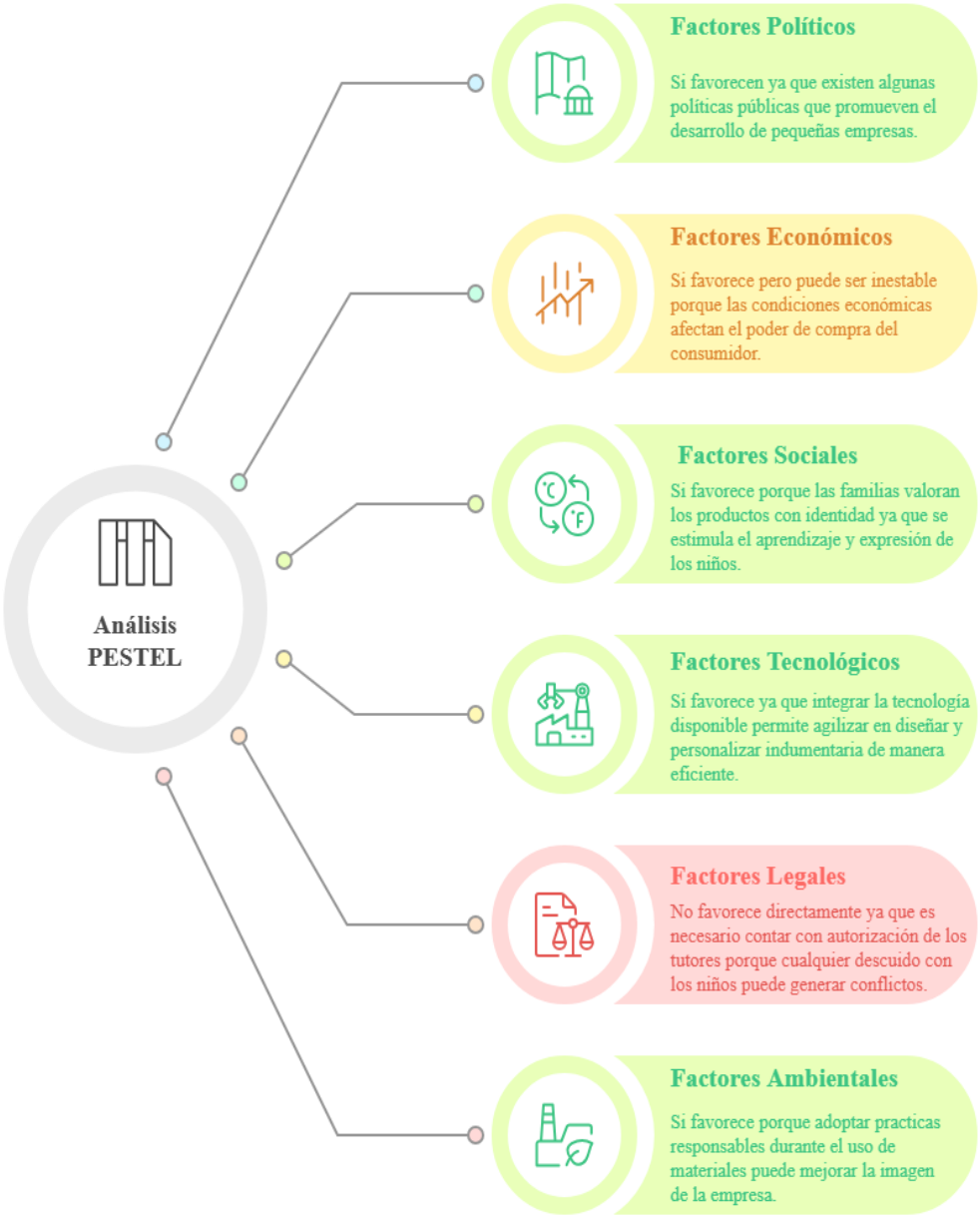


Figura 10: Organizador gráfico del Análisis PESTEL
Fuente: Elaboración propia (2025)

El estudio del entorno externo permite identificar aquellos factores que, sin estar bajo el control directo de un proyecto o empresa, ejercen una influencia significativa sobre sus decisiones estratégicas. Estas variables, al estar relacionadas con aspectos políticos, sociales, económicos, tecnológicos, ecológicos y legales, constituyen un marco indispensable para anticipar riesgos, adaptarse a los cambios y aprovechar oportunidades de desarrollo. La observación sistemática de estas dimensiones facilita una lectura integral del contexto, contribuyendo a una toma de decisiones más informada y coherente con la realidad circundante (Steffens, 2020).

Por otra parte, aplicar este análisis permite comprender la capacidad de analizar de manera crítica el entorno ayuda a delimitar con claridad los factores externos que pueden potenciar o debilitar una propuesta. Esta visión estratégica no solo sirve como punto de partida para planificar, sino que también fortalece el proceso de adaptación continua en un entorno dinámico y competitivo (Steffens, 2020).

Comprender el entorno que rodea un proyecto resulta esencial para anticipar condiciones externas que pueden favorecer o dificultar su desarrollo. Esta herramienta me permite observar de manera estructurada aspectos clave como los cambios sociales, tecnológicos o económicos, y cómo estos influyen en las decisiones que tomo en mi propuesta. Analizar estos factores amplía la perspectiva y refuerza la coherencia del trabajo frente a un contexto real y cambiante.

3.1.1.1. Entorno político

El entorno político influye directamente en el desarrollo de propuestas dentro del sector textil e indumentaria, ya que establece el marco normativo bajo el cual deben operar los proyectos productivos o creativos. Las políticas públicas orientadas a la calidad, el emprendimiento, la regulación técnica y la formalización del sector son factores que inciden en la viabilidad de las iniciativas, especialmente cuando estas están vinculadas a productos dirigidos a públicos sensibles, como la infancia. Por tanto, comprender este entorno permite anticipar exigencias legales, institucionales o de cumplimiento técnico que deben ser consideradas en todas las etapas del proyecto (INEN, 2025).

Entre los elementos más relevantes del entorno político se encuentran las normas laborales y los lineamientos técnicos vinculados al comercio exterior. En Ecuador, las regulaciones impulsadas por organismos como el INEN fortalecen el marco de calidad mediante la adopción de normas técnicas oficiales, las cuales permiten garantizar la seguridad, funcionalidad y competitividad de los productos textiles. Estas disposiciones no solo aseguran el cumplimiento legal dentro del mercado nacional, sino que también permiten proyectar las colecciones hacia mercados internacionales, alineadas con los estándares exigidos a nivel global (INEN, 2025).

Las disposiciones fiscales y las políticas arancelarias ejercen una influencia significativa sobre la estructura de costos en la industria textil, especialmente en lo relacionado con la adquisición de insumos importados o la comercialización de productos terminados. La carga tributaria asociada al comercio exterior, así como la existencia de aranceles preferenciales o restricciones comerciales, pueden determinar la viabilidad económica de un proyecto. En este contexto, conocer las tasas impositivas aplicables y los acuerdos de intercambio comercial vigentes se convierte en un factor clave para tomar decisiones estratégicas en materia de producción y distribución (Steffens, 2020).

La creciente preocupación por el impacto ambiental ha llevado a los gobiernos a implementar regulaciones que buscan controlar y mitigar los efectos negativos de la producción textil. Estas normativas abarcan desde el uso de productos químicos hasta el manejo de residuos y la eficiencia energética, exigiendo a los actores del sector adoptar prácticas más sostenibles. En consecuencia, los proyectos relacionados con diseño textil deben considerar dichas regulaciones dentro de su planificación, no solo para cumplir con las exigencias legales, sino también para alinearse con los valores de consumo responsable que predominan en el mercado actual (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

Las normativas vigentes en áreas como la certificación de productos, el comercio exterior, los aranceles y el impacto ambiental, no solo condicionan el desarrollo operativo de los proyectos, sino que también exigen una postura consciente y adaptativa frente a las transformaciones del entorno. Incorporar estos aspectos en el análisis estratégico favorece la toma de decisiones informadas y sostenibles,

fortaleciendo así la coherencia y la viabilidad del trabajo desde una perspectiva integral (Steffens, 2020; Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2025).

Comprender la influencia del entorno político permite establecer una base sólida sobre la cual planificar propuestas vinculadas al diseño y producción textil. Las regulaciones, normativas y políticas implementadas por los organismos estatales delimitan las condiciones en las que deben desarrollarse los proyectos, desde la seguridad del producto hasta su proyección en mercados internacionales. Este marco político y técnico actúa como una guía que no solo orienta el cumplimiento de estándares, sino que también representa una oportunidad para posicionar propuestas innovadoras en un contexto más competitivo y regulado.



Figura 11: Objetivo 3 ODS
Fuente: (ODS, 2015)

El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 3 orientado a promover el bienestar para todos en todas las edades, se ve reflejado en esta investigación a través del enfoque emocional incorporado en el diseño de indumentaria infantil. Al permitir que los niños expresen sus emociones mediante ilustraciones que luego son incorporadas en prendas potenciando el desarrollo de habilidades de expresión emocional favoreciendo su salud mental y bienestar integral. De este modo, el proyecto no se limita al aspecto funcional del vestuario, sino que incorpora una dimensión afectiva aportando significativamente al bienestar infantil desde una perspectiva creativa y participativa.

3.1.1.2. Entorno económico

La estructura de costos en la industria textil está fuertemente condicionada por factores externos que inciden directamente en el proceso productivo, como los precios

de la energía, el transporte, la mano de obra y los insumos. Estas variables representan desafíos para los proyectos de diseño y confección, especialmente en contextos donde se busca mantener estándares de calidad sin encarecer el producto final. Considerar estos aspectos dentro del análisis económico resulta fundamental, ya que determinan la factibilidad de desarrollar propuestas viables y competitivas en el mercado. El acceso a materias primas a precios razonables y condiciones de producción sostenibles es clave para equilibrar creatividad, funcionalidad y sostenibilidad en el desarrollo de colecciones textiles en el país (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2025).

Por otro lado, las condiciones económicas de un país inciden directamente en la capacidad de producción, distribución y consumo de bienes dentro del sector textil. Factores como el poder adquisitivo de la población, las variaciones en la inflación, los niveles de empleo y los precios de los insumos afectan tanto la viabilidad como la sostenibilidad de un proyecto. Analizar el contexto económico permite anticipar riesgos financieros y adaptar las estrategias de diseño, costos y comercialización a las realidades del mercado, fortaleciendo así la coherencia entre la propuesta y su entorno (INEN, 2025).

El cumplimiento de normativas técnicas vigentes puede influir directamente en el costo de los insumos y procesos productivos en el sector textil. La implementación de estándares de calidad, como los promovidos por los programas de normalización, exige el uso de materiales certificados, etiquetado específico o métodos de confección ajustados a parámetros técnicos. Estos requisitos, aunque fortalecen la competitividad y seguridad del producto final, implican una inversión adicional que debe ser contemplada dentro del plan de costos del proyecto (INEN, 2025).

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

Los procesos sociales en el Ecuador han estado marcados por una constante reconfiguración de identidades colectivas, impulsadas por la diversidad étnica, cultural y territorial del país. Estas transformaciones han permitido que distintas formas de expresión simbólica emerjan como herramientas para fortalecer la memoria social y visibilizar realidades históricamente excluidas. En este sentido, la cultura visual y las manifestaciones creativas se convierten en vehículos de representación que dialogan

con las condiciones sociales actuales, promoviendo una lectura más inclusiva y crítica de la realidad (Rojas, 2022).

La comprensión del entorno social requiere observar cómo las prácticas cotidianas reflejan estructuras más amplias de poder, desigualdad y pertenencia. Las decisiones individuales, incluso en aspectos tan cotidianos como la elección de indumentaria o de formas de comunicación, están influenciadas por contextos comunitarios, discursos sociales y tensiones culturales que operan simultáneamente. Reconocer estas dinámicas permite que los proyectos creativos se construyan desde una perspectiva más sensible al entorno humano, alineándose con necesidades reales y discursos colectivos contemporáneos (Rojas, 2022).

El entorno cultural de una sociedad influye directamente en las formas de creación, representación y percepción estética. En el contexto ecuatoriano, la riqueza de expresiones culturales se manifiesta a través de prácticas artísticas que no solo entretienen, sino que cuestionan, resignifican y construyen identidades. La producción creativa, cuando dialoga con la diversidad sociocultural, permite que las propuestas adquieran un valor simbólico más profundo, al conectar con realidades compartidas y promover la inclusión de voces históricamente invisibilizadas (Nicolalde, 2024).

La cultura no debe entenderse como un privilegio reservado a ciertos sectores, sino como un derecho fundamental que fortalece el tejido social. Su reconocimiento institucional como parte del ejercicio ciudadano impulsa procesos de transformación social que integran el arte, la memoria y la participación colectiva. Proyectos que nacen desde esta perspectiva tienen la capacidad de trascender lo estético y convertirse en herramientas de cambio, donde el diseño y la comunicación visual actúan como lenguajes al servicio de la diversidad y la equidad (Nicolalde, 2024).

3.1.1.4. Entorno tecnológico

La evolución de los procesos de certificación en la industria textil ha impulsado la incorporación de herramientas tecnológicas aplicadas a la trazabilidad, el control de calidad y el diseño de etiquetado. Estas exigencias técnicas demandan el uso de programas especializados y equipos que aseguren precisión en la información impresa, así como la estandarización de datos sobre composición, cuidado y origen del

producto. Esta modernización tecnológica no solo mejora la presentación del artículo, sino que refuerza la confianza del consumidor y facilita la circulación en mercados con altos estándares técnicos y normativos (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

En el contexto tecnológico, es relevante considerar el creciente acceso a herramientas digitales que facilitan tanto el diseño como la creación de contenido interactivo y educativo. En Ecuador, el acceso a internet ha mejorado sustancialmente en los últimos años, lo que permite a los niños participar activamente en actividades que promuevan su creatividad y expresión emocional (MTSI, 2025). Las plataformas digitales pueden ser utilizadas para el desarrollo de ilustraciones y actividades interactivas que complementen el proceso de diseño de indumentaria infantil, permitiendo una mayor participación en tiempo real, además de fomentar el aprendizaje autónomo y la expresión personal a través de medios visuales.

El avance tecnológico también ofrece oportunidades para integrar tecnologías innovadoras en la industria de la moda, permitiendo la personalización y la interactividad en las prendas diseñadas. En mi investigación, se puede explorar el uso de plataformas digitales o aplicaciones móviles que permitan a los niños visualizar sus ilustraciones sobre la ropa, promoviendo su participación en el diseño de su vestimenta. Este entorno tecnológico no solo apoya la innovación en la creación de la colección, sino que también ofrece una forma de acercar a los niños a la tecnología de manera educativa y divertida, alineada con los avances tecnológicos que el país ha experimentado en los últimos años (MTSI, 2025).

3.1.1.5. Entorno ambiental

El análisis del entorno ecológico permite comprender cómo los discursos sobre sostenibilidad y defensa del ambiente se han fortalecido en respuesta a modelos de desarrollo que priorizan la extracción de recursos sobre el bienestar colectivo. Estas tensiones han dado lugar a movimientos sociales que promueven una conciencia crítica frente al uso del territorio, reclamando alternativas que respeten la biodiversidad y los modos de vida ancestrales. En este contexto, las iniciativas creativas que integran valores ambientales tienen mayor legitimidad y conexión con las transformaciones culturales contemporáneas (Rojas, 2022).

La incorporación de una mirada ecológica en los proyectos de diseño implica reconocer que cada decisión estética o técnica puede generar un impacto en el entorno. Esta perspectiva no solo se refleja en la elección de materiales o procesos, sino también en la narrativa que se construye en torno al objeto o prenda. Valorar el equilibrio entre creación y cuidado del medio ambiente permite que las propuestas se alineen con una ética del respeto a la vida y respondan a las demandas sociales actuales de responsabilidad ambiental (Rojas, 2022).

La gobernanza ambiental en Ecuador ha estado históricamente influenciada por un modelo económico rentista, centrado en la extracción de recursos naturales como el petróleo. Este enfoque ha generado tensiones entre el desarrollo económico y la conservación ambiental, dificultando la implementación de políticas sostenibles que prioricen los intereses de las comunidades locales y la protección del entorno natural. La persistencia de estas prácticas extractivas plantea desafíos significativos para la transición hacia un modelo de desarrollo más equilibrado y respetuoso con el medio ambiente (Andrade, 2026).

En el contexto actual, es fundamental que las iniciativas de diseño y comunicación visual integren consideraciones ambientales en su conceptualización y ejecución. La incorporación de principios de sostenibilidad no solo responde a una demanda ética, sino que también fortalece la conexión entre las propuestas creativas y las realidades socioambientales del país. Al adoptar enfoques que valoren la conservación y el uso responsable de los recursos, los proyectos pueden contribuir activamente a la construcción de una cultura más consciente y comprometida con el bienestar ecológico (Andrade, 2026).

3.1.1.6. Entorno legal

El cumplimiento de reglamentos técnicos nacionales se ha convertido en una condición indispensable para la comercialización de productos dentro del sector textil. La existencia de normativas específicas para el etiquetado de prendas, como las promovidas por organismos oficiales, implica que todo proyecto debe considerar desde su fase inicial los requerimientos legales vinculados al contenido, formato y ubicación de la información. Este marco normativo asegura la transparencia hacia el consumidor, protege los derechos del usuario final y establece responsabilidades claras para los

productores, fortaleciendo así la formalidad dentro de la industria (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

La industria de la moda y el diseño textil opera dentro de un marco legal que abarca diversas áreas del derecho empresarial. Aspectos como la protección de la propiedad intelectual, las normativas laborales, las regulaciones fiscales y los contratos comerciales son fundamentales para garantizar la legalidad y sostenibilidad de las operaciones en este sector. El cumplimiento de estas normativas no solo protege los derechos de los diseñadores y empresarios, sino que también fortalece la confianza del consumidor y la reputación de la marca en el mercado. Además, la adaptación a las leyes en constante evolución, especialmente en áreas como la economía digital y la innovación tecnológica, es esencial para mantener la competitividad y asegurar el éxito a largo plazo en la industria textil (Burgos, 2020).

El contexto constitucional de Ecuador es clave, especialmente los artículos 44 y 45, que reconocen los derechos de los niños a la educación, participación y desarrollo integral. Estos principios fundamentales apoyan la inclusión de las ilustraciones de emociones en el diseño de la línea de indumentaria infantil, permitiendo a los niños expresarse artísticamente dentro de un entorno que respeta sus derechos. Mi investigación busca fomentar el bienestar de los niños mientras se promueve su creatividad y participación en el proceso (Constitución de la Reública de Ecuador, 2008).

El **Art. 44** establece que el Estado, la sociedad y la familia tienen la responsabilidad de promover de manera prioritaria el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes, garantizando el ejercicio pleno de sus derechos. Este desarrollo debe incluir su crecimiento físico, emocional e intelectual en un entorno seguro y afectivo, tanto en el hogar como en la escuela y la comunidad, asegurando que sus necesidades sociales y culturales sean satisfechas con el apoyo de políticas públicas. Además, se considera que el interés superior del niño prevalece sobre los demás derechos.

El **Art. 45** garantiza a niñas, niños y adolescentes los mismos derechos fundamentales que a cualquier ser humano, además de aquellos específicos para su edad. El Estado se compromete a proteger su vida desde la concepción, su integridad

física y psicológica, y su derecho a la identidad, la salud, la educación, y la participación social. También les asegura el derecho a crecer en un entorno familiar y comunitario adecuado, a ser consultados en asuntos que les afecten, y a disfrutar de su libertad de expresión y asociaciones.

3.1.2. Tendencias de consumo

En el contexto ecuatoriano las tendencias de consumo en el sector moda reflejan una transformación progresiva hacia prácticas más conscientes, emocionales y regionalmente diversas. Se evidencia un crecimiento significativo en el consumo de prendas y calzado, acompañado de un aumento en el ticket de compra promedio, lo que revela un mayor interés por productos con valor agregado, como el diseño personalizado o las propuestas con identidad cultural (Gonzalez, 2025).

Además, un factor destacado es la dimensión afectiva del consumo: aproximadamente una cuarta parte de las prendas adquiridas se compran como obsequios, lo que refuerza el papel emocional que tiene la moda en la vida de los ecuatorianos. Esta inclinación también impulsa a las marcas locales a desarrollar estrategias más empáticas y sostenibles, priorizando la producción ética y el vínculo con el usuario. A su vez, los hábitos de compra varían entre regiones, mostrando diferencias marcadas según el nivel socioeconómico, el estilo de vida y las referencias culturales (Gonzalez, 2025).

Las familias ecuatorianas están adoptando tecnologías digitales para adquirir productos y servicios para sus hijos, valorando cada vez más aquellos que promueven prácticas sostenibles y responsables. Este cambio en el comportamiento del consumidor refleja una mayor conciencia sobre el impacto ambiental y social de sus decisiones de compra, lo que implica que las propuestas dirigidas al público infantil deben integrar estos valores para ser relevantes y efectivas (Redacción, 2025).

La personalización se ha convertido en una expectativa clave entre los consumidores, y en el ámbito infantil, esto se traduce en la demanda de productos y servicios que se adapten a las necesidades y preferencias individuales de los niños. Las marcas que ofrecen experiencias de compra personalizadas, ya sea a través de plataformas digitales o en entornos físicos, están mejor posicionadas para captar la

atención y fidelidad de este segmento. Incorporar elementos interactivos y personalizados en las propuestas dirigidas a niños no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también fortalece la conexión emocional con la marca (Redacción, 2025).

Las tendencias de consumo en Ecuador para 2025 indican una creciente digitalización y un enfoque hacia la sostenibilidad, factores que también afectan el mercado infantil. Las familias ecuatorianas están adoptando tecnologías digitales para adquirir productos y servicios para sus hijos, valorando cada vez más aquellos que promueven prácticas sostenibles y responsables. Este cambio en el comportamiento del consumidor refleja una mayor conciencia sobre el impacto ambiental y social de sus decisiones de compra, lo que implica que las propuestas dirigidas al público infantil deben integrar estos valores para ser relevantes y efectivas (Hernández, 2025).

La personalización se ha convertido en una expectativa clave entre los consumidores, y en el ámbito infantil, esto se traduce en la demanda de productos y servicios que se adapten a las necesidades y preferencias individuales de los niños. Las marcas que ofrecen experiencias de compra personalizadas, ya sea a través de plataformas digitales o en entornos físicos, están posicionadas para captar la atención y fidelidad de este segmento. Incorporar elementos interactivos y personalizados en las propuestas dirigidas a niños no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también fortalece la conexión emocional con la marca (Hernández, 2025).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

La segmentación del mercado de indumentaria infantil permite identificar y atender de manera más efectiva las necesidades y preferencias de diferentes grupos dentro del público objetivo. Al dividir el mercado en segmentos específicos, como por edad, género, nivel socioeconómico o intereses, las marcas pueden desarrollar productos y estrategias de marketing más alineados con las expectativas de cada grupo.

Esta personalización no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también aumenta la eficiencia en la comunicación y la probabilidad de conversión. En el contexto de una línea de ropa infantil que incorpora ilustraciones, comprender las

características y motivaciones de cada segmento es esencial para diseñar prendas que resuenen emocionalmente con los niños y sus cuidadores o padres (Varify, 2023).

Aplicar una segmentación efectiva en el diseño de indumentaria infantil con enfoque emocional implica considerar factores como la etapa de desarrollo emocional de los niños, las preferencias culturales y las tendencias actuales en moda infantil. Por ejemplo, para niños de 6 a 10 años, es crucial crear prendas que no solo sean atractivas visualmente, sino que también faciliten la identificación y expresión de emociones. Al segmentar el mercado en función de estas variables, se pueden desarrollar colecciones que promuevan el bienestar emocional y fomenten la empatía desde una edad temprana, alineándose con las expectativas de padres y educadores que valoran el desarrollo integral de los niños.

Segmentación de mercado potencial – Niños:

La generación Alpha está conformada por niños nacidos a partir del año 2010, quienes han crecido en un entorno profundamente influenciado por la tecnología digital. Esta generación se caracteriza por su alta exposición a dispositivos inteligentes desde edades tempranas, lo que ha modificado sus formas de comunicación, aprendizaje y entretenimiento. A diferencia de generaciones anteriores, presentan una capacidad más desarrollada para interactuar con entornos virtuales y una fuerte afinidad por los contenidos visuales y dinámicos. Asimismo, su crecimiento en un contexto marcado por la inmediatez y la conectividad global influye directamente en sus valores, intereses y comportamientos de consumo (Simental & Ríos, 2023).

Tabla 8: *Segmentación de mercado Niños*

Variables Demográfica, Geográfica, Psicográfica

VARIABLES			
Variable Demográfica			
Edad:	6 a 10 años	**Género:**	Femenino y masculino
Nacionalidad:	Ecuatoriana	**Origen étnico:**	Mestizo
Generación:	Alpha (2010-2025)	**Provincia:**	Tungurahua
Variable Geográfica			
Continente:	Americano	**Clasificación:**	Sudamérica
País:	Ecuador	**Zona:**	Urbana
Región:	Sierra	**Cantón:**	Pelileo
Variable Psicográfica			
Rasgos de personalidad:	Niños Alpha identificados por su sensibilidad emocional con la capacidad de expresión, creatividad e imaginación.		
Estilo de vida:	Se desenvuelven en ambientes donde se les impulsa a identificar sus emociones mediante el arte.		
Actividades:	Disfrutan de actividades como el dibujo, la pintura expresando sus emociones.		

Nota: Elaboración Propia (2025)

Segmentación de mercado potencial – Padres:

La generación conocida como Millennials nacida entre principios de los años 80 y mediados de los 90 se caracteriza por haber crecido en un contexto de profundas transformaciones tecnológicas y sociales. Este grupo etario ha desarrollado una fuerte afinidad con el entorno digital, lo que ha influido notablemente en su forma de comunicarse consumir y participar en la vida laboral y social. Su pensamiento crítico, espíritu emprendedor y búsqueda constante de experiencias auténticas los distingue de

generaciones anteriores. Además, tienden a valorar la flexibilidad, la diversidad y el propósito en sus decisiones personales y profesionales, estos son aspectos que han impactado en distintos sectores como la educación, el diseño y el consumo cultural (Álvarez & Haro, 2017).

Tabla 9: *Segmentación de mercado Padres*

Variables Demográfica, Geográfica, Psicográfica

VARIABLES			
Variable Demográfica			
Edad:	25 a 35 años	**Género:**	Femenino y masculino
Nacionalidad:	Ecuatoriana	**Origen étnico:**	Mestizo
Generación:	Millenials	**Provincia:**	Tungurahua
Variable Geográfica			
Continente:	Americano	**Clasificación:**	Sudamérica
País:	Ecuador	**Zona:**	Urbana
Región:	Sierra	**Cantón:**	Pelileo
Variable Psicográfica			
Rasgos de personalidad:	Padres identificados por su sensibilidad emocional caracterizados por su paciencia, creatividad en la crianza de sus hijos.		
Estilo de vida:	Algunos padres se dedican a sus trabajos día a día y en otros casos son amas de casa lo que les permite pasar más tiempo con sus hijos.		
Intereses:	Valoran propuestas que promuevan el bienestar de los niños incentivando el desarrollo emocional a través de experiencias creativas como ilustraciones fomentando la autoexpresión infantil.		

Nota: Elaboración Propia (2025)

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

El sector de indumentaria infantil en Ecuador se caracteriza por una creciente demanda impulsada por factores demográficos y cambios en las preferencias de los consumidores. La presencia de marcas internacionales y locales ha intensificado la competencia, llevando a las empresas a innovar en diseño y funcionalidad de las prendas. Además, el aumento del comercio electrónico ha facilitado el acceso a una variedad de productos, permitiendo a los consumidores ecuatorianos explorar opciones que combinan estilo, comodidad y valores educativos (Marquéz Sosa, 2023).

El análisis del sector permite identificar con mayor claridad las oportunidades y desafíos que enfrenta un proyecto dentro de una industria específica. En el caso de la indumentaria infantil, este proceso permite observar no solo la competencia directa, sino también las tendencias macroeconómicas, los hábitos de consumo y las innovaciones que están marcando el comportamiento del mercado. Comprender estos factores es esencial para diseñar estrategias diferenciadoras que respondan a las demandas actuales del consumidor, particularmente cuando se trata de productos con un componente emocional y educativo, como es el caso de esta propuesta de línea de ropa infantil con ilustraciones basadas en las emociones (Muñoz, 2022).

El estudio del mercado de referencia posibilita delimitar el entorno comercial específico en el que se posiciona una propuesta de valor. Dentro del mercado de la moda infantil, se detecta un creciente interés por productos que no solo cumplan funciones estéticas, sino que también fomenten el desarrollo emocional, la creatividad y la conexión afectiva entre padres e hijos. En este sentido, la presente investigación se alinea con un nicho que valora la personalización y el enfoque educativo de las prendas, lo que permite proyectar una ventaja competitiva frente a ofertas más tradicionales que no incorporan este tipo de elementos en su narrativa de marca (Muñoz, 2022).

En este contexto, una línea de indumentaria infantil que incorpore ilustraciones de emociones desarrolladas por niños de 6 a 10 años se alinea con las tendencias actuales del mercado. Al integrar elementos que promueven la inteligencia emocional, estas

prendas no solo satisfacen necesidades estéticas y funcionales, sino que también ofrecen un valor agregado educativo. Esta propuesta responde a la demanda de productos que contribuyan al desarrollo integral de los niños, posicionándose como una opción innovadora en el mercado ecuatoriano.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

Es una herramienta analítica que permite evaluar el nivel de aprovechamiento de un mercado respecto a su capacidad máxima de consumo. Este indicador compara la demanda real, es decir la cantidad actual de consumidores de un producto o servicio con la demanda potencial, que representa el total de individuos que podrían llegar a consumirlo bajo condiciones favorables. El resultado expresado en porcentaje ofrece una lectura estratégica sobre cuán ocupado se encuentra el mercado. Cuando el índice se sitúa por debajo del 50 %, se interpreta que existe una amplia oportunidad de crecimiento en cambio, valores superiores al 80 % sugieren un entorno más competitivo y con menor margen de expansión (Granieri, 2024).

$$\text{Índice de Saturación} = \left(\frac{\text{Demanda Real}}{\text{Demanda Potencial}} \right) \times 100$$

Figura 12: Formula del índice de saturación del mercado potencial
Fuente: (Granieri, 2024)

Según los datos demográficos oficiales del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2022, Ecuador cuenta con un total de 16.938.986 habitantes. De esta cifra el grupo de niños de 0 a 9 años representa un 7,4 % del total nacional, lo que equivale a 1.412.087 individuos. Este dato evidencia la presencia significativa de la infancia dentro de la estructura poblacional del país. Asimismo, se observa que la mayor proporción corresponde a personas en edad productiva, abarcando un rango estimado entre el 60 % y el 65 % de la población total, mientras que los adolescentes representan alrededor del 15 % y los adultos mayores superan ligeramente el 10 % (INEC, 2022).

Esta composición demográfica refleja la necesidad de atender a cada grupo etario de forma diferenciada, reconociendo que los niños, aunque representan un porcentaje

menor, conforman un sector clave para el desarrollo de estrategias educativas, culturales y de diseño, especialmente en ámbitos como la indumentaria infantil, donde sus emociones y experiencias deben ser consideradas en la creación de propuestas con enfoque humano y participativo.

Para la aplicación del índice de saturación del mercado infantil fue con los siguientes datos. Demanda potencial: 1.412.087 niños (población infantil total según el Censo 2022). Demanda real: 600.010 niños que actualmente usan indumentaria diseñada.

$$\text{Índice de Saturación} = \left(\frac{\text{Demanda real}}{\text{Demanda potencial}} \right) \times 100$$

$$\text{Índice de Saturación} = \left(\frac{600.010}{1.412.087} \right) \times 100 \approx 42,48\%$$

Figura 13: Índice de saturación del mercado potencial
Fuente: Elaboración propia (2025)

El índice de saturación del mercado infantil ecuatoriano en relación con el uso de ropa diseñada se estima en 42,48 %, lo que indica que menos de la mitad del mercado ha sido cubierto hasta el momento. Este resultado refleja que existe un amplio margen de crecimiento para propuestas de diseño dirigidas al segmento infantil. Desde un enfoque estratégico, este nivel de saturación sugiere que el mercado no está saturado y se encuentra en una etapa con alta oportunidad de desarrollo. Por lo tanto, el lanzamiento de una línea de indumentaria infantil basada en ilustraciones sobre las emociones como la propuesta de esta investigación resulta pertinente y con potencial de impacto positivo tanto en lo comercial como en lo social.

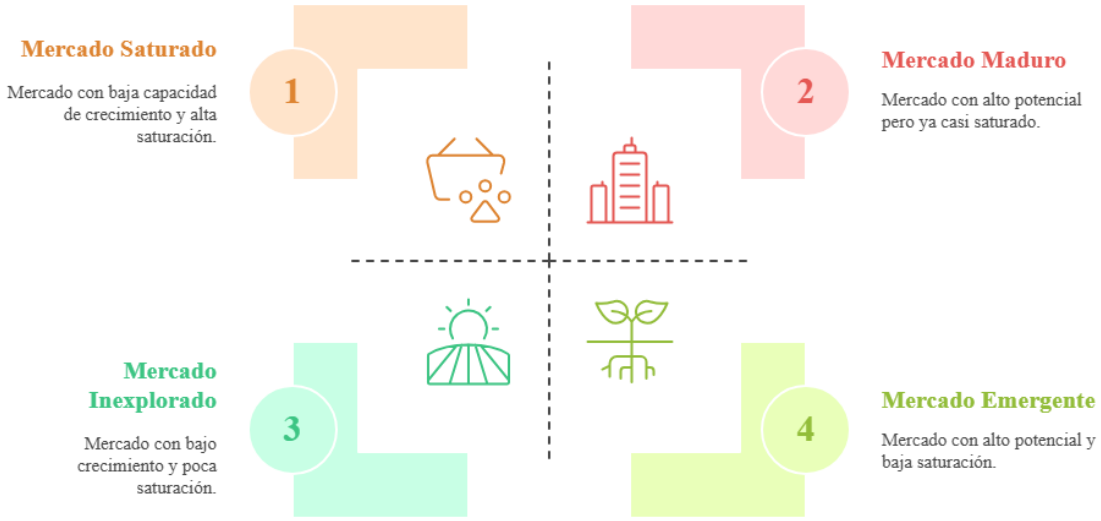


Figura 14: Índice de Saturación del Mercado Potencial
Fuente: Elaboración Propia (2025)

La saturación de mercado es una condición en la que la oferta supera la capacidad del entorno para absorber nuevos productos o servicios. En espacios comerciales altamente competidos, como los segmentos dirigidos a niños, esta situación exige estrategias de diferenciación que vayan más allá de la simple funcionalidad. Cuando el volumen de oferentes se incrementa por fenómenos como el desempleo o el emprendimiento informal, se generan entornos de competencia desleal que pueden debilitar a los negocios formalmente establecidos, lo cual obliga a repensar las propuestas desde su valor agregado, su originalidad y su conexión emocional con el consumidor (Naula et al., 2021).

Analizar el índice de saturación del mercado permite dimensionar cuán ocupado se encuentra un sector respecto a su capacidad total de atención a la demanda. En el caso de la indumentaria infantil, donde convergen grandes marcas, emprendimientos locales y comercio informal, este indicador revela un entorno competitivo que se aproxima al 75 % de cobertura en categorías tradicionales como camisetas, pantalones o uniformes escolares. Esta alta ocupación del mercado evidencia que los modelos repetitivos y poco diferenciados han colmado gran parte del espacio comercial, lo cual representa una barrera para los nuevos emprendimientos que buscan insertarse con propuestas convencionales. Sin embargo, también abre la posibilidad de encontrar vacíos estratégicos en nichos aún no explorados (Faster Capital, 2025).

Precisamente, las iniciativas que combinan diseño con contenido emocional o educativo se posicionan como una respuesta innovadora dentro de mercados con alta saturación. Propuestas como una línea de ropa infantil que incorpora ilustraciones creadas por los propios niños aportan un valor simbólico que no suele encontrarse en prendas estándar, reduciendo la competencia directa. Aunque el mercado general pueda estar saturado en un 80 %, los subsegmentos que priorizan la identidad, la creatividad y el desarrollo emocional infantil presentan una ocupación estimada del 40 al 50 %, lo cual sugiere un margen de oportunidad. Esta lectura estratégica del entorno permite plantear una propuesta viable y alineada con las nuevas demandas del consumidor contemporáneo (Faster Capital, 2025).

Comprender el nivel de saturación del mercado resulta clave para validar la viabilidad de un proyecto que busca insertarse en un sector con amplia oferta. En este sentido, iniciativas que integran componentes emocionales en productos infantiles, como es el caso del diseño de prendas con ilustraciones creadas por los propios niños, logran establecer una narrativa diferenciadora frente a modelos de negocio tradicionales. Detectar este tipo de oportunidades en mercados saturados permite consolidar propuestas que no solo respondan a necesidades prácticas, sino también a aspectos simbólicos y educativos de la infancia.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Conocer a fondo las acciones de la competencia es una herramienta fundamental para orientar estrategias efectivas dentro del mercado actual. El benchmarking se ha consolidado como una metodología clave para analizar, comparar y reinterpretar las prácticas más exitosas del sector, permitiendo identificar fortalezas ajenas que pueden convertirse en oportunidades propias. Este proceso va más allá de imitar; se basa en observar qué hacen bien otras marcas, cómo se posicionan y qué tipo de conexión logran con su público. En el contexto de la indumentaria infantil, evaluar referentes que ya integran valores emocionales, educativos o sostenibles permite generar propuestas mejor adaptadas a las exigencias del consumidor contemporáneo (Pérez, 2023).

Al aplicar este tipo de análisis, es posible reconocer brechas de mejora, ajustar procesos internos y desarrollar elementos diferenciadores auténticos. En mercados saturados, donde la innovación es crucial para sobresalir, entender los aciertos ajenos sirve como punto de partida para construir estrategias más competitivas. A través de una revisión estructurada de los factores clave de éxito de otras marcas como el uso del color, el diseño simbólico o las estrategias de comunicación emocional se refuerza el potencial de una propuesta única, como lo es una línea de ropa infantil basada en las emociones dibujadas por los propios niños, orientada a estimular la identidad y el desarrollo afectivo desde la vestimenta (Pérez, 2023).

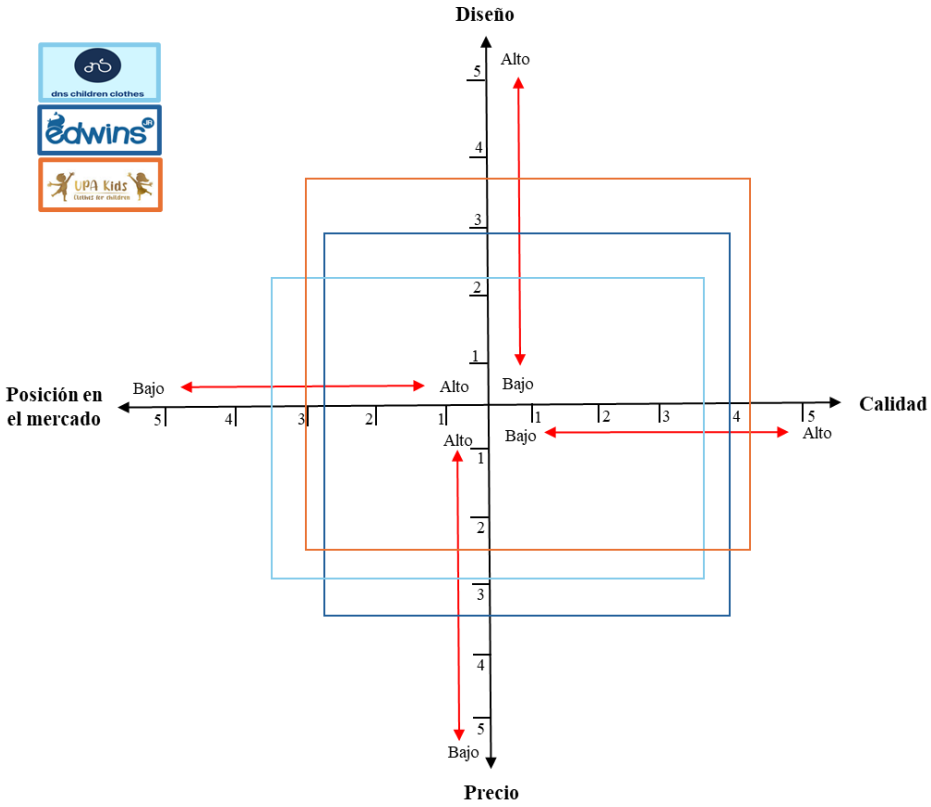


Figura 15: Análisis Benchmarking
Fuente: Elaboración propia (2025)

Tabla 10: *Análisis estratégico de la competencia*

Criterios de evaluación:	**0** No aplica	**2** Aplica, pero necesita mejora
	1 Lo aplica vagamente	**3** Muy bien consolidado o implementado

Marcas y Factores	**dns**	**Edwin's**	**UPA Kids**
Precio	2	2	3
Innovación	1	1	2
Publicidad	3	2	2
Ofertas	1	2	3
Diseño creativo	3	2	3
Alcance del mercado	3	2	2
Fotografías del producto	3	2	3
Posicionamiento de la marca	2	2	2
Total	**18**	**15**	**20**
Observaciones	Es una marca que distribuye sus productos en la mayor parte de las provincias del Ecuador.	Ofrece una variedad de prendas básicas y funcionales. Su publicidad se centra en la durabilidad y comodidad.	Se enfoca en diseños modernos y atractivos para niños. Utiliza redes sociales para promocionar sus productos y suele tener promociones activas.

Fuente: Elaboración propia (2025)

Tabla 11: *Cuadro de análisis de Competencia*

Análisis de Competencia					
Marca o Empresa	Confecciones JAASSMANY	dns children clothes **dns**	edwins JR **Edwin's**	UPA Kids Clothes for children **UPA Kids**	**Conclusiones**
Consumidor:	Hombres y mujeres.	Niños de 9 meses a 14 años entre hombres y mujeres.	Principalmente niños y adolescentes.	Niños de diversas edades (generalmente hasta los 12 años), hombres y mujeres.	Las marcas de ropa analizadas se dirigen al mercado infantil con rangos de edad variados, esta segmentación permite observar una clara oportunidad para que la empresa abra este nicho de mercado muy poco atendido.
Prendas que realizan:	Blusas, camisetas, buzos, pantalones, pantalonetas, lycras	Camisetas, shorts, pantalones, camisas, vestidos, faldas, enterizos.	Principalmente jeans, camisetas, camisas, pantalones y chaquetas para niños.	Camisetas, pantalones, conjuntos, vestidos, ropa deportiva y accesorios para niños.	Las prendas de las marcas ofrecen una gama de básicos como camisetas pantalones hasta por conjuntos, esta diversidad evidencia una amplia competencia y también impulsa a producir prendas con identidad emocional.
Sistema de producción:	Variable (Bajo pedido y puede incluir producción a gran escala).	Bajo pedido.	Variable (puede incluir producción a gran escala).	Variable (puede incluir producción bajo pedido y colecciones).	La producción en su mayoría se adapta al sistema de producción de indumentaria bajo pedido y a gran escala, de modo que presenta una oportunidad para la empresa de confeccionar prendas personalizadas.
Publicidad:	Tik Tok personal	Instagram, Tik Tok, Facebook y sitio web.	Redes sociales (principalmente Facebook e Instagram), publicidad en tiendas.	Redes sociales (Instagram, Facebook), publicidad online y colaboraciones con influencers.	Las estrategias de marketing que utilizan las marcas se concentran en las redes sociales como Facebook, Instagram y Tok Tok, esto confirma la necesidad que tiene la empresa de fortalecer su presencia en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia (2025)

En el análisis comparativo que se realizado a las marcas de ropa infantil Etafashion, dns, Edwin's y UPA Kids, se evidencian estrategias y enfoques diferenciados en el mercado ecuatoriano. *Etafashion* destaca por su amplio abanico de productos y una presencia consolidada a nivel nacional, mientras que *dns* se distingue por un modelo de producción bajo pedido y una comunicación digital activa. *Edwin's,* por su parte, parece centrarse en prendas más básicas y duraderas, con una publicidad más tradicional. Finalmente, *UPA Kids* se posiciona con diseños creativos y una fuerte apuesta por el marketing en redes sociales. Estas divergencias en la oferta de valor, los canales de distribución y las estrategias de comunicación sugieren diferentes aproximaciones para captar y fidelizar al consumidor infantil en un mercado dinámico y competitivo.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Evaluar los recursos propios y disponibles es un paso fundamental en la planificación estratégica de cualquier proyecto o iniciativa. Este análisis permite identificar las capacidades internas de una organización, como el capital humano, la infraestructura, la tecnología y los recursos financieros, así como los recursos externos accesibles que pueden ser aprovechados para alcanzar los objetivos propuestos. En el contexto ecuatoriano, Aguayo-Delgado et al. (2023) destacan la importancia de una gestión eficiente de los recursos públicos y privados para promover el desarrollo sostenible y la competitividad del país. Este enfoque puede ser adaptado al ámbito empresarial, donde la identificación y optimización de los recursos disponibles son clave para el éxito de cualquier emprendimiento (Aguayo-Delgado, 2023).

La identificación de los recursos disponibles también implica reconocer las limitaciones y desafíos que pueden afectar la implementación de un proyecto. Esto incluye factores como la disponibilidad de financiamiento, la capacitación del personal, la infraestructura tecnológica y las políticas gubernamentales. Al comprender estos aspectos, las organizaciones pueden desarrollar estrategias para superar las barreras existentes y maximizar el uso de los recursos disponibles. Aguayo-Delgado et al. (2023) enfatizan la necesidad de una planificación estratégica que

considere tanto los recursos internos como externos para lograr una gestión eficiente y efectiva.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

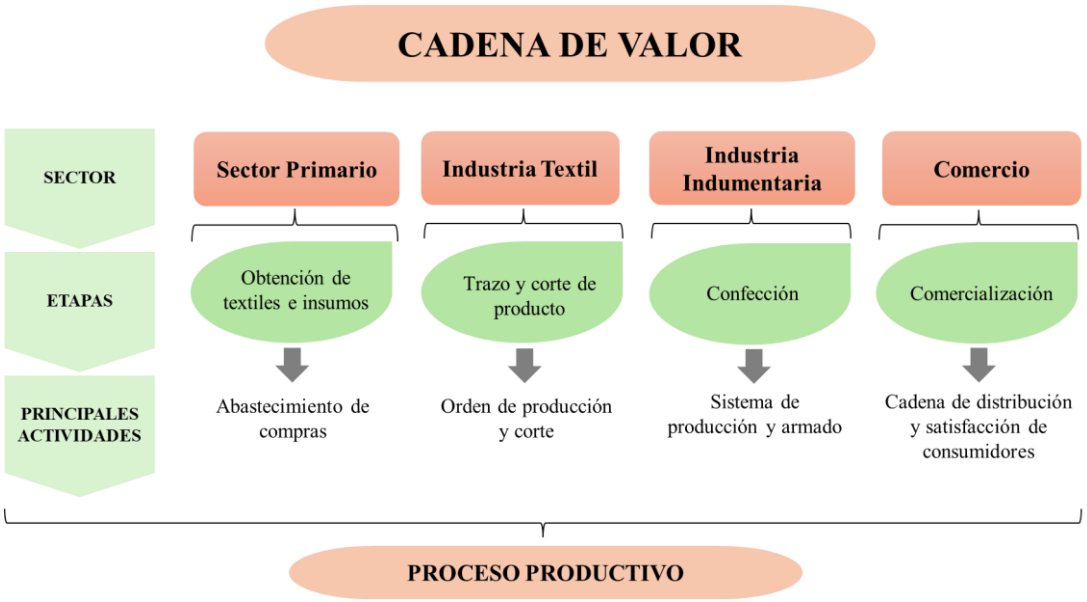


Figura 16: Cadena de valor adaptado a la empresa
Fuente: Elaboración propia

La comprensión y aplicación del modelo de cadena de valor permite estructurar de manera más eficiente las etapas del desarrollo de productos textiles, desde la adquisición de insumos hasta la comercialización. En el diseño de indumentaria infantil, esta herramienta es fundamental para identificar aquellos procesos que pueden optimizarse, especialmente en áreas como la provisión de materias primas adecuadas para el público objetivo, el diseño técnico adaptado a necesidades ergonómicas, y los métodos de acabado que aporten valor añadido a las prendas. La sistematización de estas etapas favorece la detección de fortalezas internas y áreas susceptibles de innovación, potenciando así la diferenciación del producto dentro de un mercado competitivo (Tenezaca, 2020).

En el contexto de la moda infantil, cada eslabón de la cadena debe alinearse con estándares de calidad, seguridad y funcionalidad que respondan a las necesidades físicas y emocionales del niño. Desde el diseño conceptual, que debe considerar tallajes apropiados y elementos visuales estimulantes, hasta la producción, que exige

tejidos suaves, resistentes y libres de agentes nocivos, el proceso debe estar cuidadosamente planificado. A su vez, la logística y distribución también desempeñan un rol clave, ya que el tiempo de respuesta ante la demanda del mercado infantil suele ser más corto por la estacionalidad o por los ritmos de crecimiento. Una cadena de valor bien gestionada permite entonces no solo optimizar recursos, sino también ofrecer un producto que cumpla con atributos diferenciadores y éticos dentro de un mercado cada vez más exigente (Tenezaca, 2020).

Considero que aplicar la cadena de valor al diseño de indumentaria infantil me permite tener una visión más clara del proceso completo que implica llevar una prenda desde la idea inicial hasta que llega al consumidor final. Al descomponer cada etapa, puedo identificar con mayor facilidad en qué partes del desarrollo puedo generar valor real, ya sea a través de la elección consciente de materiales, el diseño adaptado a las emociones de los niños o mediante una producción responsable. Esta estructura también me ayuda a reflexionar sobre cómo optimizar recursos y cómo cada decisión que tomo puede tener un impacto directo en la calidad y el propósito final de mi propuesta.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

En el entorno actual del diseño de moda, innovar significa transformar tanto los procesos como los productos para dar respuestas más coherentes con las necesidades de los consumidores y con el contexto global. Esta transformación no depende únicamente de la creatividad, sino también de la capacidad para integrar herramientas tecnológicas, materiales sostenibles y metodologías colaborativas. Dentro del diseño de indumentaria, especialmente en el ámbito infantil, innovar implica pensar en soluciones funcionales, visualmente estimulantes y alineadas con valores éticos, como el cuidado del medio ambiente (Fashion Digital Talks, 2020). Al establecer vínculos estratégicos entre diseño, tecnología y conciencia social, se fortalece la autenticidad del producto y su impacto positivo en el desarrollo emocional y físico del niño.

Aplicar innovación en el diseño infantil no solo requiere creatividad, sino también una actitud abierta al cambio y a la experimentación constante. Incorporar recursos tecnológicos y textiles alternativos permite no solo mejorar el aspecto funcional de las prendas, sino también su sostenibilidad y adaptabilidad. Para el público infantil, esto

se traduce en ropa que acompaña su desarrollo físico y emocional, integrando materiales seguros, colores emocionalmente estimulantes y estructuras ergonómicas. Además, pensar desde la innovación promueve que el diseñador no trabaje de forma aislada, sino que establezca alianzas estratégicas con proveedores y productores que compartan una visión comprometida con el bienestar del usuario final y del entorno (Fashion Digital Talks, 2020).

Desde mi perspectiva, incluir la investigación y el desarrollo dentro del proceso de diseño infantil ha sido clave para entender cómo mejorar cada prenda desde su funcionalidad y propósito. Este eslabón no solo me ha permitido explorar nuevos materiales o técnicas, sino también cuestionar cómo la ropa puede contribuir al crecimiento emocional y sensorial de los niños. Al indagar sobre tendencias, necesidades del usuario y soluciones tecnológicas aplicadas al textil, encontré que es posible proponer diseños que no solo vistan, sino que también comuniquen, enseñen o generen experiencias. Por eso considero que este punto de la cadena de valor no debe verse como un requisito técnico, sino como el corazón creativo y estratégico de cualquier propuesta con sentido.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Para la adquisición de materiales e insumos se prevé trabajar con proveedores ubicados en la ciudad de Ambato, perteneciente a la provincia de Tungurahua. Según el tipo de vestuario que se defina, se seleccionará el textil y los materiales adecuados para la colección de indumentaria infantil, la compra de materiales se realizara por cuenta propia. La elaboración de los prototipos se desarrollará en las instalaciones de la empresa Confecciones Jaassmany, por lo cual será necesario que las propuestas se ajusten a las capacidades técnicas y al equipo disponible en dicha empresa. Además, el proceso de corte, sublimado, confección y etiquetado se realizará utilizando las máquinas propias de la empresa, permitiendo así la participación directa en el desarrollo de los prototipos.

3.2.2.3. Eslabón de producción

El desarrollo de la colección se organizará en cuatro etapas principales dentro del proceso productivo. Las dos primeras fases serán desarrolladas directamente por la autora del proyecto, iniciando con la etapa de diseño, donde se crearán las propuestas

que definirán la identidad visual y conceptual de las prendas. Posteriormente, se dará paso a la elaboración de los patrones base, en los que se ajustarán formas y medidas con base en las necesidades del público infantil, asegurando la coherencia entre el diseño, incorporación de ilustraciones desarrolladas por niños y la funcionalidad de las piezas.

Las siguientes etapas estarán a cargo de la empresa Confecciones Jaassmany. En primer lugar, se llevará a cabo el tendido y corte de los textiles, actividad fundamental para obtener las partes que conformarán cada prenda. Una vez cortadas, las piezas pasarán al área de confección, en la cual se utilizará la maquinaria disponible en la empresa para ensamblar cada diseño. Para finalizar, se realizará el proceso de terminados dentro de las mismas instalaciones, incluyendo el planchado, etiquetado y revisión final, garantizando así un acabado óptimo antes de la entrega del producto.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

Para lograr que la nueva línea de indumentaria represente una oportunidad de aceptación del público infantil e incrementación de ventas de la marca, es necesario implementar estrategias de comercialización acompañadas de canales de distribución que faciliten la visibilidad del producto y optimicen la experiencia de compra. En este sentido, se plantea el uso de redes sociales como herramientas clave para conectar con los clientes de manera directa y dinámica. Estas acciones deben contar con una planificación presupuestaria adecuada y enfocarse en facilitar el acceso al producto.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

El público objetivo en este caso son niños de 6 a 10 años, de primaria de la Unidad Educativa Liceo Militar Cap. Giovanni Calles de la ciudad de Pelileo provincia Tungurahua. Para efectuar el estudio al público objetivo del proyecto, se aplicará la herramienta de Focus Group en el cual se obtendrán las ilustraciones sobre las emociones desarrolladas por los niños y también se identificarán los gustos y preferencias del usuario. Por otro lado, es importante realizar entrevistas a los padres de familia del objeto de estudio para conseguir información de las preferencias cuando visten a sus hijos. Por ultimo y no menos importante se realizarán entrevistas a los Psicólogos y Educadores de la institución ya que ellos también participan de la educación de los niños.

4.2. Selección de la muestra

Según Dueñas y Sabogal 2021 al momento de diseñar una investigación cualitativa, definir la muestra con claridad es un paso clave para garantizar la validez de los resultados. Este proceso no implica necesariamente trabajar con grandes volúmenes de información, sino con unidades representativas que respondan a criterios previamente establecidos. La elección de casos o elementos a analizar debe estar justificada no solo por su disponibilidad, sino también por su relevancia en relación con los objetivos del estudio. Una muestra bien seleccionada facilita el análisis profundo, permitiendo detectar patrones, transformaciones o elementos que aportan valor al proceso investigativo.

Además, cuando se trabaja con documentos, materiales visuales o productos culturales, la muestra puede organizarse cronológicamente o por etapas temáticas, dependiendo del enfoque de la investigación. Lo importante es establecer una línea de análisis coherente, que permita comparar, interpretar y extraer conclusiones significativas. En este sentido, la delimitación de la muestra no solo cumple una función operativa, sino que también refleja el criterio metodológico de quien investiga, aportando orden y solidez al desarrollo del trabajo (Dueñas M. & Sabogal V., 2021).

Para este proyecto se ha establecido realizar un Focus Group con 19 niños de primaria de 6 a 10 años de edad de la Unidad Educativa Liceo Militar Cap. Giovanni Calles con el fin de obtener ilustraciones desarrolladas por ellos sobre las emociones en el momento de realizar el focus group, haciéndolos partícipes en el diseño de indumentaria infantil ya que sus ilustraciones son necesarias para identificar formas, con que colores representan sus emociones y como los representan de modo que se incorporarán en las prendas de vestir y también por medio de estilizaciones.

Por otro lado mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia se desarrollarán entrevistas semi estructuradas a los padres de familia de los niños que participaron en el focus group para obtener información sobre los gustos y preferencias tato de los niños al usar la indumentaria y como de los padres al momento de hacer la compra de las prendas de vestir infantil, finalmente se realizarán entrevistas a los psicólogos y educadores de la institución ya que ellos saben a profundidad el comportamiento de los niños en el área de estudio.

Tabla 12: *Cuadro de selección de población y muestra*

POBLACIÓN Y MUESTRA

Actores	Rol en la Organización (Institución)	Técnica de Recolección de Información	Justificación
19 niños	Estudiantes de primaria, entre 6 y 10 años	Focus Group	Van a desarrollar las ilustraciones para la producción de la indumentaria.
7 padres	Padres de familia de los niños que realizará el Focus Group	Entrevista	Son los que toman la decisión de compra.
5 educadores	Docentes	Entrevista	Tienen el conocimiento del comportamiento infantil ya que están día a día con los niños.
2 psicólogos	Psicólogo	Entrevista	Tiene el conocimiento del comportamiento infantil más a profundidad.

Nota: Elaboración Propia (2025)

4.3. Técnicas de estudio

4.3.1. Cualitativas

Existen formas de indagación que privilegian el contacto directo con los sujetos y la exploración de sus experiencias desde una perspectiva abierta y flexible. En este tipo de investigación cualitativa la conversación se vuelve una herramienta clave ya permite observar no solo lo que las personas dicen, sino también de como lo expresan. La riqueza de este proceso de investigación radica la posibilidad de adaptar el rumbo de la interacción en función de lo que va surgiendo, de modo que va generando un espacio donde el conocimiento se construye de manera conjunta con una estructura flexible, permitiendo así obtener respuestas sin ser forzadas (Schettini P. & Cortazzo I., 2016).

El enfoque cualitativo permite explorar los gustos y preferencias de los niños por medio de sus ilustraciones desarrolladas por ellos mismos sobre las emociones por medio de un Focus Group desarrollado en la institución, de esta manera se pretende obtener información de como los niños representan las emociones con formas y colores, además a través de esta investigación se puede identificar los intereses de los padres de familia ya que ellos son los que adquieren el producto.

4.3.2. Modelo de Focus group y entrevista

Focus Group

Según Gonzáles 2019 para que una investigación cualitativa obtenga resultados significativos, es fundamental seleccionar cuidadosamente a los participantes que formarán parte de los espacios de diálogo. Este tipo de técnica permite recopilar opiniones, percepciones y reacciones sobre un producto o propuesta, siempre y cuando los integrantes del grupo cumplan con perfiles previamente definidos. Al mismo tiempo, es importante establecer un número adecuado de participantes para mantener un equilibrio entre profundidad y fluidez en la conversación. Así, el proceso no solo recoge datos útiles, sino que también valida decisiones en etapas clave del desarrollo de un proyecto.

Al seleccionar a los participantes hay que considerar aspectos como la edad, experiencias previas y su relación directa con el objeto de estudio. Estos criterios permiten que las opiniones obtenidas sean relevantes y útiles para orientar decisiones de diseño. En estudios relacionados con productos destinados a un público específico, como el infantil, es común incluir quienes usan directamente e intervienen en la decisión de compra o uso. Por esta razón, la conformación del grupo objetivo debe garantizar la calidad y aplicabilidad de los resultados obtenidos en el proceso creativo (González, 2019).

Tabla 13: ***Focus Group a realizar***

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO **FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA** **CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA** **FORMATO DE FOCUS GROUP A REALIZAR** **TESIS DE GRADO**
Tema de tesis: "Diseño de una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones, desarrolladas por los niños de 6 a 10 años para la empresa Confecciones Jaassmany**".**
Objetivo: Explorar la percepción de los niños de 6 a 10 años sobre las emociones a través del arte, identificando colores, formas y elementos gráficos que pueden integrarse en el diseño de indumentaria infantil.
1. DESARROLLO DEL FOCUS GROUP
1.1. Participantes: • 19 niños de 6 a 10 años de la Unidad Educativa Liceo Militar Cap. Giovanni Calles. • Moderador: Investigador que guíe la actividad. • Observador: Persona encargada de tomar fotografías. **1.2. Lugar y Materiales:** • Aula con un ambiente cómodo. • Hojas blancas, crayones, lápices de colores y marcadores. • Imágenes de prendas infantiles con diferentes diseños y colores.
2. INTRODUCCIÓN
Bienvenida y presentación (5 min) Hoy vamos a hablar sobre cómo nos sentimos, esta actividad está inspirada en nuestras emociones y cómo podemos representar esas emociones con colores y dibujos. No hay respuestas incorrectas, queremos saber lo que piensan y sienten (¿realizar una dinámica que los haga sentir en confianza, como por ejemplo que dibujos animados te gustan?). **Dinámica inicial: Reconociendo emociones (15 min)** Se muestran imágenes de expresiones faciales (alegría, tristeza, enojo, sorpresa, miedo) y se les pregunta:

<table>
<tr><th colspan="3">EMOCIONES</th></tr>
<tr>
<td>FELIZ

Figura 17: Emoción de felicidad
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>ENOJADO

Figura 18: Emoción de enojo
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>TRISTE

Figura 19: Emoción de tristeza
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
</tr>
<tr>
<td>GRACIOSA

Figura 20: Emoción de graciosa
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>ASUSTADA

Figura 21: Emoción de asustado
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>DECEPCIONADO

Figura 22: Emoción de decepcionado
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
</tr>
<tr>
<td>PREOCUPADO

Figura 23: Emoción de preocupado
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>EMOCIONADA

Figura 24: Emoción emocionada
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>RELAJADO

Figura 25: Emoción de relajado
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
</tr>
<tr>
<td>FRUSTRADO

Figura 26: Emoción frustrada
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>ALIVIADA

Figura 27: Emoción aliviada
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
<td>AVERGONZADA

Figura 28: Emoción avergonzada
Fuente: https://n9.cl/epeho</td>
</tr>
<tr><td colspan="3">1. ¿Como te sientes hoy? (Cómo te sientes cuando ves esta imagen)</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>

Figura 29: Niños posando frente a la escuela
Fuente: https://n9.cl/kbge6u</td>
<td>
Figura 30: Niños plantando flores en el jardín
Fuente: https://n9.cl/dw7op</td>
<td>
Figura 31: Animales
Fuente: https://n9.cl/3f99u</td>
</tr>
<tr>
<td>
Figura 32: Niños en el parque
Fuente: https://n9.cl/pjgss</td>
<td>
Figura 33: Un día en familia
Fuente: https://n9.cl/pnowxb</td>
<td>
Figura 34: Niños jugando con cometas
Fuente: https://n9.cl/lnwb9</td>
</tr>
<tr>
<td>
Figura 35: Niñas en el campo
Fuente: https://n9.cl/8ptgd</td>
<td>
Figura 36: Un día lluvioso
Fuente: https://n9.cl/q6gp6</td>
<td>
Figura 37: Un día de viento
Fuente: https://n9.cl/p1w83</td>
</tr>
<tr>
<td>
Figura 38: Casa
Fuente: https://n9.cl/g3e0y</td>
<td>
Figura 39: Un día de clases
Fuente: https://n9.cl/rqzez</td>
<td>
Figura 40: Niños pintando
Fuente: https://n9.cl/s17bj</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">2. ¿Qué color usarías para representar tu emoción?</td>
</tr>
<tr>
<td>COLOR</td>
<td>EMOCIONES</td>
<td>EJEMPLO VISUAL PARA LOS NIÑOS</td>
</tr>
</table>

EMOCIONES POSITIVAS		
Amarillo	Alegría, Felicidad	Sol, estrella
Verde	Calma, naturaleza	Árbol, césped
Blanco	Paz	Nieve, nubes, ropa blanca
Naranja	Diversión, creatividad	Sol al atardecer, calabaza
Rosa	Amor, dulzura, ternura	Flores, algodón de azúcar, corazones
EMOCIONES NEGATIVAS		
Rojo	Enojo	Corazón
Azul	Tranquilidad, tristeza	Cielo, mar
Negro	Miedo, tristeza	Noche, sombra

3. ¿Con qué figura representarías tu emoción?

FIGURA	**EMOCIÓN PRINCIPAL**	**EJEMPLO VISUAL PARA LOS NIÑOS**
EMOCIONES POSITIVAS		
Círculo	Seguridad, armonía, felicidad	Caras sonrientes, sol, globos, pelotas
Cuadrado	Estabilidad, orden	Casas, cajas, ventanas
Triangulo	Energía, fuerza, cambio	Montañas, arboles, flechas
Líneas curvas	Relajado, tranquilo	Nubes, olas
EMOCIONES NEGATIVAS		
Líneas rectas	Tensión, rigidez	Caminos largos, reglas
Formas puntiagudas	Miedo, enojo	Flechas, pinchos, rayos
Espirales	Confusión, inseguridad, estrés	

4. ¿Qué prenda es la que más te gusta usar? ¿Por qué?



Figura 41: Un niño y una niña leyendo libros juntos arte de dibujos animados.
Fuente: Recuperado de https://n9.cl/te5g9

Niño		Niña	
 **Figura 42:** Camiseta M **Fuente:** (Aliados Leonisa, 2025)	 **Figura 45:** Buzo M **Fuente: (PATPRIMO, 2025)**	 **Figura 48:** Camiseta **Fuente: (Aliados Leonisa, 2025)**	 **Figura 51:** Buzo F **Fuente:** (ZIRÓ uniforms & sportswear, 2025)
 **Figura 43:** Pantaloneta **Fuente:** (PATPRIMO, 2025)	 **Figura 46:** Chompa **Fuente:** (Columbia, 2025)	 **Figura 49:** Short **Fuente: (Vertbaudet, 2025)**	 **Figura 52:** Chompa **Fuente: (Columbia, 2025)**
 **Figura 44:** Bermuda **Fuente:** (Oechsle, 2025)	 **Figura 47:** Pantalón **Fuente:** (Oechsle, 2025)	 **Figura 50:** Vestido **Fuente: (H&M Hennes & Mauritz AB., 2025)**	 **Figura 53:** Pantalón **Fuente: (Oechsle, 2025)**

Actividad creativa: Dibujando emociones (30 min)

Cada niño recibe una hoja en blanco y materiales para dibujar cómo imagina una emoción específica (alegría, tristeza, miedo, etc.), pueden dibujar la imagen que eligieron al principio. Se les motiva a usar colores, formas y texturas libremente.

Cierre y despedida (5 min)

Quiero agradecer al señor director de esta bella institución, niños y niñas por su entusiasmo y creatividad al desarrollar sus ilustraciones ya que son de gran inspiración para el desarrollo de mi tesis. A los padres de familia y docentes por su confianza y apoyo en este proyecto para fomentar la expresión y conexión de los niños con la indumentaria.

Análisis de la información:

Se revisan los dibujos y respuestas de los niños para identificar patrones y elementos visuales comunes que puedan ser aplicados en la colección de indumentaria infantil.

Nota: elaboración propia (2025)

4.4. Elaboración e interpretación de los datos "Focus Group"

Tabla 14: *Transcripciones del Focus Group a niños de 6 a 10 años*

FOCUS GROUP

N°	Nombre del participante	Preguntas		
		¿Cómo te sientes hoy?	**¿Qué color usarías para representar tu emoción?**	**¿Con qué figura representarías tu emoción?**
1	José Pambasho	Alegre	Amarillo, verde, naranja, azul, blanco y violeta.	Círculo, líneas curvas y líneas rectas
2	Thiago Quinga	Alegre	Amarillo	Círculo
3	John García	Alegre	Amarillo, azul, verde	Círculo, cuadrado, líneas rectas y líneas curvas
4	Aron Llom	Alegre	Rojo	Círculo y cuadrado
5	Helen Guamán	Alegre	Café	Círculo
6	Amy Tibanquiza	Alegre	Café	Círculo
7	Gael Fernandez	Alegre	Amarillo, naranja y rojo	Círculo
8	Paulette Morales	Alegre	Amarillo, blanco y rojo	Círculo y líneas rectas
9	Axel Tite	Alegre	Amarillo, blanco, café y rojo	Círculo y líneas rectas
10	Erik Guevara	Alegre	Amarillo y negro	Círculo
11	David Erazo	Alegre	Amarillo, negro, blanco y verde	Círculo y formas puntiagudas
12	Didier Vergara	Alegre	Café, rosado, rojo, azul, amarillo y naranja	Círculo, cuadrado, líneas rectas y líneas curvas
13	A	Alegre	Café, azul y blanco	Círculo y formas puntiagudas
14	Emersson Larua	Alegre	Naranja, amarillo, rojo, verde y blanco	Círculo y líneas curvas
15	Carlos Bladimir	Alegre	Amarillo y blanco	Círculo y líneas rectas
16	Samira Pilla	Alegre y triste	Café, rojo azul, verde blanco y amarillo	Círculo y líneas curvas

17	Anydan Barrionuevo	Alegre	Amarillo y blanco	Círculo y cuadrado
18	Aleca Silva	Alegre	Café	Círculo
19	Yesua Pinto	Asustado	Azul, blanco, negro y violeta	Círculo, líneas curvas y líneas rectas
Síntesis integral		Esto implica que la mayor parte de los niños se sintieron alegres al momento de hablar de sus emociones y sentimientos	Los resultados muestran que en su mayoría los niños representan la alegría con los colores amarillo, rojo y blanco. Además, se pudo notar que también les gusta los colores café, rosado y violeta.	Los resultados muestran que en su totalidad los niños representan sus emociones con el círculo y además en su mayoría también utiliza líneas rectas y curvas para complementar sus ilustraciones sobre las emociones.

Fuente: Elaboración Propia (2025)

El análisis cualitativo en respuesta hacia el objetivo general, se desarrolló un Focus Group en el cual se evidenció una diversidad de percepciones pero también coincidencias, ya que todos los niños representan sus emociones con el círculo, además algunos de ellos también utilizan líneas curvas y otros líneas rectas, este ejercicio permitió validar que los elementos del diseño son componentes que conforman la base de cualquier composición visual estos elementos permiten estructurar, organizar y transmitir ideas de manera más efectiva (Dondis, 2017).

El análisis cualitativo del Focus Group desarrollado en respuesta al segundo objetivo específico, en el que la mayoría de los niños se mostraron alegres al momento de hablar sobre las emociones y colores. En cuanto a los estilos gráficos *"Permite fortalecer su área emocional, autoestima y también permite desarrollar su identidad emocional"* (Participante 1 José Áreas, entrevista personal 2025, quien expone como podría impactar el uso de ilustraciones propias en la indumentaria de los niños en su desarrollo psicológico. Este ejercicio permitió evidenciar que, desde una perspectiva psicológica, los colores poseen la capacidad de incidir significativamente en el comportamiento y estado emocional de los individuos (Moncayo, 2015).

Entrevista

Según Villareal-Puga y Cid 2022 la entrevista constituye una herramienta clave dentro de los procesos de investigación cualitativa, ya que permite recoger información directa desde la experiencia, percepción y contexto del participante. Su riqueza radica

en la posibilidad de generar un diálogo flexible, donde las preguntas se adaptan a medida que avanza la conversación, permitiendo explorar en profundidad aspectos que podrían no surgir con técnicas más estructuradas. Esta adaptabilidad no solo favorece la obtención de datos más auténticos, sino que también fortalece la relación entre investigador y entrevistado, generando un ambiente de confianza donde las respuestas fluyen con mayor naturalidad.

Además, es posible aplicar esta técnica en diferentes modalidades según las condiciones del entorno o las necesidades del estudio. Desde entrevistas presenciales hasta remotas, cada formato presenta ventajas y desafíos, pero todos comparten la posibilidad de capturar la subjetividad del participante y enriquecer el análisis de los datos. La clave está en la planificación previa: definir el tipo de entrevista, seleccionar adecuadamente a los informantes y establecer los temas centrales, sin perder de vista que lo más valioso muchas veces surge de las respuestas espontáneas que se alejan del guion inicial (Josué Villarreal-Puga & Magdalena Cid García, 2022).

Tabla 15: *Modelo de entrevista para padres de familia*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO **FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA** **CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA** **FORMATO DE ENTREVISTA PARA PADRES DE FAMILIA** **TESIS DE GRADO**	
Objetivo: Conocer la percepción de los padres sobre la relación entre la vestimenta de sus hijos y la expresión de sus emociones a través del arte.	
Datos generales:	
Entrevistadora:	Fatima Moreno
Fecha de la entrevista:	
Nombre del padre de familia:	
Edad:	
Sexo:	
Ocupación:	
Modo de entrevista:	(Presencial / Virtual / Telefónica)
Autorización para grabar:	(Sí / No)
1. ¿Cuál en el género de su hijo/a? ( ) Masculino ( ) Femenino 2. ¿Cuántos años tiene su hijo/a? ( ) 6 años	

( ) 7 años
( ) 8 años
( ) 9 años
( ) 10 años

BLOQUE 1: EMOCIONES INFANTILES Y VESTIMENTA

3. ¿Cree usted que la ropa influye en el estado de ánimo de su hijo/a?
   ( ) Sí, mucho
   ( ) Sí, en ocasiones
   ( ) No lo sé
   ( ) No influye
   ¿Por qué?:

4. ¿Ha notado que su hijo/a muestra preferencia por ciertos colores en su vestimenta?
   ( ) Sí
   ( ) No
   ¿Cuáles?:

5. ¿Considera que los colores de la ropa de su hijo/a podrían reflejar sus emociones?
   ( ) Sí
   ( ) No
   Por qué:

BLOQUE 2: ILUSTRACIONES INFANTILES Y CREATIVIDAD

6. ¿Su hijo/a disfruta dibujar o pintar?
   ( ) Sí, con frecuencia
   ( ) A veces
   ( ) No le gusta

7. ¿Le ha mostrado dibujos donde exprese como se siente?
   ( ) Sí
   ( ) No

8. ¿Cree que incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayudaría a identificarse más con ella?
   ( ) Sí
   ( ) No
   ¿Por qué?:

BLOQUE 3: PREFERENCIAS EN LA INDUMENTARIA INFANTIL

9. ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir la ropa de su hijo/a (puede marcar más de una opción)
   ( ) Comodidad
   ( ) Color
   ( ) Diseño atractivo
   ( ) Calidad

10. ¿Estaría interesado/a en una línea de ropa infantil con ilustraciones creadas por niños?
    ( ) Sí
    ( ) No
    ( ) Tal vez
    ¿Por qué?:

11. ¿Cuánto pagaría por prendas con identidad emocional?
    ( ) 15$

( ) 20$ ( ) 30$ ( ) 40$
Nota: Elaboración propia (2025)

Elaboración e interpretación de los datos “Entrevista uno”

Tabla 16: *Transcripciones de entrevistas a padres del grupo objetivo*

ENTREVISTAS A PADRES DE FAMILIA

Preguntas	Angie Punguil	Dayana Chipantisa	Paola Pilco	Katherine Juela	Maruja Poaquiza	Liliana Sánchez	Ana Chiliquinga
1 ¿Cuál es el género de su hijo/a?	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
2 ¿Cuántos años tiene su hijo/a?	7	8	7	7	7	7	7
3 ¿Cree usted que la ropa influye en el estado de ánimo de su hijo/a?	Sí, porque cuando está bien vestido, presentable él se va a sentir bien con él con el mismo.	Sí, porque es muy indeciso cuando se va a cambiar.	Sí, porque cuando se pone su color favorito se pone contento.	Sí, porque cuando se pone una ropa que le gusta se pone feliz.	Sí, mucho	Sí, porque se siente según como se viste.	Sí, porque se pone feliz por vestirse el mismo.
Síntesis integral	Los resultados muestran que la mayoría de los padres de familia consideran que la ropa si influye en el estado de ánimo de sus hijos ya sea por diseño, color, etc. Por el mismo hecho de que los niños están aprendiendo a vestirse solos.						
4 ¿Ha notado que su hijo/a muestra preferencia por ciertos colores en su vestimenta?	Sí, los colores rojo y azul	Sí, los colores amarillo y negro	Sí, los colores verde y rojo	Sí, los colores amarillo, negro y azul	Sí, los colores amarillo y verde	Sí, los colores amarillo, rojo y verde	Sí, el color azul
Síntesis integral	Por otro lado, se evidencio que desde la perspectiva de los padres a la mayoría de los niños les gusta el color amarillo y el azul, pero de manera positiva porque al usar indumentaria de su color favorito les causa felicidad.						
5 ¿Considera que los colores de la ropa de su hijo/a	No porque como es niño y él todavía no se da cuenta.	Sí porque a veces le gusta combinar la ropa.	Sí porque cuando no le pongo su color favorito él	Sí porque hay ropa que le gusta y se pone feliz	Sí porque le gusta mucho	Sí	Sí porque le gusta mucho

podrían reflejar sus emociones?			se enoja, pero cuando le pongo lo que a él le gusta se pone feliz.				
Síntesis integral	De acuerdo con el análisis cualitativo recolectado en la entrevista, la mayoría los padres consideran que los colores de la ropa de sus hijos reflejan sus emociones. Por otro lado, uno de los entrevistados considera que los niños se dan cuenta de nada porque son muy pequeños.						
6 ¿Su hijo/a disfruta dibujar o pintar?	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia
Síntesis integral	Los resultados de la entrevista realizada a los padres de familia muestran que la mayoría de los niños disfrutan con frecuencia dibujar y pintar.						
7 ¿Le ha mostrado dibujos donde exprese como se siente?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Síntesis integral	Los entrevistados expresan que sus hijos muestran sus dibujos o ilustraciones realizados por ellos en donde expresan como se sienten todo el tiempo.						
8 ¿Cree que incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayudaría a identificarse más con ella?	Sí porque van a transmitir lo que ellos sienten	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí porque es algo hecho por ellos mismos	Sí
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los entrevistados creen que incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayuda a identificarse más con ella porque de esa manera van a transmitir lo que ellos sienten.						
9 ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir la ropa de su hijo/a?	Comodidad, Diseño atractivo y creatividad	Comodidad y Diseño atractivo	Comodidad y Color	Comodidad y Diseño atractivo	Comodidad	Comodidad	Comodidad y Diseño atractivo
Síntesis integral	Los resultados de los entrevistados los padres de familia buscan comodidad, creatividad, color y diseño atractivo en la indumentaria de sus hijos ya que ellos son los que adquieren la vestimenta al gusto y preferencia de los niños y de ellos también.						
10 ¿Estaría interesado/a en una línea	Sí	Sí porque sería más representativo	Sí porque se demostraría	Sí porque hay dibujos	Sí porque los niños se	Sí	Sí.

de ropa infantil con ilustraciones creadas por niños?		y a los niños les gusta representarse así mismo.	lo que ellos piensan.	que le gusta ponerse	sienten felices		
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados de la entrevista realizada los entrevistados se encuentran interesados en una línea infantil en el que tengan participación de los niños para diseño de la ropa.						
11 ¿Cuánto pagaría por prendas con identidad emocional?	20$	15$	20$	20$	15$	30$	20$
Síntesis integral	Por otro lado, los padres de familia del grupo objetivo consideran que gastarían de 15$ a 30$ en indumentaria para sus hijos.						

Fuente: Elaboración Propia (2025)

El análisis cualitativo en respuesta al tercer objetivo específico, se aplicó una entrevista únicamente a los padres de familia ya que ellos son los que realizan la compra de indumentaria para los niños, en esta actividad se pudo determinar una diversidad de percepciones y similitudes entre ellas todos buscan comodidad para sus hijos y además que las prendas tengan algún diseño atractivo, todos están interesados en indumentaria con la incorporación de ilustraciones desarrolladas por ellos mismos, en su mayoría consideran que los colores de la ropa de sus hijos podría reflejar sus emociones.

Los resultados de las entrevistas realizadas a los padres de familia en cuanto a la indumentaria infantil uno de los entrevistados expreso *"Si los ayudaría porque es algo hecho por ellos mismos."* (Participante 6 Liliana Sánchez, entrevista personal 2025) quien expone que al incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayudaría a identificarse más con ella. La creación de propuestas de vestimenta dirigidas al público infantil requiere un enfoque integral que contemple tanto los aspectos funcionales como estéticos (Coronel, 2023).

Tabla 17: *Modelo de entrevista para psicólogos y educadores*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA
FORMATO DE ENTREVISTA PARA PSICOLOGO EDUCADORES
TESIS DE GRADO

Objetivo: Analizar la relación entre la expresión emocional infantil y su impacto en la identidad a través de la indumentaria.

Datos generales:	
Entrevistadora:	Fatima Moreno
Fecha de la entrevista:	
Nombre del padre de familia:	
Edad:	
Sexo:	
Profesión:	
Años de experiencia trabajando con niños:	
Modo de entrevista:	(Presencial / Virtual / Telefónica)
Autorización para grabar:	(Sí / No)

BLOQUE 1: EXPRESIÓN EMOCIONAL EN LA INFANCIA

1. ¿Cómo suelen expresar los niños sus emociones de manera natural?
   ( ) Mediante el lenguaje verbal
   ( ) A través de dibujos y arte
   ( ) A través del comportamiento y gestos
   ( ) Otro ¿cuál?:

1. ¿Cree que el uso de color influye en la expresión emocional de los niños?
   ( ) Sí
   ( ) No
   ¿Por qué?:

2. ¿Existen colores específicos asociados con ciertas emociones en la infancia?
   ( ) Sí, ¿cuáles?:
   ( ) No

3. ¿Cómo influye el arte infantil en el desarrollo emocional de los niños?

BLOQUE 2: RELACIÓN ENTRE VESTIMENTA Y EMOCIONES

4. ¿Cree que los niños pueden identificarse emocionalmente con los colores o diseños de su ropa?
   ( ) Sí
   ( ) No
   ¿Por qué?:

5. ¿El uso de ilustraciones creadas por niños en su vestimenta podría fortalecer su identidad y autoestima?
   ( ) Sí

( ) No ¿Por qué?: 6. ¿Cómo podría impactar el uso de ilustraciones propias en la ropa de los niños en su desarrollo psicológico?
Nota: Elaboración propia (2025)

Elaboración e interpretación de los datos "Entrevista dos"

Tabla 18: *Transcripciones de entrevistas a psicólogos y educadores*

ENTREVISTAS A PSICÓLOGOS Y EDUCADORES

Preguntas	José Luis Arias	Aracelly Quispe	Alex Cepeda	Aracelly Perrazo	Pamela Carranza	Eliana Llerena	Gabriela Aguaguia
1 ¿Cómo suelen expresar los niños sus emociones de manera natural?	A través de dibujos y arte	A través del comportamiento y gestos	Mediante el lenguaje verbal	A través del comportamiento y gestos	A través de dibujos y arte	A través del comportamiento y gestos	A través del comportamiento y gestos
Síntesis integral	Los resultados de la entrevista realizada a los psicólogos y educadores de la institución muestran que la mayoría de los niños se expresan sus emociones de manera natural a través del comportamiento y gestos, otros encanbio se expresan a través de dibujos y arte.						
2 ¿Cree que el uso de color influye en la expresión emocional de los niños?	Sí porque el aprendizaje de los niños es visual	Sí porque utilizan su creatividad y tienen la facilidad de poder expresar las cosas o lo que le está pasando también	No porque no tiene nada que ver eso	Sí porque cuando ellos, hacen o trabajan con colores vivos demuestran la felicidad o cuando trabajan con colores oscuros tienen tristeza y eso no lo digo yo también está escrito en los libros	Sí un niño es feliz pinta todo de colores y cuando el niño esta con algún problema interno siempre grafica colores obscuros.	A veces depende por ejemplo si le ponen un disfraz ellos se sienten ese super héroe, pero hay otros niños que le ponen un disfraz o le ponen otro color de ropa es igual es como una ropa	Sí porque a través de colores se capta la atención de los niños
Síntesis integral	De acuerdo con la entrevista realizada a los psicólogos y educadores de la institución la mayorá de profesionales creen que el uso de color si influye en la expresión emocional de los niños, por otro lado, también creen que los niños son muy pequeños para dar a conocer estas cosas.						

3 ¿Existen colores específicos asociados con ciertas emociones en la infancia?	Sí, los colores rojo y blanco	Si, los colores fuertes como el amarillo y rojo	No	Sí, en este caso la mayoría de los hombrecitos tienden a preferir el color rojo porque se asemeja mucho al Spiderman	Sí, los colores: amarillo del sol y el rojo	Si, el color negro	Si los colores negro, rojo y azul
Síntesis integral	Los resultados obtenidos en la entrevista muestran que existen colores específicos asociados con ciertas emociones, los profesionales consideran desde su perspectiva que el color amarillo, azul y rojo es decir los colores primarios son con los que más los niños se muestran felices.						
4 ¿Cómo influye el arte infantil en el desarrollo emocional de los niños?	Permite el desarrollo de habilidades y exteriorizar emociones	Mediante las actividades que a ellos les emocione y ellos también puedan mostrar las actitudes que ellos sienten en ese momento	Dependiendo de cada persona a su gusto puede ser	Influye de manera positiva ya que gracias al arte ellos pueden expresar sus vivencias, creencias y emociones.	Creo que eso les ayuda para expresar sus emociones, cuando es feliz es más activo pinta un gráfico que se le pida bien bonito y expresa con mayor facilidad las cosas	Pues por ejemplo en algún dibujo expresando algún tipo de violencia que haya tenido, algún trauma o también puede ser dibujando a su familia alguna cosa recreativa que hace	El arte puede ayudar de manera positiva ya que los niños expresan sus sentimientos a través del arte
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los educadores consideran que el arte infantil de manera positiva ya que por medio del arte los niños pueden expresar sus emociones y vivencias, por otro lado, también creen que de esta manera pueden expresar algún tipo de violencia que haya tenido.						
5 ¿Cree que los niños pueden identificarse emocionalmente con los colores o diseños de su ropa?	Sí, porque asocian emociones con colores	Si porque algunos de ellos vienen a la escuelita por ejemplo mencionando sobre su vestimenta y ese tipo de cosas	No todavía porque ellos no saben qué significado tiene todavía eso	Sí porque por lo general vivimos en una sociedad con estereotipos como personas adultas les estamos educando a ellos hacia los colores ya que son niños el azul o el celeste y niñas el rosado	Si porque a un niño feliz le gusta los colores bonitos	Si porque puede tratar de expresar de algo que está pasando mediante el dibujo	Sí porque desde muy pequeños los niños pueden dar a conocer sus gustos

Síntesis integral	Los resultados muestran que la mayoría de los profesionales entrevistados creen que la mayoría de los niños pueden identificarse emocionalmente con colores o diseños de su ropa porque asocian emociones con colores y también porque desde pequeños se les ha enseñado el que cierto color es para los hombres y el color que deben usar las mujeres por la sociedad.						
6 ¿El uso de ilustraciones creadas por niños en su vestimenta podría fortalecer su identidad y autoestima?	Sí porque el aprendizaje de los niños es visual	Sí porque ellos mediante el uniforme es como que están representando alguna institución y eso	No porque ellos no tienen todavía pensamiento de que significado tienen o como se pueden vestir	Sí porque ellos ya se identifican como tal a su género el color azul se dice que es para hombrecitos y el color rosado para mujercitas entonces ellos al estar puesto algún objeto de color azul ya saben que se identifican como hombrecitos según su género lo pertenece	Dependiendo porque si un niño es triste va a pintar o expresar algo negativo y si un niño es feliz va a expresar algo positivo	No porque el autoestima se forma uno mismo con ayuda de los padres, claro que también puede influenciar en ese caso la sociedad, pero uno mismo	Si porque desde muy pequeños los niños pueden dar a conocer sus gustos
Síntesis integral	El resultado de la entrevista con respecto a esta pregunta la mayoría de los entrevistados consideran que el uso de ilustraciones creadas por niños en su vestimenta podría fortalecer su identidad porque desde muy pequeños pueden dar a conocer sus gustos. Por otro lado, la menor parte de los entrevistados considera que los niños no saben nada de eso.						
7 ¿Cómo podría impactar el uso de ilustraciones propias en la ropa de los niños para su desarrollo psicológico?	Permite fortalecer su área emocional, autoestima y permite desarrollar su identidad	Básicamente sería algo que de ellos nació y prácticamente se están dando a conocer, por ende, ellos hicieron y eso quieren dar a conocer	E visto niños que dicen, me gusta esta ropa y esa es la que quiero y ya, depende de un dibujo, creo que hoy en día los niños se basan más en los dibujos para vestirse	Sí podría impactar de manera positiva ya que, si se habla de imágenes que sean beneficiosas, pero en la actualidad existen imágenes que de pronto son vulgares para los niños y mejor ahí estaría distorsionando la información	Mediante un dibujo bien bonito pondría aplicarlo como un estampe en una camiseta que sea como una expresión de ese niño y ese niño ve y otros niños se familiarizan con eso entonces eso le servirá para subir	Por ejemplo, demostrando todo lo que está atravesando o lo que vive en ese caso con la familia o en la sociedad	De esta manera los niños pueden expresar sus sentimientos o gustos y así los adultos podrán darse cuenta si pasa algo o no con los niños

		hacia ellos. Sería positivo y negativo dependiendo de la imagen que este representando en la ropa de los niños	su autoestima
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los entrevistados consideran que el uso de ilustraciones propias en la indumentaria de los niños ya que permite fortalecer su área emocional expresando sus sentimientos, gustos y preferencias.		

Fuente: Elaboración Propia (2025)

El análisis cualitativo en respuesta al primer objetivo específico, se desarrolló entrevistas a los psicólogos y educadores en los cuales se evidenció una diversidad de percepciones, pero también coincidencias, entre ellas que la mayoría de los niños suelen expresar sus emociones a través del comportamiento y gestos, otros a través de dibujos y arte. En el caso de los educadores y psicólogos la mayoría de ellos cree que el uso de colores influye en la expresión emocional de los niños.

Los resultados de las entrevistas realizadas a los educadores del grupo objetivo en cuanto a la influencia emocional uno de los entrevistados expreso que "*Cuando un niño es feliz pinta todo de colores bien chévere, cuando el niño esta con algún problema interno siempre grafica con colores obscuros."* (Participante 5 Pamela Carranza, entrevista personal 2025) quien expone que el uso de color si influye en la expresión emocional de los niños. Este ejercicio permitió evidenciar que la influencia emocional del color en los niños es un factor relevante en el proceso de expresión y comprensión de sus sentimientos (Tarco, 2019).

4.5. Conclusiones

La presente investigación permitió constatar que los niños entre 6 y 10 años poseen una gran capacidad para expresar sus emociones mediante el uso de ilustraciones, colores y formas básicas. A través del Focus Group, se evidenció que la mayoría de los niños participantes se sintieron alegres al momento de hablar sobre sus emociones utilizando principalmente el color amarillo y la figura del círculo como elementos simbólicos. Esto demuestra que los niños recurren al lenguaje visual para representar

su mundo interior abriendo una oportunidad para incorporar estos recursos en el diseño de prendas de vestir que no solo sean funcionales sino también expresivas, creativas y emocionalmente significativas.

El análisis cualitativo reveló que, desde la percepción de los niños el color juega un papel importante en la forma en que expresan sus estados de ánimo. Colores como el rojo, blanco, azul y café también fueron recurrentes, la representación visual de sus emociones incluyó el uso de líneas rectas y curvas consolidando la importancia de los elementos o patrones como herramientas clave para la estructuración de mensajes emocionales que quieren transmitir. Estos hallazgos sustentan la propuesta de integrar ilustraciones creadas por niños en una línea de indumentaria infantil brindándoles la oportunidad de reconocerse y comunicarse a través de sus propias creaciones como las prendas de vestir.

Por otro lado, las entrevistas dirigidas a los padres de familia del grupo objetivo aportaron información valiosa sobre la influencia emocional de la indumentaria en sus hijos. La mayoría coincidió en que la ropa afecta directamente el estado de ánimo de los niños, siendo el color y el diseño factores determinantes. Además, los padres manifestaron que sus hijos muestran una fuerte preferencia por ciertos colores como el amarillo, rojo, blanco y café de este modo disfrutan con frecuencia del dibujo y la pintura, lo cual refuerza la viabilidad de una propuesta que incluya sus ilustraciones en la ropa que usan. Esta relación directa entre expresión emocional y vestimenta permite validar la importancia del diseño con identidad emocional dentro del contexto infantil.

Asimismo, las entrevistas a psicólogos y educadores reforzaron la idea de que el arte y el uso del color son medios eficaces para que los niños exterioricen emociones, vivencias y estados de ánimo. Desde una perspectiva pedagógica y psicológica los expertos coincidieron en que las ilustraciones creadas por los niños pueden fortalecer su autoestima, identidad y desarrollo emocional. También se destacó que los colores influyen en el comportamiento y estado de ánimo infantil sirviendo como indicadores del bienestar emocional. Estos aportes multidisciplinarios sustentan teóricamente la incorporación del arte infantil en el diseño textil e indumentaria, destacando su impacto positivo en el crecimiento emocional de los niños.

El diseño de una línea de indumentaria infantil y el desarrollo de una colección de indumentaria infantil que integre ilustraciones desarrolladas por niños responde no solo a una necesidad estética o comercial, sino a una necesidad emocional y educativa. Esta propuesta aporta valor agregado al producto, genera conexión emocional con el usuario y promueve la creatividad como medio de expresión. Además, representa una innovación significativa para la empresa Confecciones Jaassmany permitiéndole diferenciarse en el mercado mediante una oferta personalizada, sensible y comprometida con el desarrollo integral del niño. En este sentido el producto no solo viste, sino que comunica, educa y emociona.

En conclusión, la propuesta investigativa demuestra que es posible vincular el diseño textil con el mundo emocional infantil de manera efectiva y creativa. La integración de ilustraciones originales elaboradas por niños contribuye al desarrollo de prendas con alto contenido simbólico y emocional, lo cual fortalece su vínculo con la identidad y el bienestar. Esta línea de indumentaria no solo cumple una función estética y funcional, sino que se convierte en una herramienta poderosa para el desarrollo emocional temprano. Así, el proyecto se posiciona como una propuesta innovadora, viable y socialmente responsable dentro del sector textil e infantil contemporáneo. La combinación de ambas técnicas facilito una visión más completa, permitiendo contrastar distintos puntos de vista y detectar elementos que de otro modo podrían haber pasado desapercibidos. Esta triangulación de información fortaleció la fiabilidad de los hallazgos obtenidos en la investigación enriqueciendo el enfoque desde el cual se debe diseñar el producto final.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1. Cronograma de producción

Tabla 19: *Cronograma de producción*

Fase	Actividad	Marzo		Abril					Mayo				Junio			
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
		17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-2	5-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13	16-20	23-27
Pre Producción	Antecedentes															
	Justificación, plantemiento del problema y objetivos															
	Marco referencial: marco conceptual, marcas referentes y visionario															
	Investigación del mercado: análisis externo y análisis interno															
	Marco metodológico															
	Tecnologías necesarias para la producción															
Producción	Análisis de usuario															
	Definición de inspiración o tendencia para la colección															
	Alfaveto Visual para la colección															
	Propuestas de diseño (bocetaje)															
	Selección de diseños para la colección															
	Selección de diseños para confeccionar															
	Digitalización de colección															
	Selección de diseños para ilustrar digitalmente															
	Patronaje															
	Adquisición de materia prima e insumos															
	Fichas técnicas															
	Producción de colección															
Post producción	Revisar pulidos, acabados de la producción y control de calidad															
	Presentación y revisión de la colección															
	Entrega del producto															

Nota: Elaboración propia

5.2. Control de calidad

En el proceso de elaboración de la línea de indumentaria infantil, se implementó una ficha de control de calidad como herramienta de seguimiento en las distintas fases del desarrollo. Esta permitirá verificar que cada etapa cumpla con los parámetros establecidos, especialmente en lo relacionado con la coherencia entre los insumos obtenidos durante la investigación y el diseño final de las prendas. Durante la preproducción, se supervisó que las ilustraciones generadas por los niños fueran

interpretadas correctamente, y que los materiales seleccionados respondieran tanto a criterios estéticos como de funcionalidad y seguridad.

En la etapa de producción, se revisaron aspectos técnicos esenciales como el corte, la unión de piezas y los acabados, asegurando que cada prenda conserve integridad y comodidad para el usuario infantil. Finalmente, en la fase de postproducción, se prestará especial atención al etiquetado, procurando que cada pieza esté correctamente identificada y que estos elementos no generen molestias en contacto con la piel. Esta estrategia de control permitirá garantizar la calidad del producto desde una perspectiva tanto técnica como conceptual, alineada con las necesidades del proyecto.

Tabla 20: *Ficha de control de calidad de la producción*

Control de calidad

Etapa	Actividad	Acción
Preproducción	Investigación del mercado	-Investigar sobre los gustos y preferencias para conocer el perfil del usuario
	Ilustraciones infantiles	-Verificar que las ilustraciones infantiles estén sean realizadas por los niños
	Revisión de preferencias	-Asegurar que los elementos estéticos se acoplen a los gustos y preferencias identificados en el Focus Group y las entrevistas realizadas
	Selección de materia prima	-Comprobar que los materiales sean seguros, cómodos y adecuados para el uso infantil
Producción	Patronaje y escalado	-Verificar que los patrones estén bien escalados, codificados y se ajusten al usuario
	Tendido y corte del textil	-Revisar que la tela este en buen estado, garantizar que las piezas estén bien trazadas y ubicar los moldes correctamente sobre el textil.
	Tratamientos textiles	-Asegurar que los tratamientos textiles se ajusten y cumplan con el pedido del usuario
	Confección	-Revisar que las costuras sean firmes y duraderos
Postproducción	Acabados	-Controlar que los terminados aporten limpieza y estética al diseño
	Photobook	-Verificar que el área este acorde con los prototipos
	Colocación de etiquetas	-Las etiquetas deben ser claras y bien fijadas con el fin de no generar molestias al usuario
	Empaquetado	-Asegurar que el producto final este en buen estado y empaquetar

Nota: Elaboración propia (2025)

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Tabla 21: *Equipos e infraestructura para el proyecto*

Equipos e infraestructura	
Área	**Equipo**
Diseño	• Escritorio • Computador • Programas: Ilustrador, Optitex, Photoshop, Marcada • Impresora
Producción	• Mesa de corte • Cortadora • Maquina recta • Máquina overlock • Máquina recubridora • Insumos: cinta métrica, tiza, tijeras, pulidoras, reglas
Almacenamiento	• Etiquetas • Empaquetado

Nota: Elaboración propia (2025)



Figura 54: Mesa de corte
Fuente: Elaboración propia (2025)



Figura 55: Taller de producción
Fuente: Elaboración propia (2025)



Figura 56: Planchado y empacado
Fuente: Elaboración propia (2025)

5.4. Requerimientos de mano de obra

Para este proyecto de trabajará con cada una de las áreas necesarias para el desarrollo de una línea de indumentaria infantil para niños de 6 a 10 años con la producción de una colección de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones desarrolladas por niños.

Tabla 22: *Requerimiento de mano de obra para la producción*

Mano de obra		
Cargo	**Cantidad**	**Actividad**
Diseñador Textil	1	Diseño, desarrollo de colecciones y patronaje
Contabilidad	1	Manejo de finanzas del negocio, declaraciones de impuestos, balances y costos
Cortador	1	Encargado de tender y cortar la tela
Artista textil	1	Encargado de aplicar las técnicas como es el sublimado o el bordado
Operarios	2	Responsables de la confección de los productos
Auxiliar de Calidad	1	Encargado de realizar un control de calidad verificando que los productos estén en buen estado
Empacador	1	Encargado de empacar el producto

Nota: Elaboración propia (2025)

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

El entorno laboral requiere que el bienestar de los trabajadores sea garantizado con condiciones adecuadas, así como gestionar de manera responsable los residuos y recursos generados. De modo que implica establecer medidas para prevenir riesgos, optimizando el uso de insumos y de esta manera reducir los impactos negativos sobre el entorno. Al aplicar estas medidas no solo se logra una mayor eficiencia dentro de los procesos productivos, sino que también fortalecen la cultura organizacional al priorizar el respeto por la salud humana y el equilibrio ecológico (Pinto, 2024).

Dado los requerimientos de seguridad industria que se debe tener en las empresas la empresa confecciones Jaassmany se ajusta a los requerimientos y también implementará acciones para preservar la integridad de su equipo de operarios y reducir el impacto de sus labores en el entorno. Para ello, se establecerán protocolos que incluyan el uso obligatorio de elementos de protección personal durante la manipulación de maquinaria y materiales. En cuanto al entorno, se controlará la correcta disposición de residuos textiles y se promoverá un uso responsable de recursos como el agua y la energía. Estas acciones buscan mantener condiciones de trabajo seguras y responsables, alineadas con un compromiso sostenible.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

En el presente proyecto se desarrollará una línea de indumentaria infantil con la incorporación de ilustraciones sobre las emociones desarrolladas por los niños de 6 a 10 años de la Unidad Educativa Liceo Militar Cap. Giovanni Calles del cantón Pelileo.

De acuerdo con la investigación desarrollada, este proyecto presenta como propuesta de valor una línea de indumentaria infantil con identidad emocional, promoviendo la creatividad y participación de los niños en el proceso de diseño para su indumentaria. Esta investigación genera de manera significativa la diferenciación en el mercado infantil para la empresa Confecciones Jaassmany mediante propuestas personalizadas con la participación del usuario.

Brain storming (lluvia de ideas)

En la siguiente imagen de Brain storming se considera el segmento del mercado al que va dirigido la línea de indumentaria infantil, por otro lado, para la colección infantil se definirá la tendencia que se va a utilizar, las intervenciones textiles que van a desarrollar y también se especifica que textiles se van a utilizar.

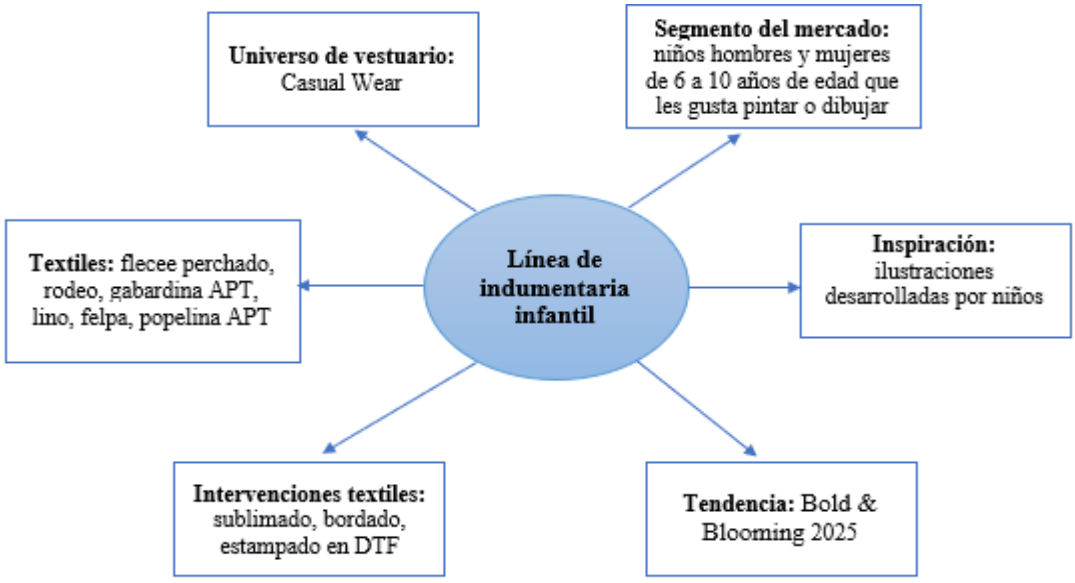


Figura 57: Brain Storming
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.2. Perfil del cliente

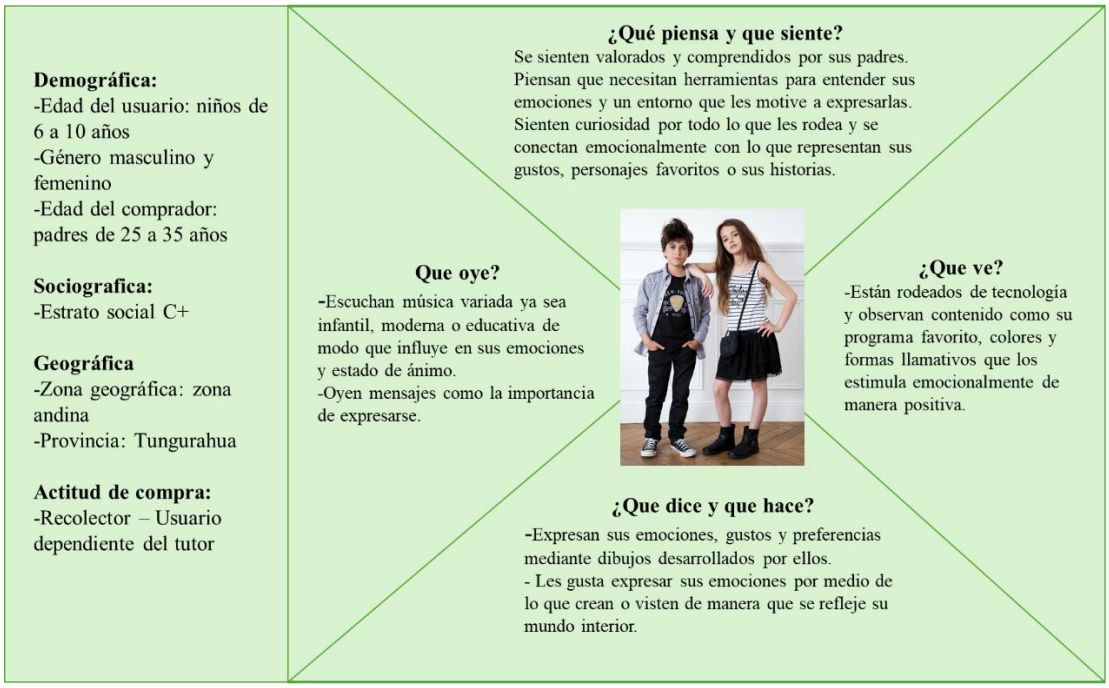


Figura 58: Mapa de empatía
Fuente: Elaboración propia (2025)

Este proyecto está dirigido para niños del género masculino y femenino de 6 a 10 años de edad de la provincia Tungurahua con un perfil contemporáneo, son dependientes de sus padres, la nueva línea de indumentaria se desarrollará con la colaboración de la empresa Confecciones Jaassmany, este cliente se caracteriza por estar en una etapa de desarrollo emocional, sus necesidades no solo responden a lo sensorial y afectivo, sino también a lo funcional de las prendas, para contemplar aspectos de comodidad, suavidad, diseños atractivos, permitiéndoles expresarse de manera natural. A pesar de que la decisión final de compra tienen los padres de familia, los usuarios son los que hacen uso de la vestimenta de manera agradable dependiendo de su elección por su afinidad con ciertos estilos o temáticas visuales.

Por otro lado, el perfil del cliente es el adulto responsable de la compra conformado por hombres y mujeres de 25 a 35 años, con un estrato social C+, generalmente madre, padre o tutor porque desempeña un rol decisivo en la elección de indumentaria infantil, se basa en estética, funcionalidad, durabilidad y valor económico. Este perfil busca indumentaria que garantice la comodidad, calidad de los materiales, facilidad de cuidado y resistente a la actividad diaria que se ajusten a los gustos y preferencias de

los niños. La relación de costo y beneficio se vuelve fundamental. Además, existe una preocupación por el impacto social y ambiental de la indumentaria, esto orienta a preferir productos que no solo sean atractivos sino también sostenible y responsables. En este contexto, el padre de familia actúa como mediador entre las emociones del niño y las necesidades prácticas de las condiciones del entorno familiar.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente

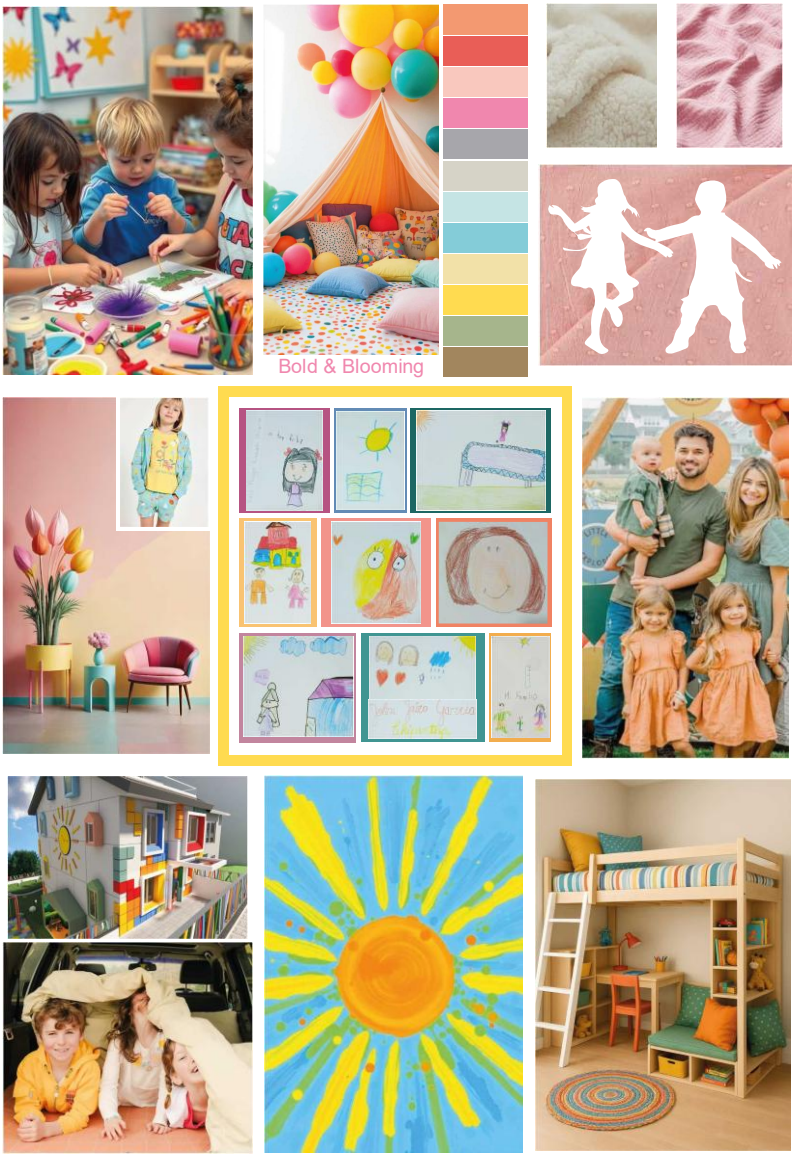


Figura 59: Moodboard
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.3. Identidad de marca.

Confecciones Jaassmany es una empresa ecuatoriana de ropa femenina y masculina que está dirigida principalmente al público masculino. Su esencia se define por la confección de vestimenta orientada principalmente a la protección y funcionalidad de las prendas. Enfoca su propuesta en la seguridad, durabilidad y calidad del producto posicionándose como una alternativa confiable con un enfoque técnico en el sector de equipamiento laboral sumado al conocimiento en procesos de fabricación sienta una base sólida para diversificar hacia nuevas líneas de indumentaria sin perder la coherencia con su identidad original como es la calidad y la durabilidad.

La experiencia de la empresa fabricando indumentaria resistente y funcional ha servido como base para proyectar nuevas propuestas de vestimenta que respondan a otros contextos de uso. Mantiene como eje central en los procesos y adaptabilidad de los materiales, sin desvincularse de su esencia de producción. Esta transición permite aprovechar el conocimiento técnico de la empresa, aplicándolo ahora a prendas que privilegien la comodidad, la movilidad y la expresión emocional de los más pequeños. De esta manera, no solo diversificará su catálogo, sino que también lo hace desde una identidad coherente fortalecida por años de experiencia.

Concepto de la marca

Confecciones Jaassmany es una marca ecuatoriana que se caracteriza por su compromiso con la funcionalidad, resistencia y calidad en la confección de indumentaria. Su experiencia en la elaboración de prendas de vestir ha permitido consolidar una identidad enfocada en la seguridad y confort, adaptando sus procesos a las necesidades de diversos sectores sin perder de vista la responsabilidad en cada detalle de la producción.

Logotipo

La composición tipográfica del logotipo de la empresa Confecciones Jaassmany cumple un rol fundamental dentro de su estructura visual, transmitiendo armonía al conjunto gráfico. Este recurso enfatiza la manera particular en que la empresa proyecta sus productos, fusionando la experiencia en confección especializada con propuestas innovadoras como el desarrollo de una línea de indumentaria infantil.



Figura 60: Logotipo para la empresa
Fuente: Elaboración propia (2025)

El logotipo de Confecciones Jaassmany ha sido diseñado para reflejar la solidez y profesionalismo que caracterizan a la empresa, combinando elementos visuales sobrios con una tipografía que transmite claridad y equilibrio. Las formas utilizadas refuerzan el sentido de estructura, mientras que los trazos del nombre proyectan confianza y experiencia en el ámbito de la confección. La elección cromática busca mantener una imagen limpia y cercana, adaptable tanto a líneas técnicas como a propuestas creativas. Este diseño no solo funciona como un identificador gráfico, sino que comunica la evolución de la marca hacia nuevas áreas, como el desarrollo de prendas infantiles, sin perder la esencia de su trayectoria.

Tipografía



Figura 61: Tipografía
Fuente: Elaboración propia (2025)

Colores permitidos

Colores del logotipo que pueden ser utilizados la empresa.



Figura 62: Colores permitidos
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.4. Uso de la marca.

Misión: Confecciones Jaassmany se dedica a la producción de prendas funcionales y de calidad, orientadas principalmente al sector adulto, deportivo e institucional. Su compromiso es ofrecer soluciones textiles que respondan a las necesidades del cliente. La empresa busca crecer de manera responsable integrando propuestas innovadoras que potencien sus capacidades productivas y afiancen su vínculo con la comunidad local.

Visión: Confecciones Jaassmany aspira a consolidarse como una marca referente en confección textil regional, destacándose por su capacidad de adaptación en el mercado. Se proyecta como una empresa que amplía su catálogo hacia nuevos segmentos, incorporando propuestas creativas que conecten con sus usuarios y generen un impacto positivo en la industria nacional.



Figura 63: Etiquetas
Fuente: Elaboración propia (2025)



Figura 64: Aplicaciones en prendas



Figura 65: Aplicaciones empaque

6.5. Análisis de color de la propuesta

Para el análisis del color de propuesta se analizará los colores seleccionados por los niños en el Focus Group desarrollado, de la misma manera colores seleccionados por los padres de familia, educadores y psicólogos de la institución que se obtuvieron a

través de las entrevistas desarrolladas y también de la tendencia de moda infantil “Bold & Blooming” 2025.

Primer análisis de la propuesta de color: en esta primera fase se tomará en cuenta los colores que los niños eligieron para el desarrollo de las ilustraciones sobre las emociones.

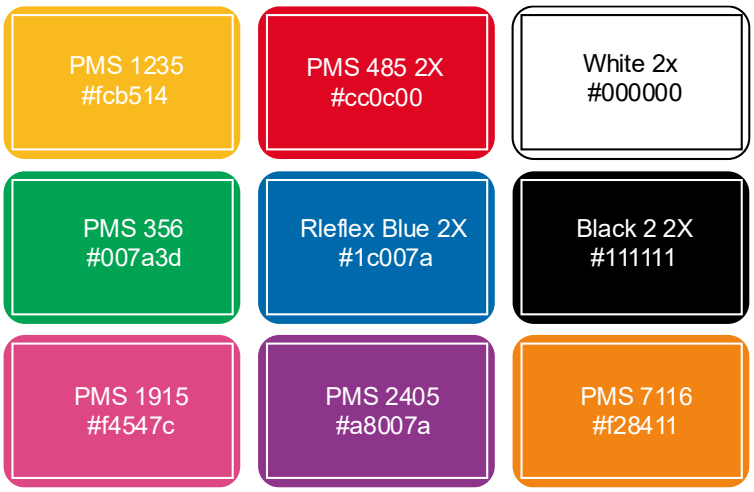


Figura 66: Primera propuesta de color elegida por niños
Fuente: Elaboración propia (2025)

Segundo análisis de la propuesta de color: en esta fase se tomó en cuenta los colores mencionados en las entrevistas por los padres de familia, educadores y psicólogos.



Figura 67: Segunda propuesta de color por educadore y psicólogos
Fuente: Elaboración propia (2025)

Tercer análisis de la propuesta de color: propuestas de color de la tendencia "Bold & Blooming", sin embargo, se considerarán los colores seleccionados por el grupo objetivo.



Figura 68: Análisis de la paleta de color de la tendencia "Bold & Blooming"
Fuente: (START by WGSN, 2025)

6.5.1. Paleta de color de la propuesta

Para la construcción de la siguiente propuesta de color se realizó una fusión entre los colores obtenidos en la metodología de investigación desarrollada y los colores de tendencia actuales en el ámbito infantil esta combinación permitió definir una paleta cromática que refleja las emociones de los niños y se utilizaron colores comerciales aceptados en el ámbito infantil con el fin de garantizar una propuesta estética y atractiva que responda a las expectativas del público objetivo.

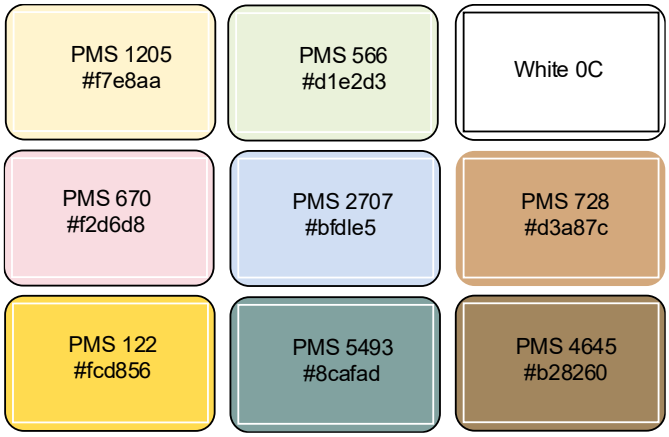


Figura 69: Propuesta de color
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).

6.6.1. Tendencia



Figura 70: Moodboar de Tendencia "Bold & Blooming"
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.7. Concepto de la propuesta.

La línea de indumentaria propuesta se fundamenta en la creación de una colección infantil que refleja la voz emocional de los niños, tomando como base ilustraciones

desarrolladas por ellos en un entorno educativo. Esta iniciativa no solo busca traducir sus emociones en ilustraciones, sino que también integra dichas creaciones en prendas de vestir mediante técnicas de aplicaciones textiles como el sublimado, el bordado y la impresión DTF. La propuesta apunta a generar un vínculo entre el niño y su vestimenta, transformando cada prenda en un soporte que comunica experiencias internas y fortalece su identidad.

La incorporación de ilustraciones infantiles en las prendas responde a un enfoque participativo y afectivo en el cual el niño deja de ser un consumidor pasivo y se convierte en protagonista del proceso creativo. Esta perspectiva permite que las emociones plasmadas en sus dibujos se materialicen en productos de uso cotidiano, respetando su autenticidad y promoviendo un sentido de pertenencia. La propuesta también reconoce el valor comercial de estas intervenciones al ofrecer a la empresa Confecciones Jaassmany una alternativa diferenciadora en un mercado de indumentaria que valora cada vez más la personalización y el contenido con propósito.

Además, la aplicación de técnicas como el sublimado, el bordado y el DTF permite explorar distintas posibilidades estéticas y productivas que enriquecen la colección sin comprometer la viabilidad comercial. Estas técnicas se seleccionaron estratégicamente por su adaptabilidad a escalas pequeñas y medianas de producción, lo que las convierte en opciones viables para una empresa en crecimiento que busca ingresar al mercado infantil. En conjunto, el concepto de la propuesta se sustenta en la convergencia entre creatividad infantil, comunicación emocional y proyección comercial.

6.8. Elementos del diseño

6.8.1. Siluetas

Según Torre 2023, el diseño de indumentaria, la silueta constituye un elemento estructural y expresivo que define la forma general de una prenda al interactuar con el cuerpo humano. Esta se percibe como el contorno visual que se genera al observar una figura vestida y su construcción responde tanto a aspectos funcionales como estéticos. A lo largo del tiempo, las siluetas han sido un reflejo de los cambios sociales, culturales y tecnológicos, adoptando nuevas proporciones y volúmenes según las necesidades y aspiraciones de cada época.

Dentro del proceso creativo, la elección de una silueta no solo obedece a criterios estilísticos, sino que también condiciona la percepción emocional que proyecta la prenda. Siluetas amplias pueden transmitir libertad o dinamismo, mientras que las ajustadas suelen asociarse con control o sofisticación. En el caso del diseño infantil, estas formas adquieren especial relevancia, ya que deben garantizar comodidad, libertad de movimiento y seguridad, sin sacrificar el lenguaje visual que comunique ternura, alegría o exploración. Por tanto, comprender y dominar el uso de la silueta es fundamental para desarrollar propuestas coherentes con las necesidades del usuario y la intención comunicativa del diseño (Torre 2023).

En el desarrollo de la propuesta de indumentaria para la línea infantil se ha considerado el uso de siluetas amplias con estructuras triangulares y rectangulares adaptadas de forma holgada para garantizar libertad de movimiento. De manera que responda a las necesidades propias de la niñez etapa en la que el cuerpo está en constante actividad y el juego forma parte esencial del día a día. Optar por estas formas permite que las prendas acompañen el dinamismo de los niños sin restringir sus movimientos, priorizando la comodidad sin descuidar el lenguaje visual del diseño.

6.8.2. Proporción y línea

En la propuesta de diseño, se han aplicado líneas rectas y fluidas que armonizan con las proporciones del cuerpo infantil, cuidando que cada prenda conserve una estructura visualmente equilibrada. Estas líneas utilizadas en conjunto con formas simétricas contribuyen a una composición ordenada y estética a la vez que favorecen la funcionalidad de la indumentaria. La simetría en las prendas no solo aporta estabilidad visual, sino que también facilita la confección y el ajuste adecuado al cuerpo en crecimiento, manteniendo una coherencia formal y ergonómica adecuada para el uso diario.

6.8.3. Función

La propuesta de indumentaria infantil desarrollada en este proyecto cumple una función que va más allá del uso cotidiano de la prenda. Al incorporar ilustraciones creadas por los niños, fortaleciendo un vínculo emocional con lo que visten, convirtiendo cada pieza en un medio de expresión personal. Esta integración se ha

logrado manteniendo un equilibrio entre estética, comodidad y funcionalidad, garantizando que las prendas se adapten al cuerpo en movimiento respetando su ergonomía.

6.8.4. Detalles

En esta propuesta de indumentaria infantil los detalles juegan un papel fundamental, ya que se integraron ilustraciones originales creadas por niños mediante técnicas como el sublimado, estampado DTF y la incorporación de accesorios personalizados. Estas representaciones gráficas también fueron adaptadas mediante redibujos vectorizados que facilitaron una adecuada composición visual respetando el trazo infantil y armonizándolo con una paleta de colores alineada a los tonos comerciales predominantes en el mercado infantil. Esta selección permite mantener una coherencia visual sin perder la autenticidad de las emociones representadas por los niños.

6.8.5. Estilo

El estilo de esta propuesta se inclina por un casual wear respondiendo a las necesidades detectadas en el estudio de mercado, priorizando aspectos como la comodidad, funcionalidad y facilidad de uso. Este enfoque permite que las prendas se adapten al ritmo activo de los niños, favoreciendo la movilidad y la autonomía al vestirse. Al mismo tiempo, mantiene una estética alineada con las preferencias del público objetivo, lo que asegura su aceptación en un entorno comercial sin perder de vista el bienestar del usuario.

6.8.6. Estampados, bordados y acabados, terminados

Dentro del desarrollo de la colección infantil, se optó por aplicar técnicas de estampado como el sublimado sobre algodón y la impresión DTF con el objetivo de plasmar ilustraciones creadas por niños de manera fiel y duradera. Estas tecnologías permiten trabajar con alta precisión cromática, lo cual facilita la adaptación de los dibujos originales a los tonos definidos en la paleta de color de la colección. De este modo se logra una armonía visual entre los estampados y el resto de los elementos del diseño, manteniendo la carga emocional de las ilustraciones sin comprometer la funcionalidad de las prendas.

6.9. Materiales e insumos.

Tabla 23: *Lista de textiles e insumos*

Textiles			
Textil	**Características**	**Proveedor**	**Muestra**
Lino	Es un textil plano duradero suabe al tacto tiene buen poder de cubrimiento	Portofino	
Fleece perchado	Es un material que posee un buen poder de cubrimiento, es suave al tacto esto permite ser apto para los niños.	Jhonatex	
Rib	Es un textil acanalado que posee un buen poder de cubrimiento, se estira de forma horizontal permitiendo adaptarse mejor sin afectar a la piel.	Jhonatex	
Rodeo	Material plano que tiene brillo, es suave al tacto, posee resistencia, y es impermeable.	El Globo	
Gabardina APT	Tejido plano duradero, posee buen poder de cubrimiento, es suabe al tacto, tiene una sarga de forma diagonal.	Vizu Textiles	
Felpa	Es un textil que posee un buen poder de cubrimiento, posee suavidad al tacto adecuado para los niños	Vizu Textiles	
Popelina APT	Es un textil plano muy resistente, con buen poder de cubrimiento, apto para tinturar y realizar indumentaria infantil	El Globo	
Jersey	Es suave al tacto con buena caída, cómoda y transpirable apta para hacer prendas deportivas como camisetas y ropa infantil	Jhonatex	

Lycra	Es un textil de punto, elástica suabe al tacto se adapta al cuerpo con facilidad	Jhonatex	
Insumos			
Insumo	**Características**	**Proveedor**	**Muestra**
Hilos	Es de poliéster y resistente apropiado para la durabilidad de las prendas.	La Tranca	
Cierres	Son de material resistente flexible y se utilizara como cierre de oclusión para las chompas.	La Tranca	
Elástico	Tiene una alta capacidad de estiramiento y recuperación permitiendo la libertad de movimiento sin perder la forma.	El Globo	
Cordón	Material resiste suave al tacto se utilizará para las capuchas y accesorios	Variedades Marcela	
Lana	Textura suave al tacto de algodón será utilizada para detalles y accesorios de las prendas de vestir.	La Tranca	
Sesgo	Material suave y cómodo de algodón, se utilizará para cubrir costuras del cuello interno para proteger la piel del contacto directo con costuras o etiquetas.	La Tranca	
Botones	Material duradero con diseño, suabe al tacto	Comercial Nuñez	
Etiquetas	Etiquetas de poliéster sublimadas adecuadas para las prendas de vestir.	Confecciones Jaassmany	
Nota: Elaboración propia (2025)			

6.10. Sketch o bocetos

6.10.1. diseños planos por prenda o referencia de la colección

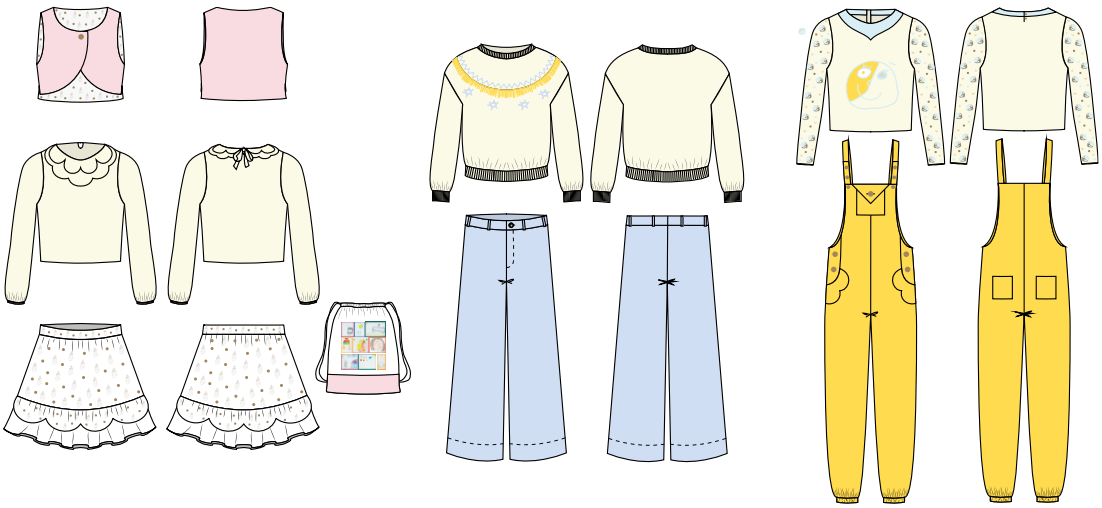


Figura 71: Dibujos planos femeninos
Fuente: Elaboración propia (2025)



Figura 72: Dibujos planos masculinos
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.10.2. materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta

Tabla 24: *Ficha de textiles e insumos, usos y cuidados*

Textiles		
Textil	**Usos**	**Cuidados**
Lino	Se utilizará para realizar la camisa de niño, la falda y también como forro tanto de la falda como del chaleco	-Lavar con agua fría -Usar detergente suave -Planchar a temperatura media -No usar cloro -Secar bajo sombra
Fleece perchado	Será utilizado para la confección de la sudadera y el Jogger ya que es suave al tacto esto permite ser apto para los niños	-Lavar con agua fría -Planchar a temperatura baja -Evitar el uso de cloro -Secar extendido bajo sombra
Rib	Este textil se usará para puños ya que permite adaptarse al cuerpo sin afectar a la piel	-Lavar con un ciclo suave a máquina y con agua fría -Planchar a temperatura media -No usar cloro -Secar bajo sombra para obtener una mejor durabilidad
Rodeo	Será utilizado para acolchar y confeccionar la chompa de niño	-Lavar con agua fría -Usar detergente suave -Planchar a temperatura media -Puede usar cloro -Secar en sombra
Gabardina APT	Se utilizará en la confección de los overoles de la colección tanto de niño como de niña	-Lavar con agua fría -Usar detergente suave -Planchar a temperatura media -No usar cloro -Secar en sombra
Felpa	Este textil se usará para confeccionar el chaleco de niña ya que es suabe al tacto y adecuado para los niños	-Lavar a mano o con un ciclo suave a máquina y con agua fría -No planchar ni lavar en seco -No usar cloro -Secar bajo sombra para obtener una mejor durabilidad

Popelina APT	Se usará para confeccionar las blusas de la colección	-Lavar con agua fría -Usar detergente suave -Planchar a temperatura media -No usar cloro -Secar en sombra
Jersey	Con este textil se confeccionará la camiseta de niño	-Lavar con agua fría -Planchar a temperatura baja -Evitar el uso de cloro -Secar extendido
Lycra	Será utilizado para confeccionar el buso de niña	-Lavar a mano o con un ciclo suave a máquina y con agua fría -No planchar ni lavar en seco -No usar cloro -Secar bajo sombra para obtener una mejor durabilidad
Insumos		
Insumo	**Usos**	**Cuidados**
Hilos	Será utilizado para la confección de las prendas de la colección	-Almacenar en lugares secos y frescos -Evitar la exposición directa del sol -Evitar las altas temperaturas durante el planchado
Cierres	Como sistema de oclusión de la chompa de niño y para el accesorio de la colección	-Cerrar el antes de lavar para evitar que se dañen -Secar bien para evitar oxidación
Elástico	Sera utilizado para poner en las pretinas y puños	-Lavar con agua fría - Evitar el planchado directamente -Secar bajo sombra
Cordón	Se usará en las capuchas y accesorios	-Evitar planchar de manera directa sobre el cordón
Lana	Sera utilizada para detalles de las prendas y producción de accesorios	-Lavar con agua fría -Secar en superficie plana -No retorcer ni centrifugar
Sesgo	Se utilizará para cubrir costuras del cuello interno para proteger la piel del contacto directo con costuras o etiquetas.	-Lavar con agua fría -Planchar a temperatura baja -No usar cloro
Botones	Se usará como sistema de oclusión para algunas de las prendas de la colección	-Lavar la prenda cerrada y al revés para evitar golpes

		-No usar cloro
Etiquetas	Se pondrán en las prendas de vestir para identificar la talla de las prendas	-No planchar directamente -Evitar el roce que pueda deteriorar la lectura de las etiquetas
Nota: Elaboración propia (2025)		

6.10.3. ilustraciones de la colección



Figura 73: Ilustraciones de la colección
Fuente: Elaboración propia (2025)

Diseños para prototipar



Figura 74: Diseños para prototipar
Fuente: Elaboración Propia (2025)

6.11. Fichas técnicas (según el caso)

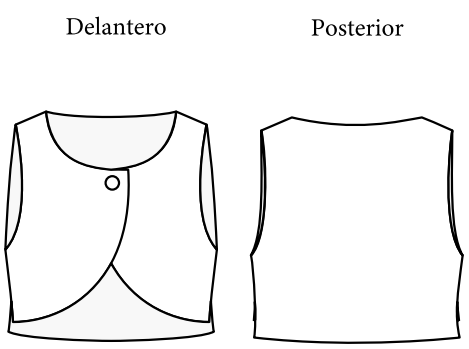
6.11.1. Ficha de diseño plano.

Confecciones JAASSMANY

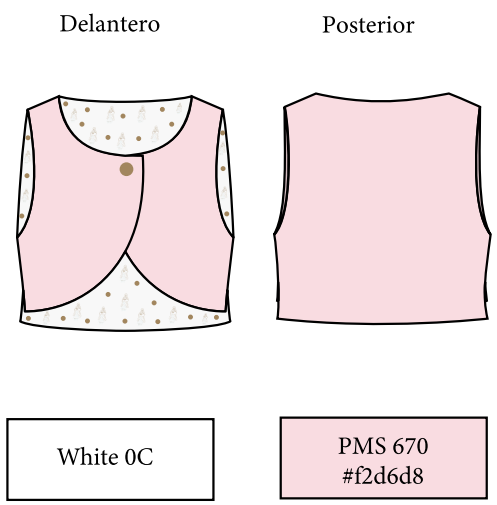
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	

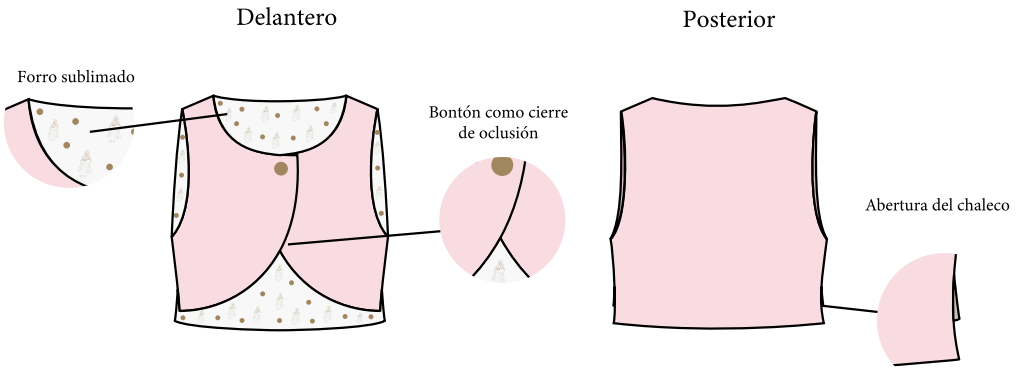
Dibujo plano



Propuesta de Color



Dibujo a Detalle



Observaciones:

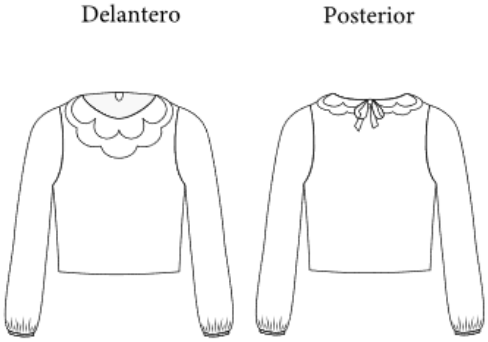
Figura 75: Ficha de diseño 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

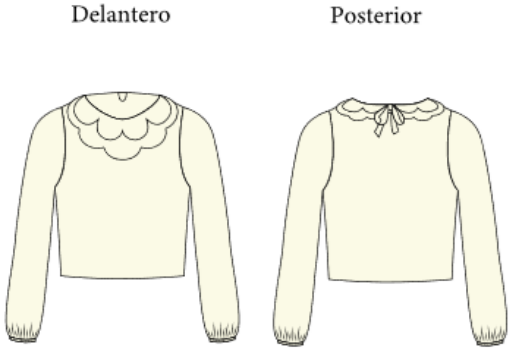
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	

Dibujo plano

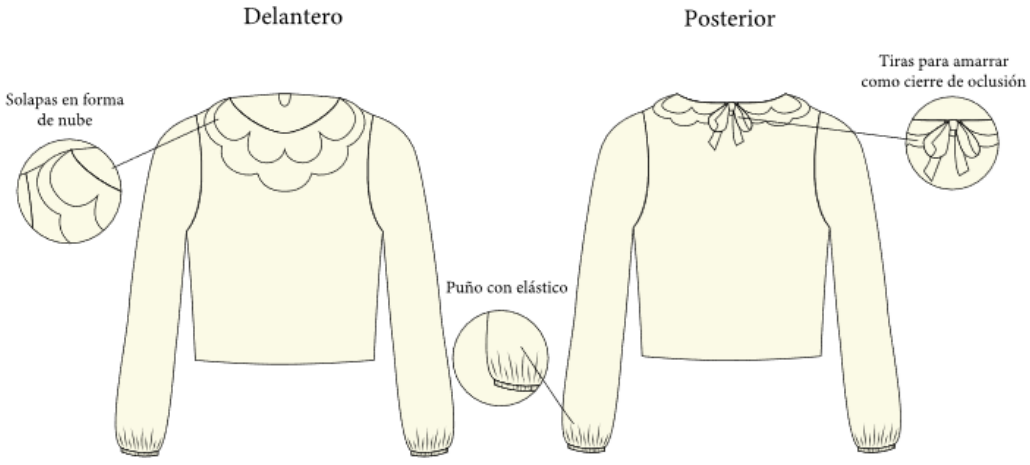


Propuesta de Color



PMS 607
#f2eabc

Dibujo a Detalle



Observaciones:

Figura 76: Ficha de diseño 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

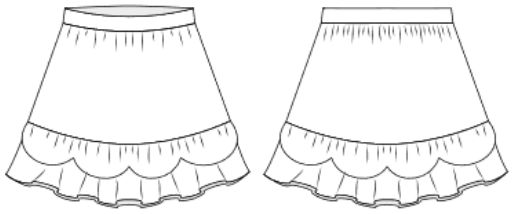
Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Dibujo plano

Delantero Posterior



Propuesta de Color

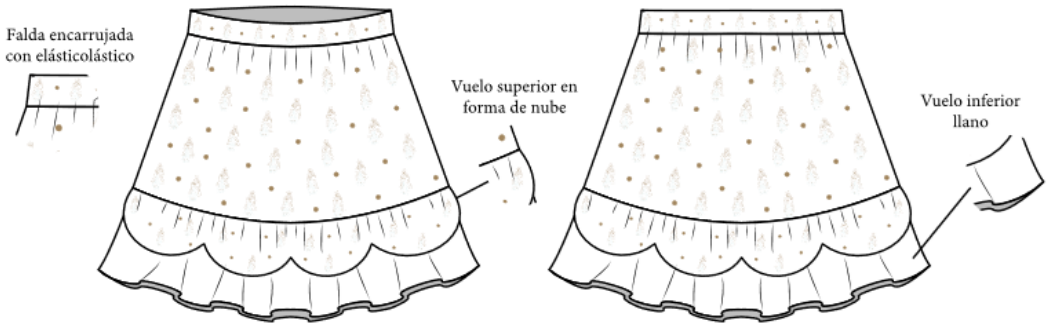
Delantero Posterior



White 0C

Dibujo a Detalle

Delantero Posterior



Observaciones:

Figura 77: Ficha de diseño 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

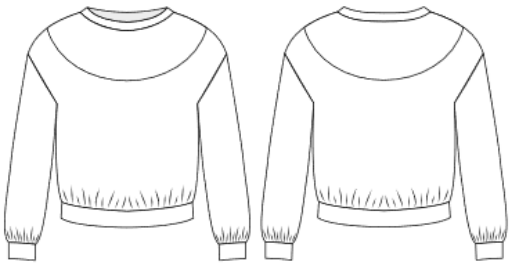
Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

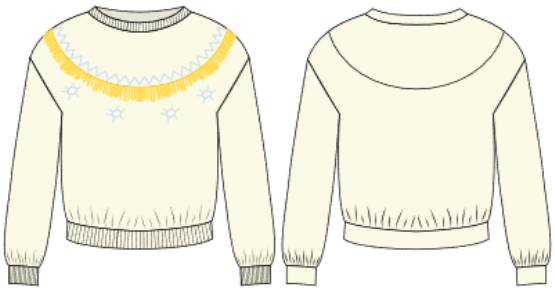
Dibujo plano

Delantero Posterior



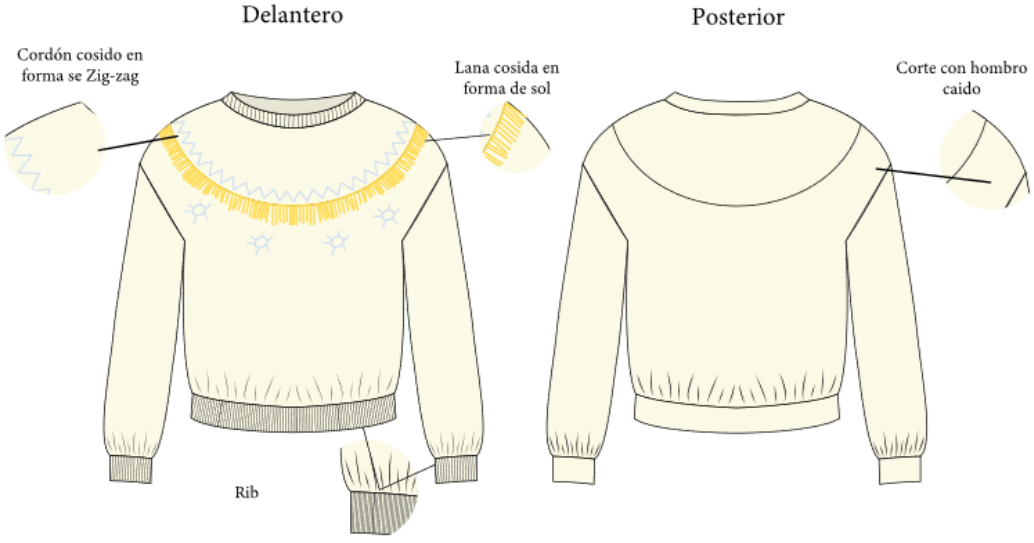
Propuesta de Color

Delantero Posterior



PMS 607 #f2eabc	PMS 2707 #bfd1e5	PMS 122 #fcd856

Dibujo a Detalle



Observaciones:

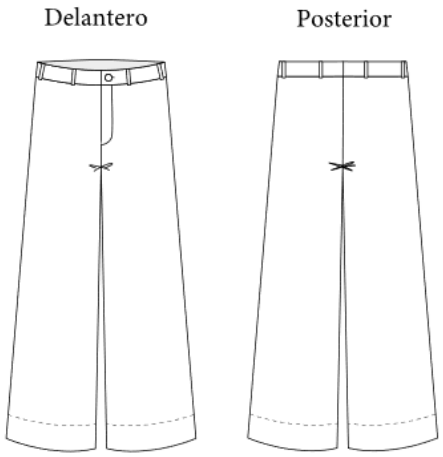
Figura 78: Ficha de diseño 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

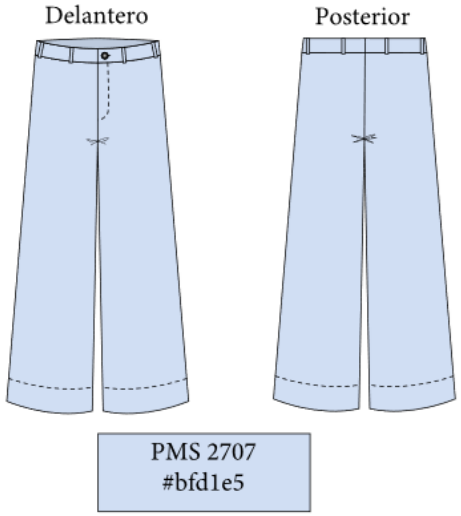
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

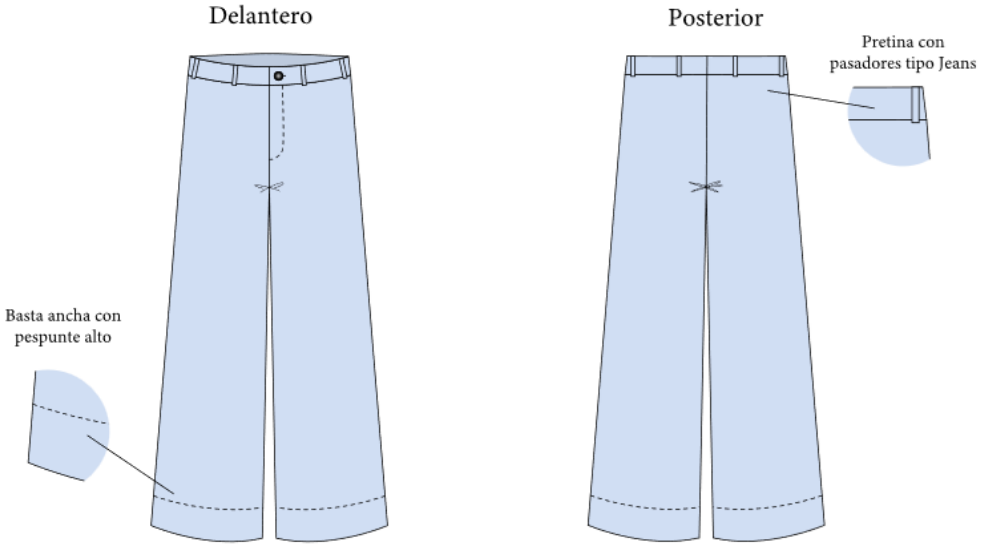
Dibujo plano



Propuesta de Color



Dibujo a Detalle



Observaciones:

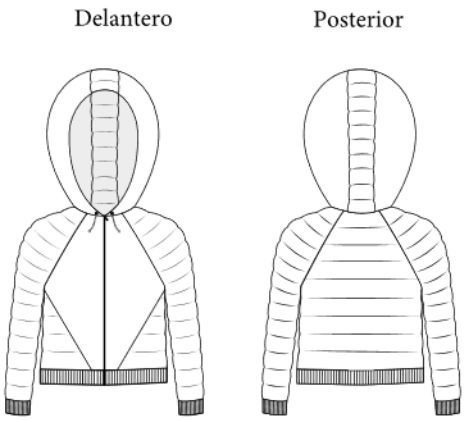
Figura 79: Ficha de diseño 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

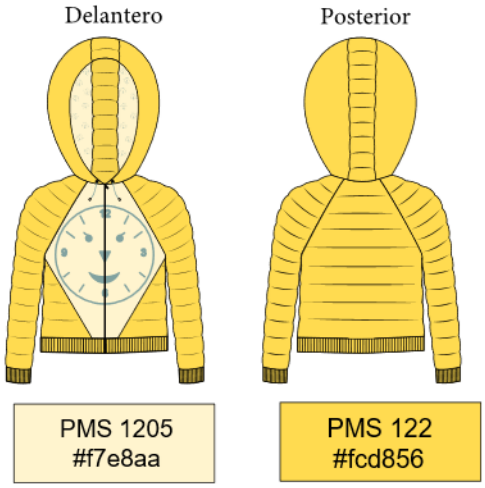
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	

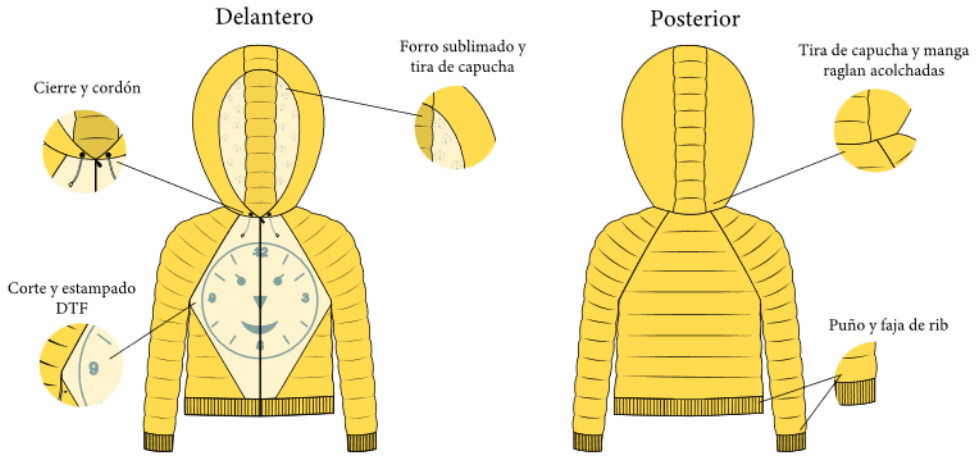
Dibujo plano



Propuesta de Color



Dibujo a Detalle



Observaciones:

Figura 80: Ficha de diseño 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

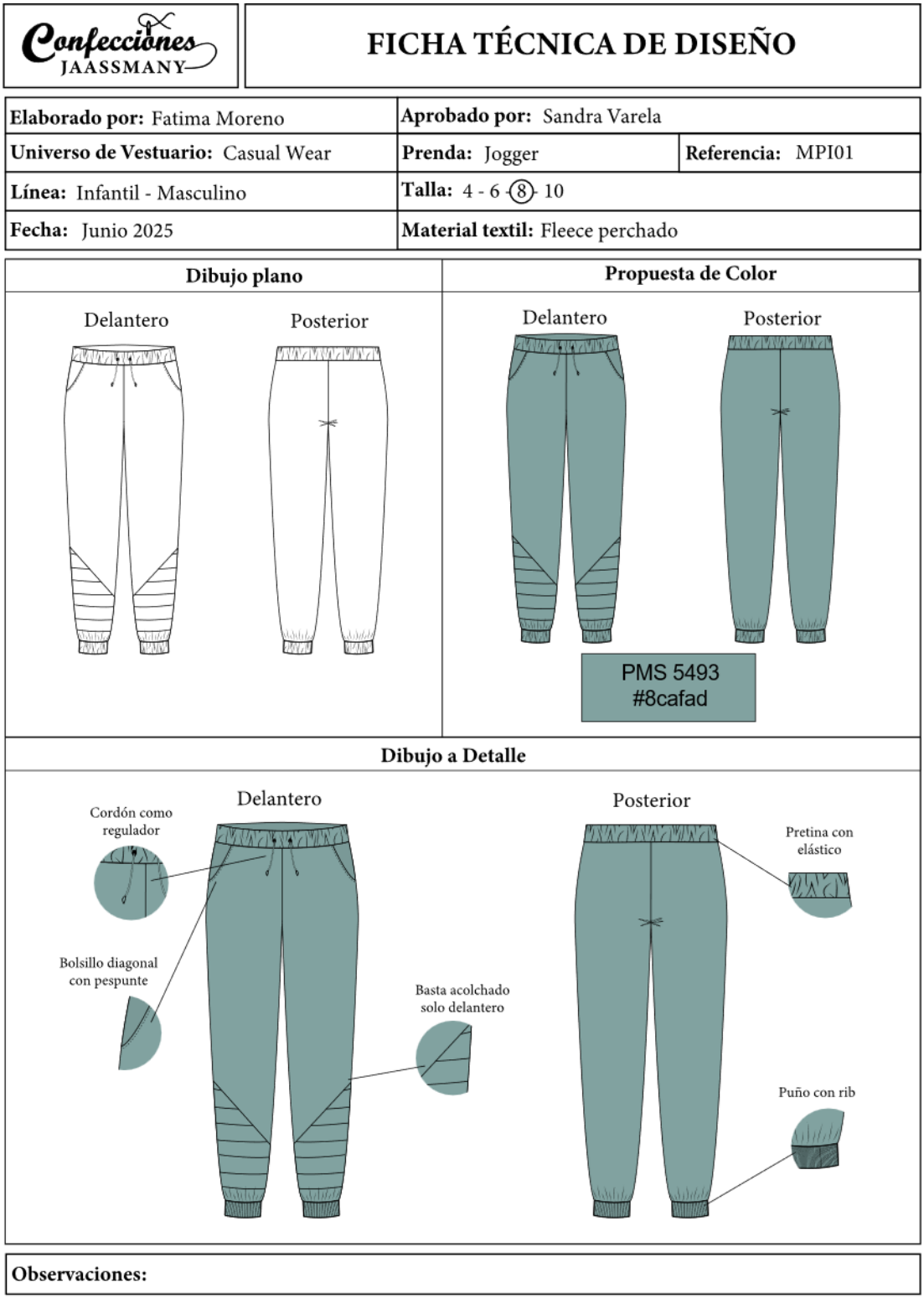


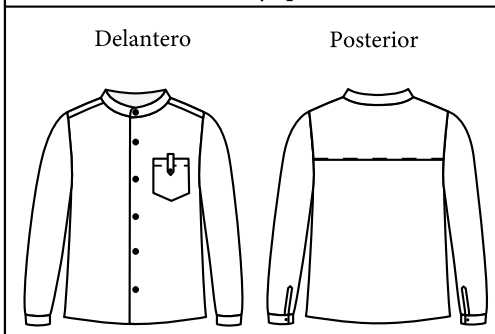
Figura 81: Ficha de diseño 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

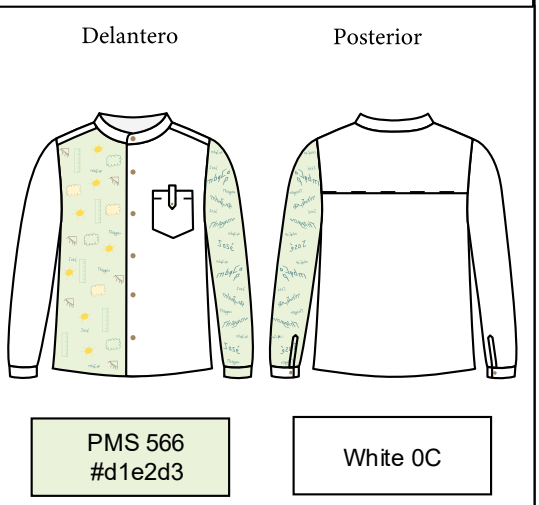
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

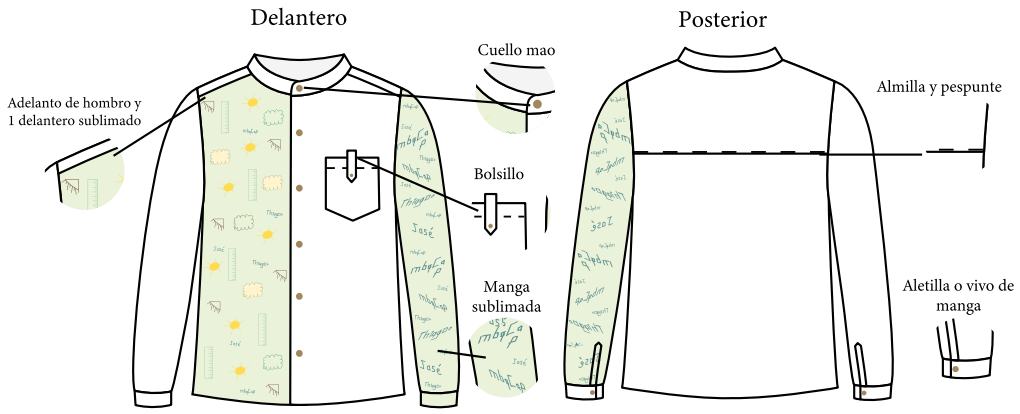
Dibujo plano



Propuesta de Color



Dibujo a Detalle



Observaciones:

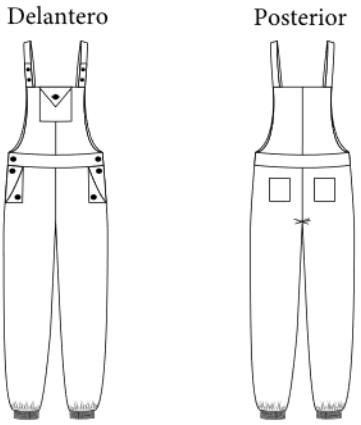
Figura 82: Ficha de diseño 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

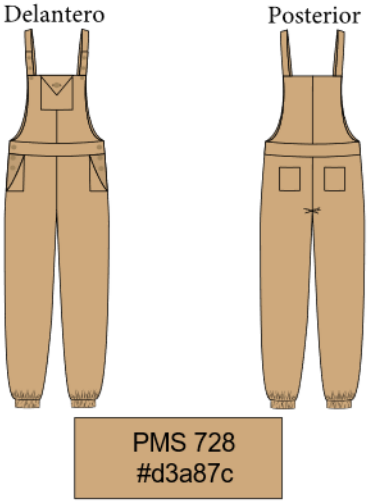
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	

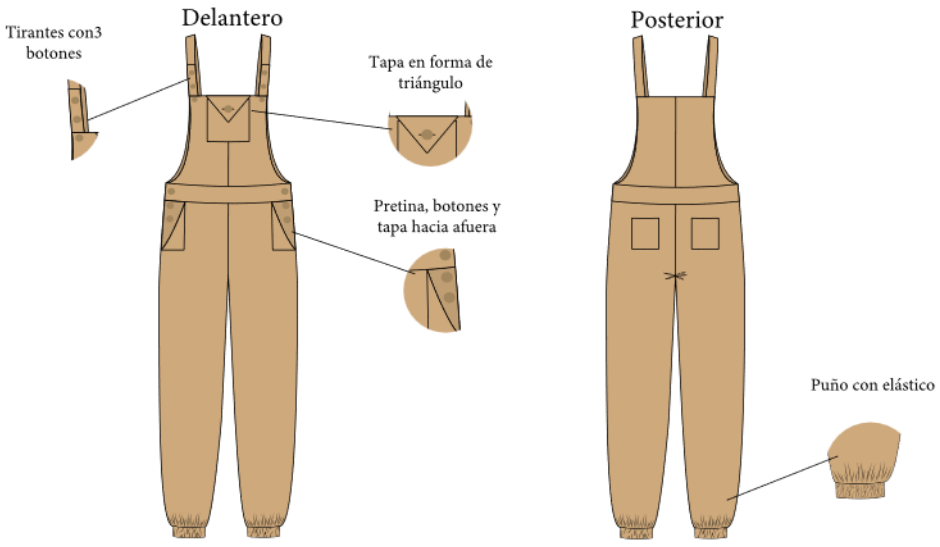
Dibujo plano



Propuesta de Color



Dibujo a Detalle



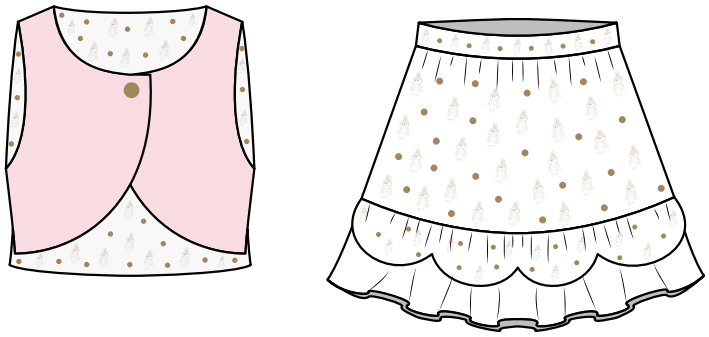
Observaciones:

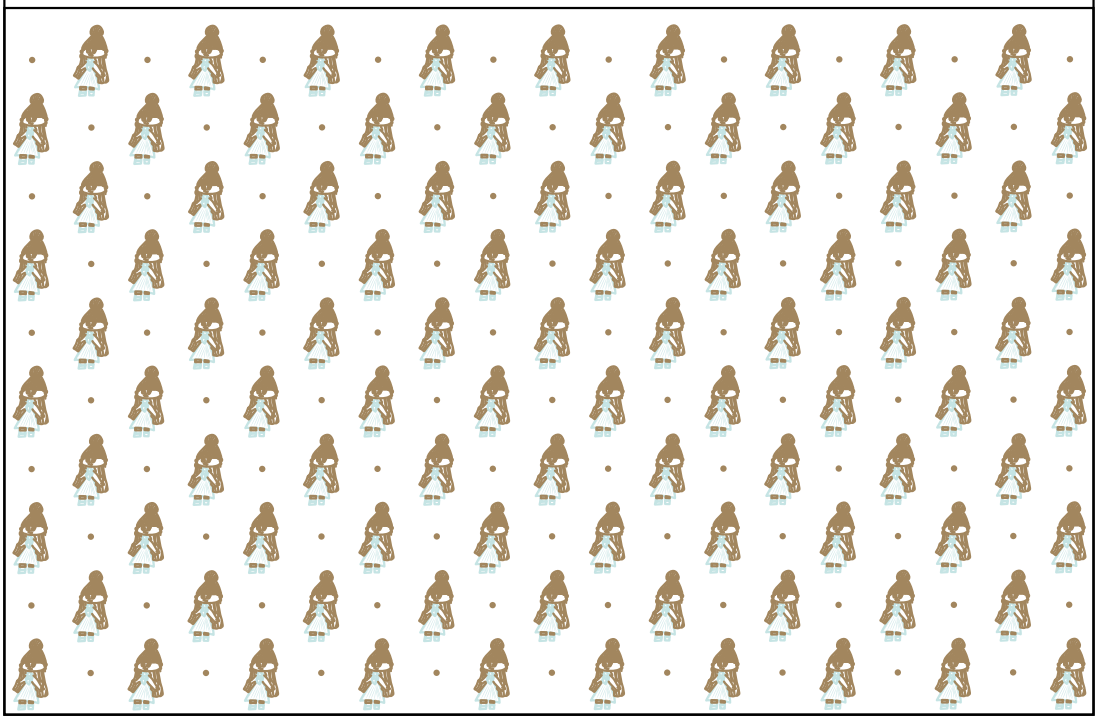
Figura 83: Ficha de diseño 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.2. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE ESTAMPADO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco y falda	**Referencia:** E001
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Tratamiento textil:** Sublimado	





Observaciones:

Figura 84: Ficha de estampado 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE ESTAMPADO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** E002
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Tratamiento textil:** Bordado	

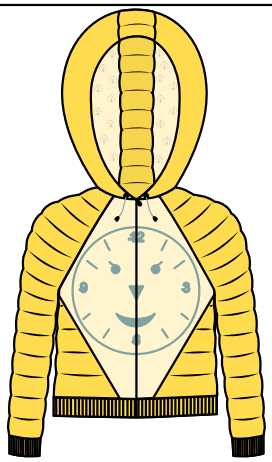


Observaciones:

Figura 85: Ficha de estampado 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE ESTAMPADO

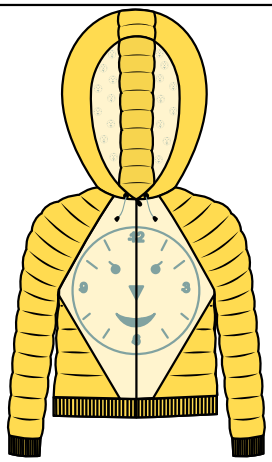
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** E004
Línea: Infantil	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Tratamiento textil:** Sublimado - Forro	



Observaciones:

Figura 86: Ficha de estampado 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE ESTAMPADO	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** E005
Línea: Infantil	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Tratamiento textil:** DTF	





Observaciones:

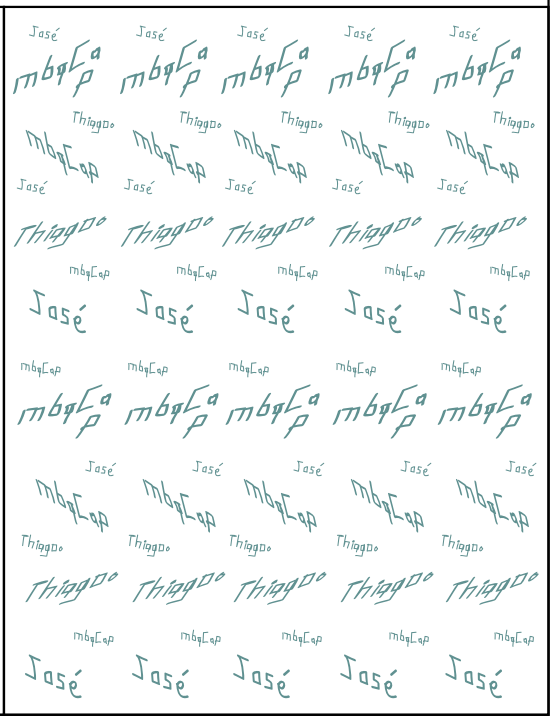
Figura 87: Ficha de estampado 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE ESTAMPADO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** E006
Línea: Infantil	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Tratamiento textil:** Sublimado	







Observaciones:

Figura 88: Ficha de estampado 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.3. Ficha de patronaje.

Confecciones JAASSMANY

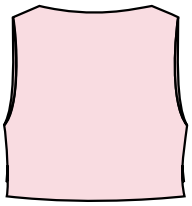
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

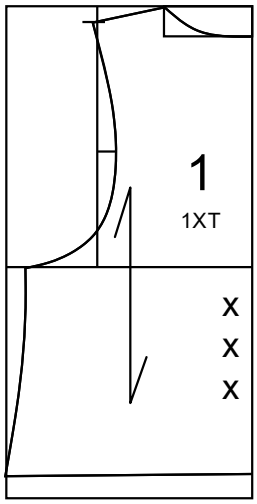
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	

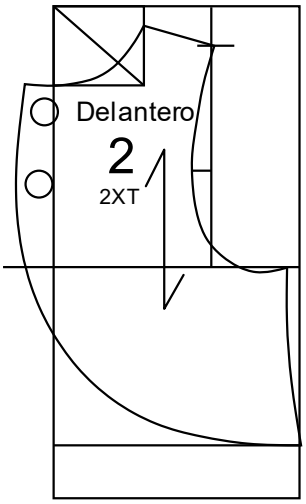
Delantero



Posterior







SIMBOLOGÍA

- Hilo de Tela
- X X X Dobles de Tela
- Botón

N°	Descripción	Textil Base	Color	Textil Forro	Color	Cant
1	Posterior	Felpa	Rosa	Lino	Blanco	1XT
2	Delantero	Felpa	Rosa	Lino	Blanco	2XT

Observaciones:

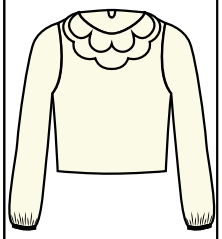
Figura 89: Ficha de patronaje 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

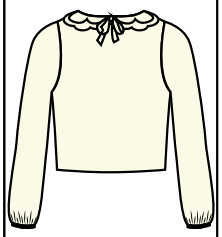
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

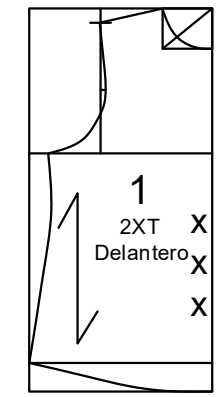
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	

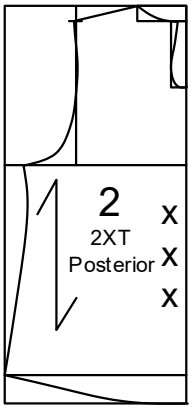
Delantero

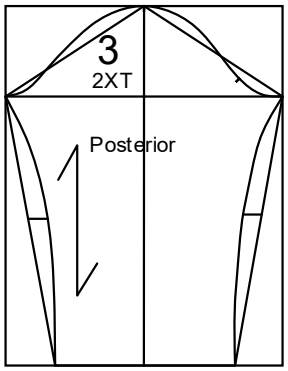


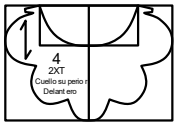
Posterior

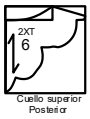


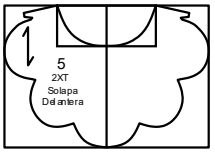














SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Delantero	Lino	Crudo	1XT
	2	Posterior	Lino	Crudo	1XT
	3	Manga	Lino	Crudo	2XT
X X X Dobles de Tela	4	Cuello superior Delantero	Lino	Crudo	2XT
	5	SolapaDelantera	Lino	Crudo	2XT
◯ Botón	6	Cuello superior Posterior	Lino	Crudo	2XT
	7	Solapa Posterior	Lino	Crudo	2XT

Observaciones:

Figura 90: Ficha de patronaje 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Confecciones JAASSMANY

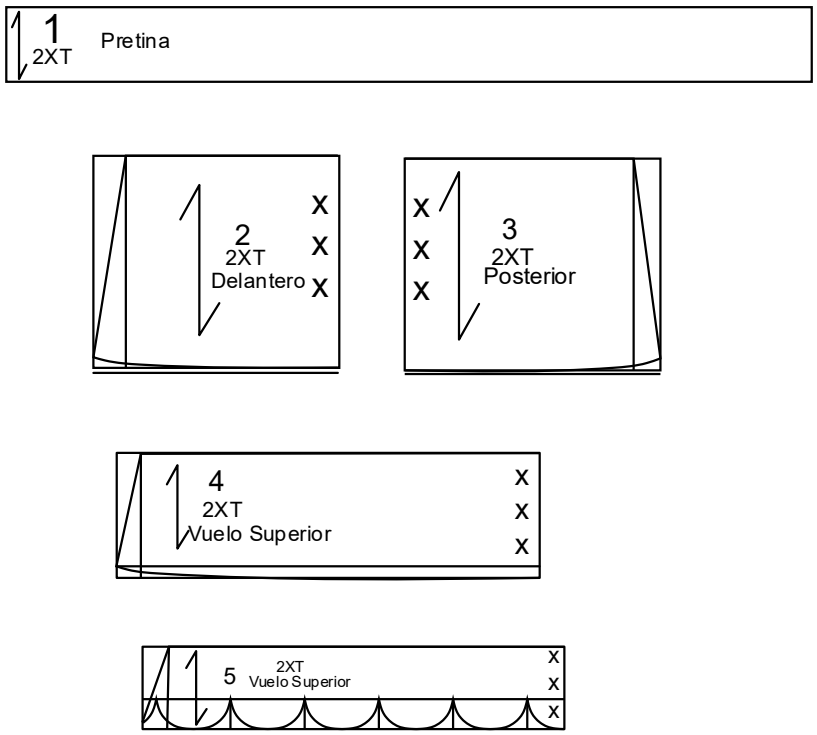
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Pretina	Lino	Blanco	1XT
	2	Delantero	Lino	Blanco	2XT
X X X Dobles de Tela	3	Posterior	Lino	Blanco	2XT
	4	Vuelo inferior	Lino	Blanco	2XT
◯ Botón	5	Vuelo Superior	Lino	Blanco	2XT

Observaciones:

Figura 91: Ficha de patronaje 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

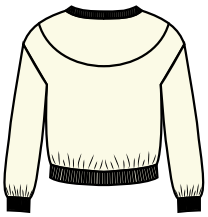
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

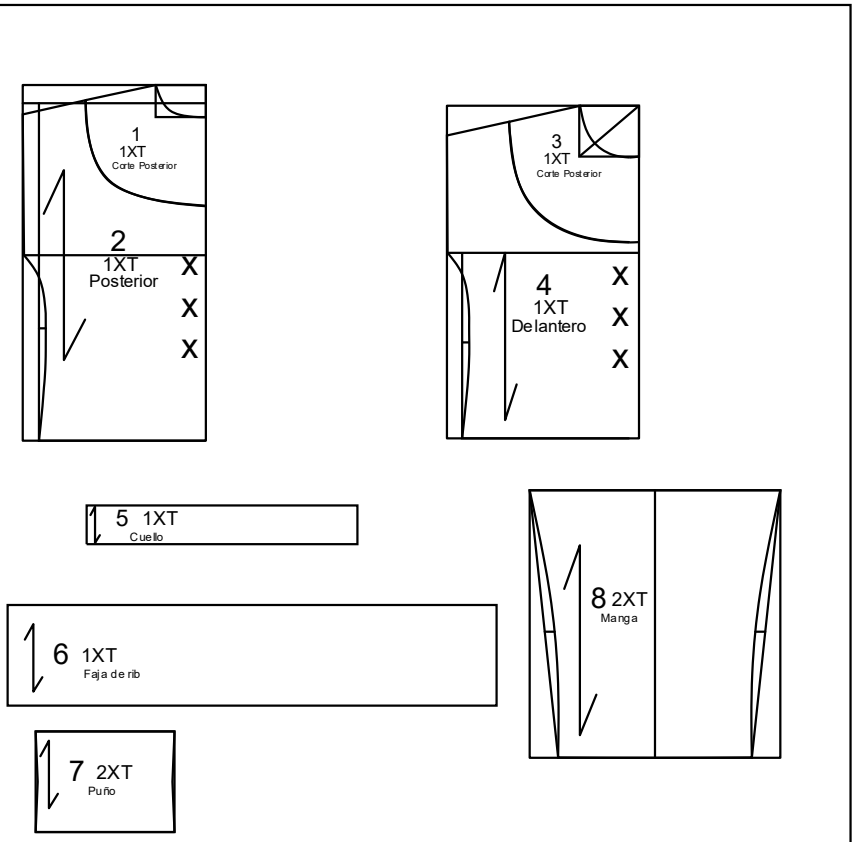
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Posterior Superior	Flecee	Crudo	1XT
	2	Posterior Inferior	Flecee	Crudo	1XT
	3	Delantero Superior	Flecee	Crudo	1XT
X X X Dobles de Tela	4	Delantero Inferior	Flecee	Crudo	1XT
	5	Cuello	Rib	Crudo	1XT
	6	Faja	Rib	Crudo	1XT
◯ Botón	7	Puño	Rib	Crudo	2XT
	8	Manga	Flecee	Crudo	2XT

Observaciones:

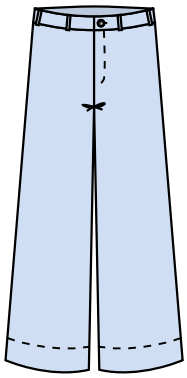
Figura 92: Ficha de patronaje 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

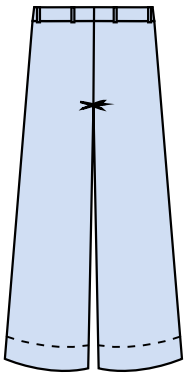
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

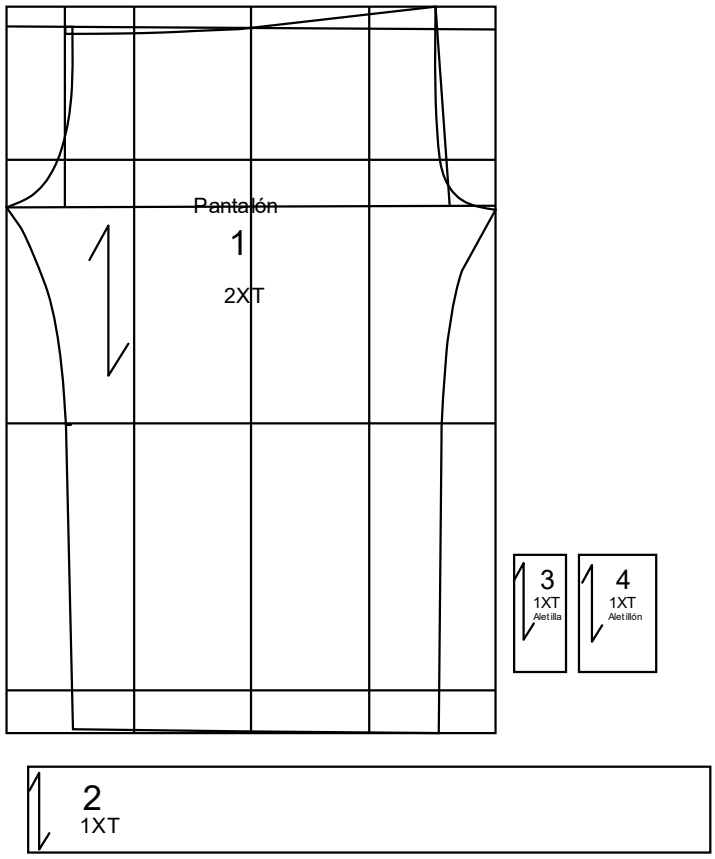
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA
Hilo de Tela
Dobles de Tela
Botón

N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Pantalón	Gabardina	Celeste	2XT
2	Faja	Gabardina	Celeste	1XT
3	Aletilla	Gabardina	Celeste	1XT
4	Aletillon	Gabardina	Celeste	1XT

Observaciones:

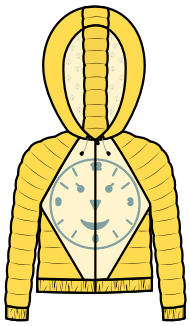
Figura 93: Ficha de patronaje 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

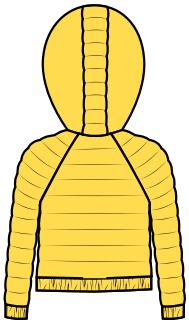
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

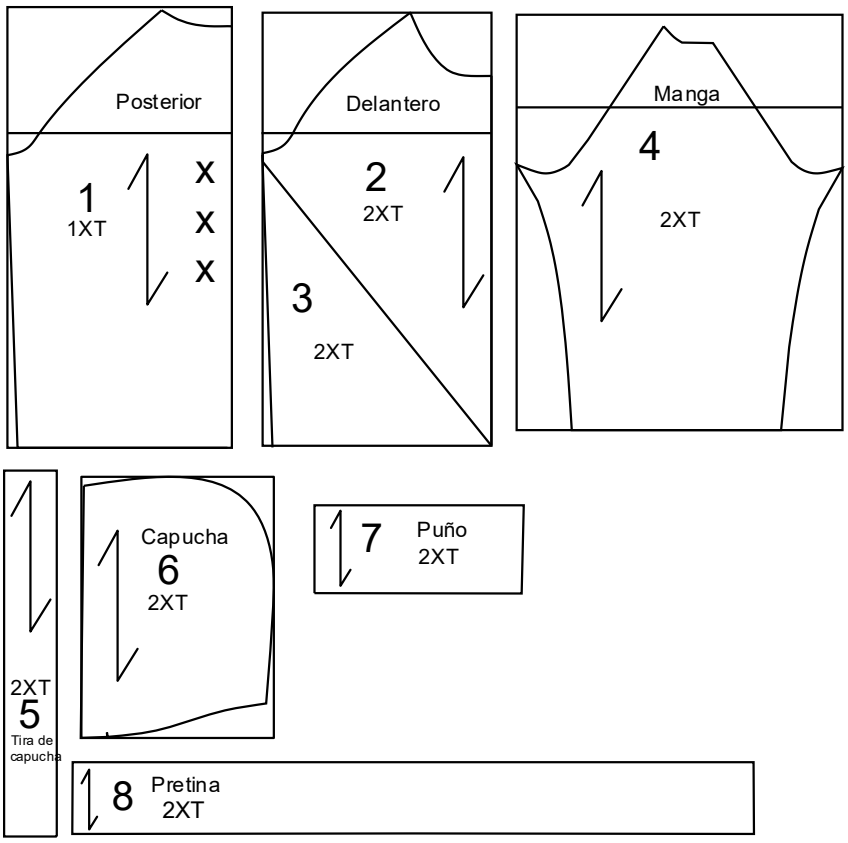
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil Base	Color	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Posterior	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	1XT
	2	Delantero Centro	Rodeo	Beige	Rodeo	Beige	2XT
	3	Delantero Costado	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
x x x Dobles de Tela	4	Manga	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
	5	Tira de capucha	Rodeo	Amarillo			2XT
	6	Capucha	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
◯ Botón	7	Puño	Rodeo	Amarillo			2XT
	8	Pretina	Rodeo	Amarillo			1XT

Observaciones:

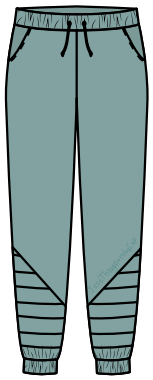
Figura 94: Ficha de patronaje 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

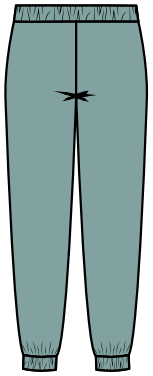
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

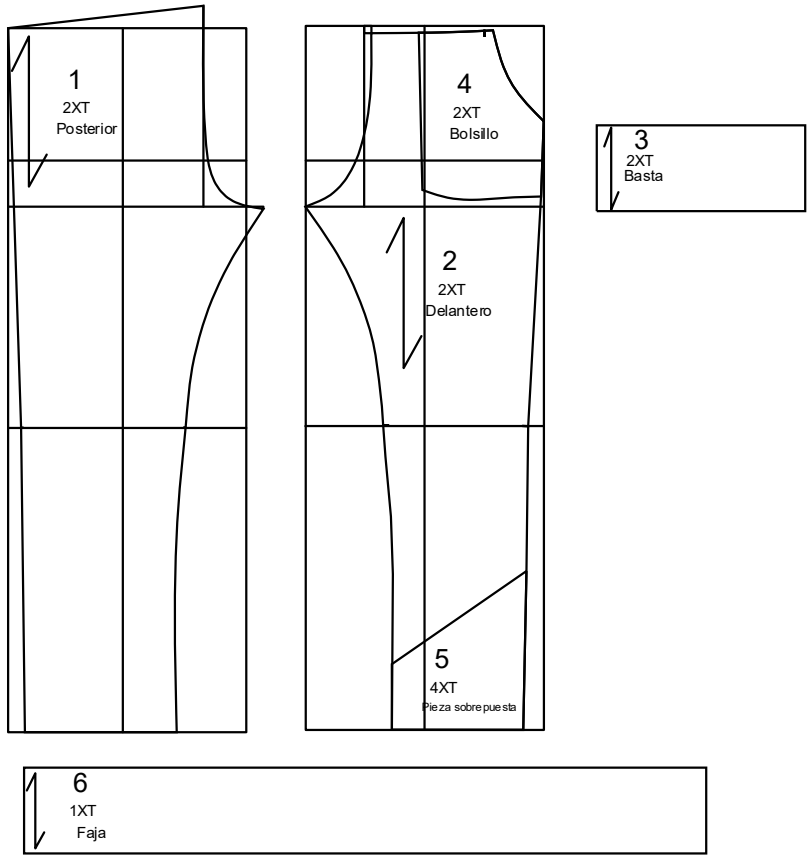
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Jogger	**Referencia:** MPI01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Posterior	Flecee	Turqueza	2XT
	2	Delantero	Flecee	Turqueza	2XT
X X X Dobles de Tela	3	Basta	Rib	Turqueza	2XT
	4	Bolsillo	Flecee	Turqueza	2XT
◯ Botón	5	Pieza sobrepuesta	Rodeo	Turqueza	4XT
	6	Faja	Flecee	Turqueza	1XT

Observaciones:

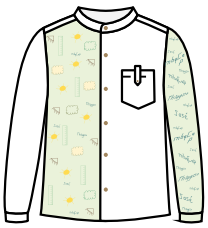
Figura 95: Ficha de patronaje 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

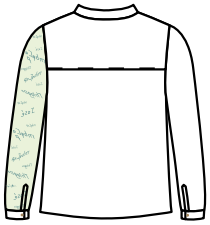
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

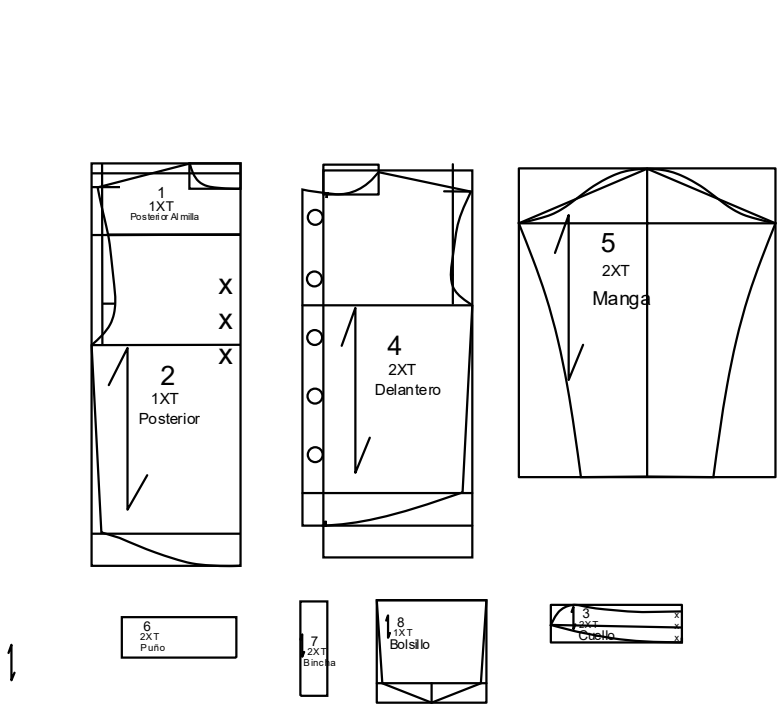
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





SIMBOLOGÍA	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
Hilo de Tela	1	Posterior Superior	Lino	Blanco	1XT
	2	Posterior Inferior	Lino	Blanco	1XT
	3	Cuello	Lino	Blanco	1XT
x x x Dobles de Tela	4	Delantero	Lino	Blanco	2XT
	5	Manga	Lino	Blanco	2XT
	6	Puño	Lino	Blanco	2XT
◯ Botón	7	Bincha	Lino	Blanco	2XT
	8	Bolsillo	Lino	Blanco	1XT

Observaciones:

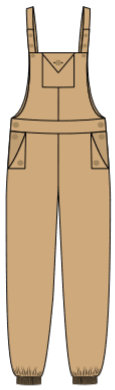
Figura 96: Ficha de patronaje 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

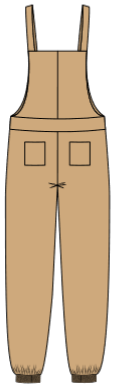
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

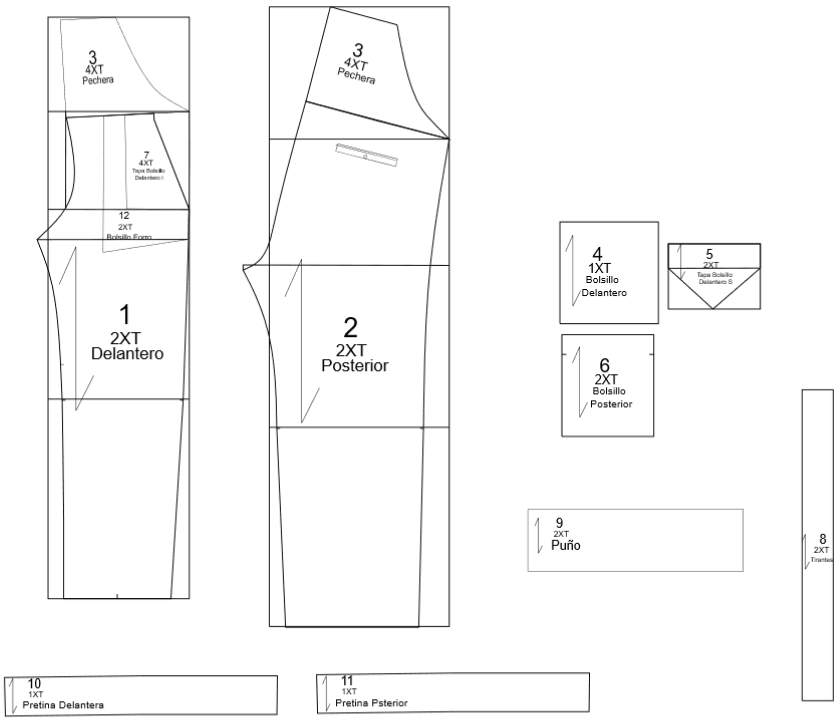
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	

Delantero



Posterior





N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Delantero	Gabardina	Café	2XT
2	Posterior	Gabardina	Café	2XT
3	Pechera	Gabardina	Café	4XT
4	Bolsillo delantero	Gabardina	Café	1XT
5	Tapa Bolsillo Delantero S	Gabardina	Café	2XT
6	Bolsillo Posterior	Gabardina	Café	2XT
7	Tapa Bolsillo Delantero I	Gabardina	Café	4XT
8	Tirantes	Gabardina	Café	2XT
9	Puño	Gabardina	Café	2XT
10	Pretina Delantera	Gabardina	Café	2XT
11	Pretina Posterior	Gabardina	Café	2XT
12	Bolsillo Forro	Gabardina	Café	1XT

SIMBOLOGÍA

Hilo de Tela

X
X
X Dobles de Tela

Botón

Observaciones:

Figura 97: Ficha de patronaje 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.4. Ficha de despiece y escalado.

Confecciones JAASSMANY

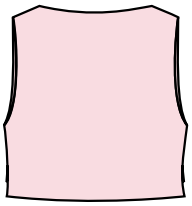
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

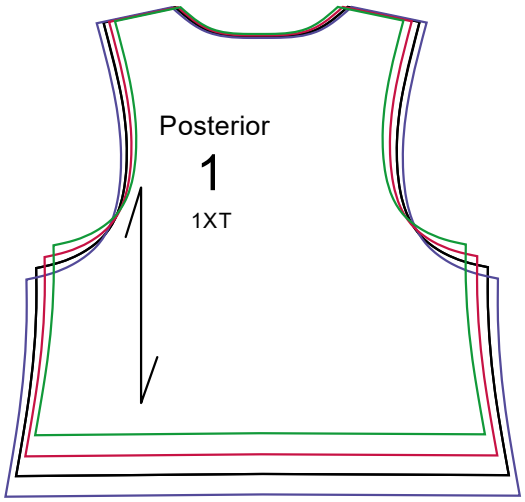
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	

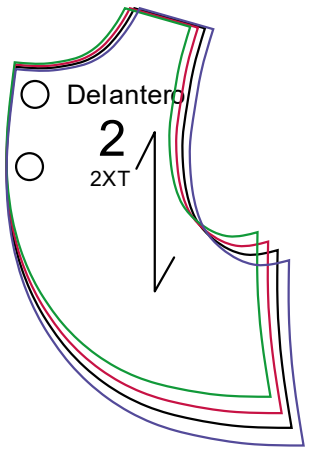
Delantero



Posterior







TALLAS

4
6
8
10

N°	Descripción	Textil Base	Color	Textil Forro	Color	Cant
1	Posterior	Felpa	Rosa	Lino	Blanco	1XT
2	Delantero	Felpa	Rosa	Lino	Blanco	2XT

Observaciones:

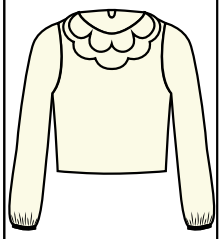
Figura 98: Ficha de despiece y escalado 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

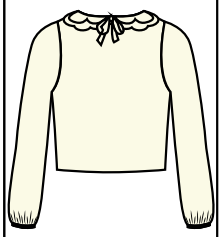
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	

Delantero



Posterior





TALLAS	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
4	1	Delantero	Lino	Crudo	1XT
6	2	Posterior	Lino	Crudo	1XT
8	3	Manga	Lino	Crudo	2XT
10	4	Cuello superior Delantero	Lino	Crudo	2XT
	5	SolapaDelantera	Lino	Crudo	2XT
	6	Cuello superior Posterior	Lino	Crudo	2XT
	7	Solapa Posterior	Lino	Crudo	2XT

Observaciones:

Figura 99: Ficha de despiece y escalado 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

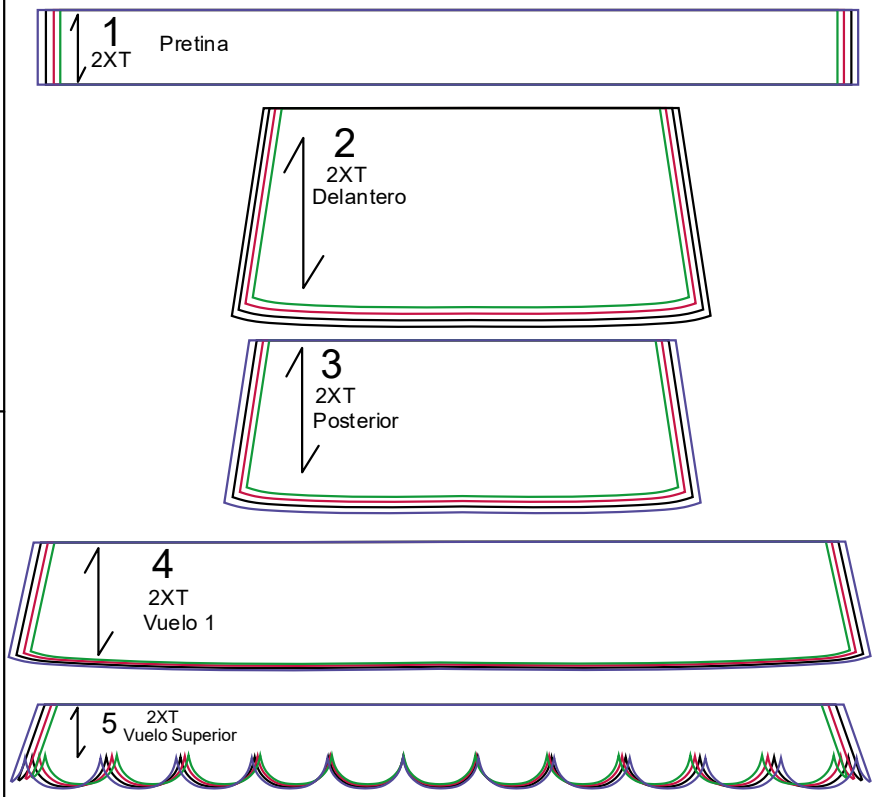
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





TALLAS	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
4	1	Pretina	Lino	Blanco	1XT
6	2	Delantero	Lino	Blanco	2XT
8	3	Posterior	Lino	Blanco	2XT
10	4	Vuelo inferior	Lino	Blanco	2XT
	5	Vuelo Superior	Lino	Blanco	2XT

Observaciones:

Figura 100: Ficha de despiece y escalado 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

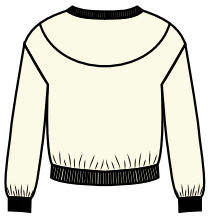
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

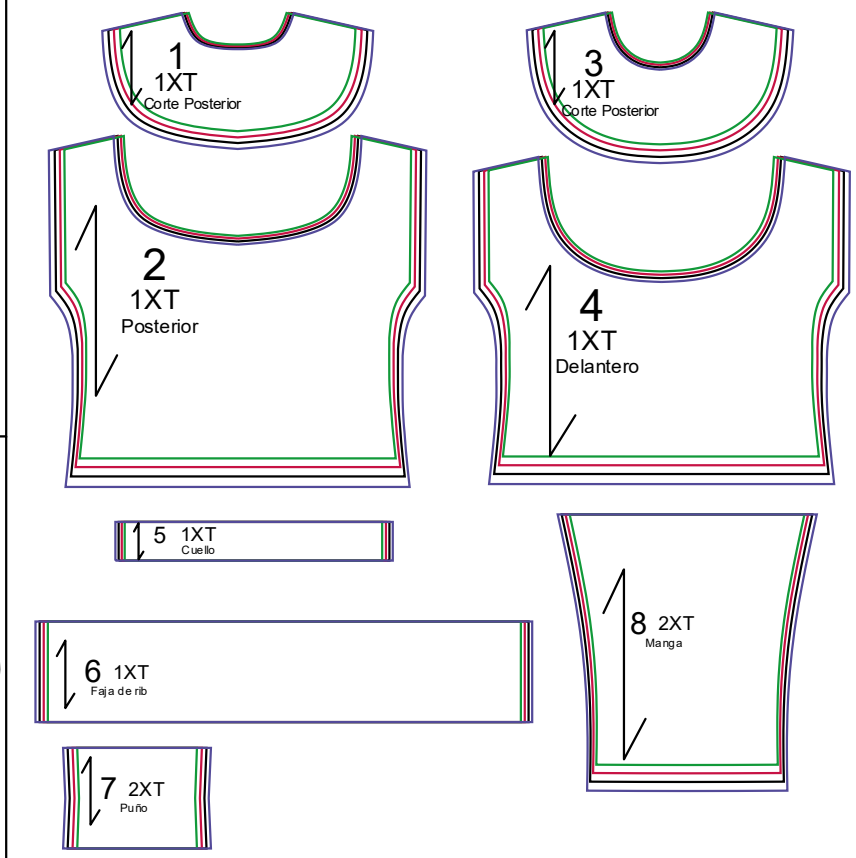
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero



Posterior





TALLAS
4
6
8
10

N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Posterior Superior	Flecee	Crudo	1XT
2	Posterior Inferior	Flecee	Crudo	1XT
3	Delantero Superior	Flecee	Crudo	1XT
4	Delantero Inferior	Flecee	Crudo	1XT
5	Cuello	Rib	Crudo	1XT
6	Faja	Rib	Crudo	1XT
7	Puño	Rib	Crudo	2XT
8	Manga	Flecee	Crudo	2XT

Observaciones:

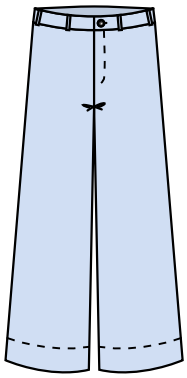
Figura 101: Ficha de despiece y escalado 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

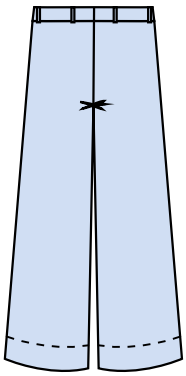
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

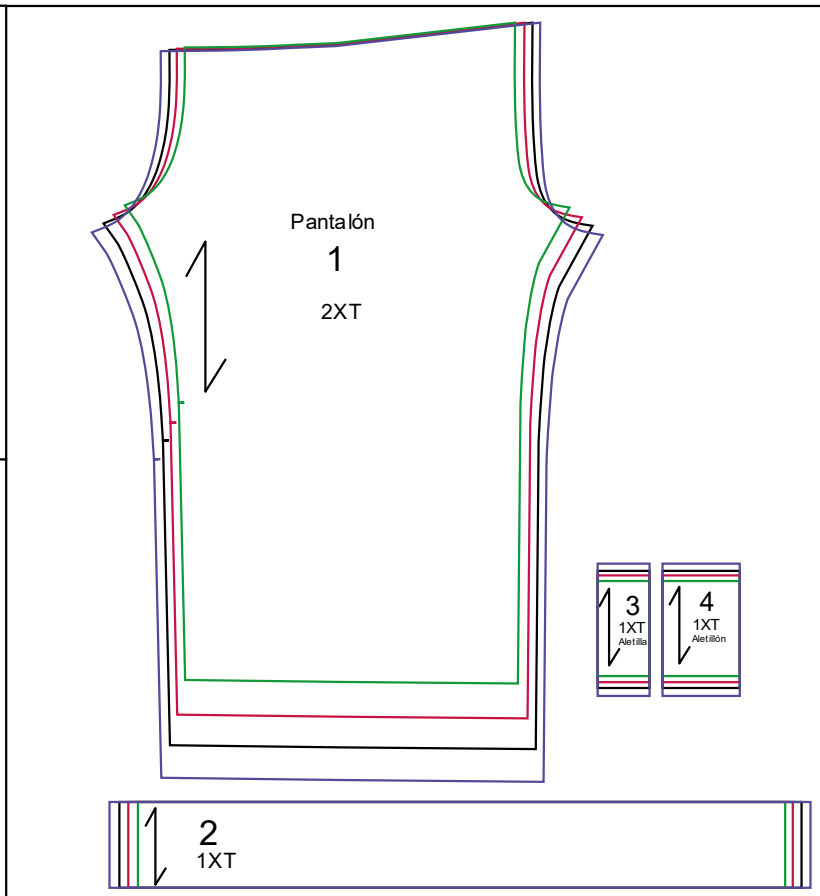
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10

N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Pantalón	Gabardina	Celeste	2XT
2	Faja	Gabardina	Celeste	1XT
3	Aletilla	Gabardina	Celeste	1XT
4	Aletillon	Gabardina	Celeste	1XT

Observaciones:

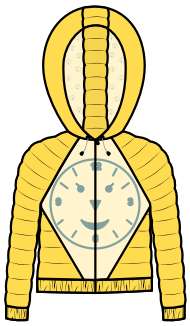
Figura 102: Ficha de despiece y escalado 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

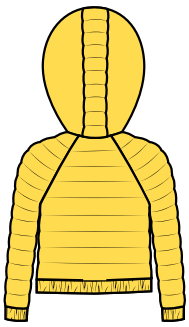
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

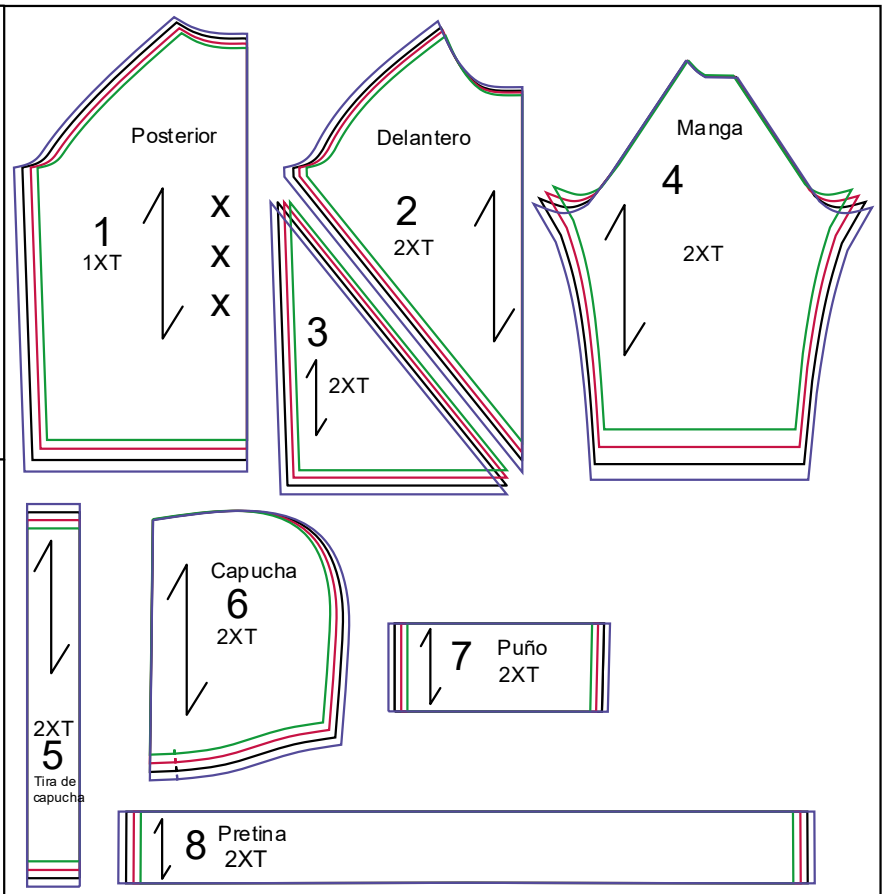
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	

Delantero



Posterior





TALLAS	N°	Descripción	Textil Base	Color	Textil	Color	Cant
4	1	Posterior	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	1XT
6	2	Delantero Centro	Rodeo	Beige	Rodeo	Beige	2XT
8	3	Delantero Costado	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
10	4	Manga	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
	5	Tira de capucha	Rodeo	Amarillo			2XT
	6	Capucha	Rodeo	Amarillo	Rodeo	Beige	2XT
	7	Puño	Rodeo	Amarillo			2XT
	8	Pretina	Rodeo	Amarillo			1XT

Observaciones:

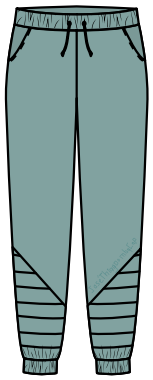
Figura 103: Ficha de despiece y escalado 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

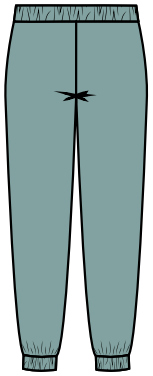
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

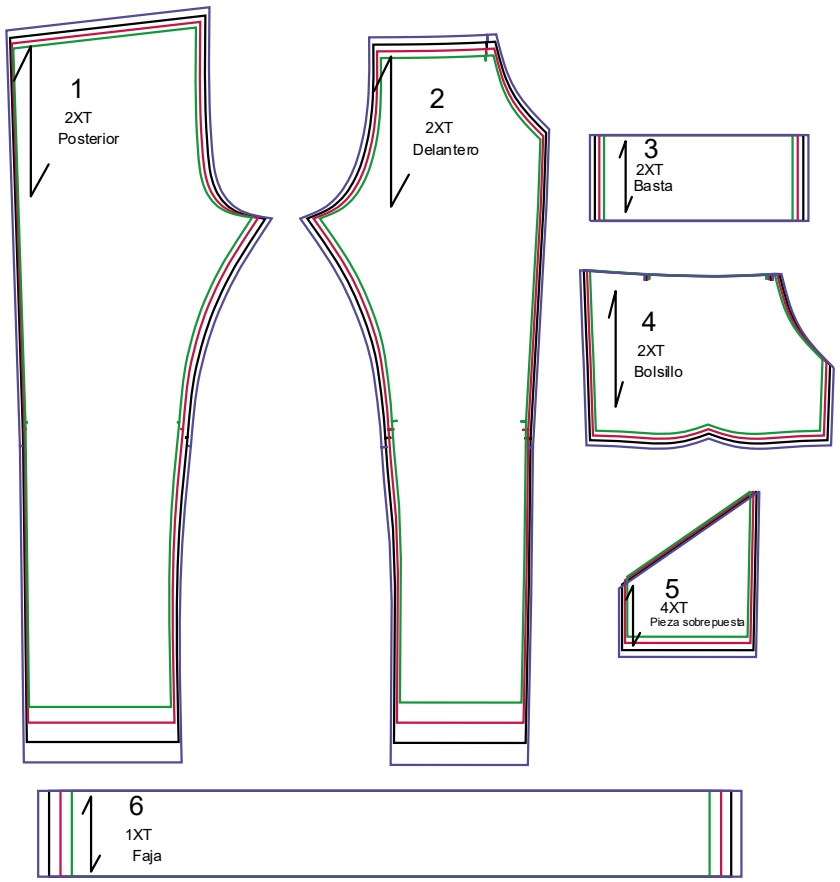
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Jogger	**Referencia:** MPI01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero



Posterior





TALLAS

4
6
8
10

N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Posterior	Flecee	Turqueza	2XT
2	Delantero	Flecee	Turqueza	2XT
3	Basta	Rib	Turqueza	2XT
4	Bolsillo	Flecee	Turqueza	2XT
5	Pieza sobrepuesta	Rodeo	Turqueza	4XT
6	Faja	Flecee	Turqueza	1XT

Observaciones:

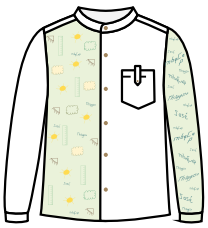
Figura 104: Ficha de despiece y escalado 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

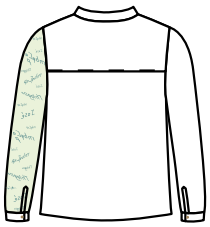
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

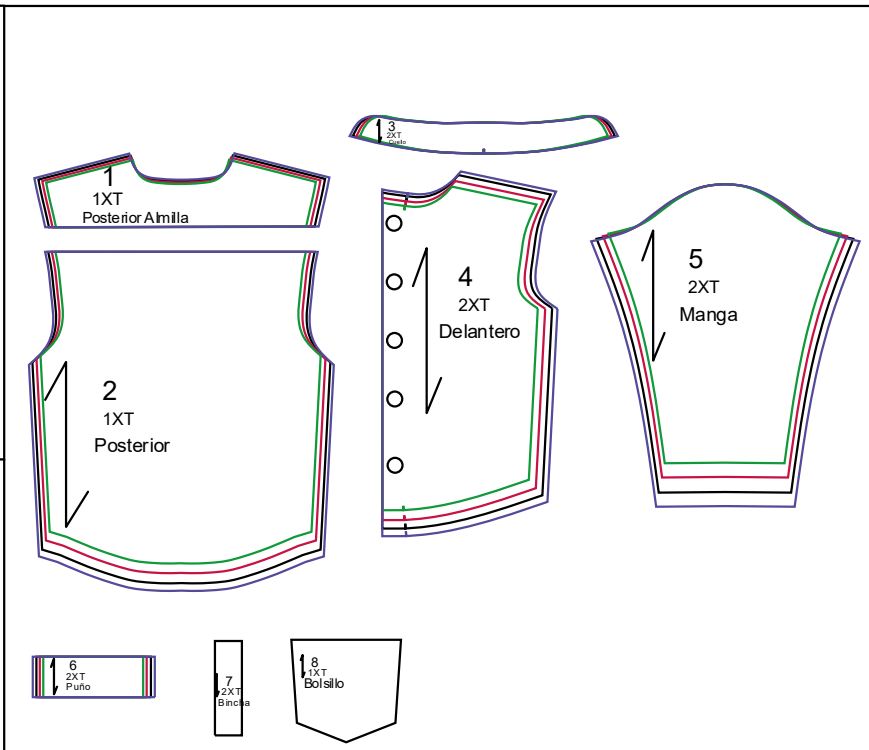
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior





TALLAS	N°	Descripción	Textil	Color	Cant
4	1	Posterior Superior	Lino	Blanco	1XT
6	2	Posterior Inferior	Lino	Blanco	1XT
8	3	Cuello	Lino	Blanco	1XT
10	4	Delantero	Lino	Blanco	2XT
	5	Manga	Lino	Blanco	2XT
	6	Puño	Lino	Blanco	2XT
	7	Bincha	Lino	Blanco	2XT
	8	Bolsillo	Lino	Blanco	1XT

Observaciones:

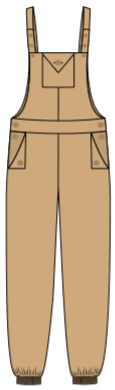
Figura 105: Ficha de despiece y escalado 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

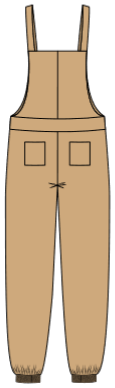
FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	

Delantero

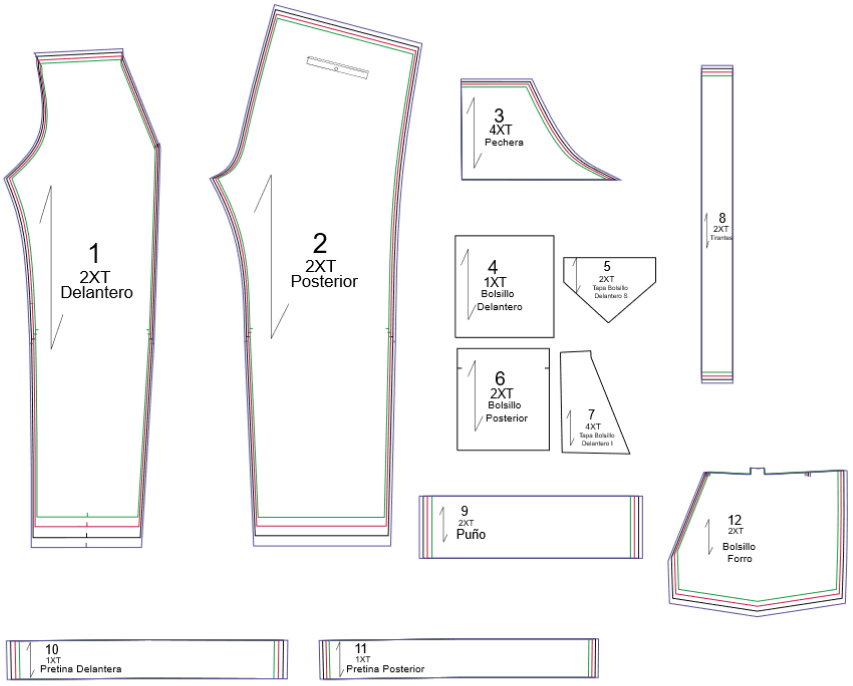


Posterior



TALLAS

4
6
8
10



N°	Descripción	Textil	Color	Cant
1	Delantero	Gabardina	Café	2XT
2	Posterior	Gabardina	Café	2XT
3	Pechera	Gabardina	Café	4XT
4	Bolsillo delantero	Gabardina	Café	1XT
5	Tapa Bolsillo Delantero S	Gabardina	Café	2XT
6	Bolsillo Posterior	Gabardina	Café	2XT
7	Tapa Bolsillo Delantero I	Gabardina	Café	4XT
8	Tirantes	Gabardina	Café	2XT
9	Puño	Gabardina	Café	2XT
10	Pretina Delantera	Gabardina	Café	2XT
11	Pretina Posterior	Gabardina	Café	2XT
12	Bolsillo Forro	Gabardina	Café	1XT

Observaciones:

Figura 106: Ficha de despiece y escalado 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.5. Ficha de marcada.

Confecciones JAASSMANY

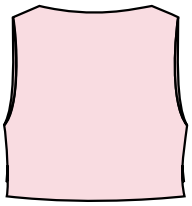
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	

Delantero

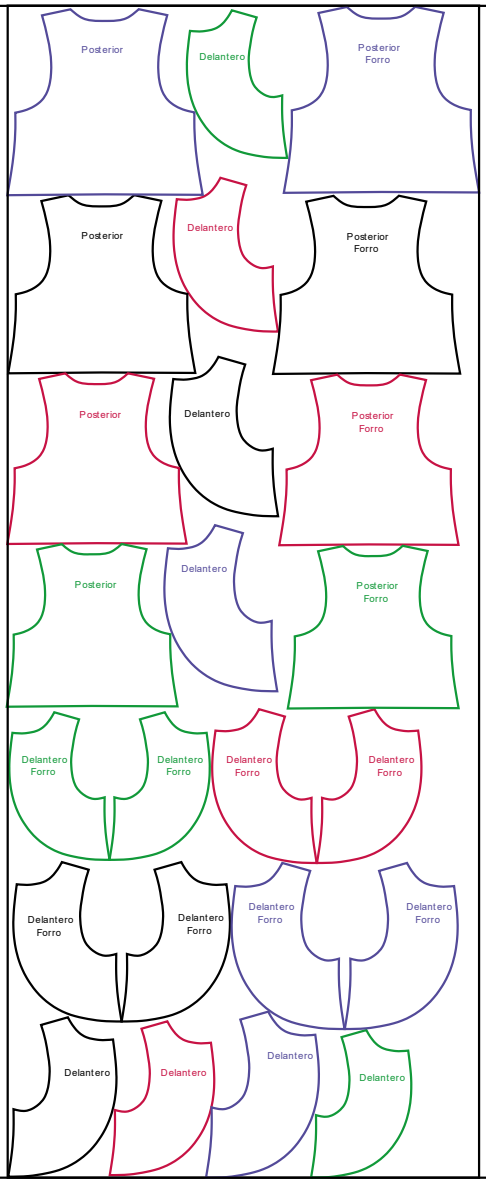


Posterior



TALLAS

4
6
8
10



Observaciones:

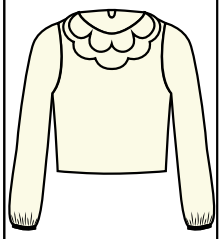
Figura 107: Ficha de marcada 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

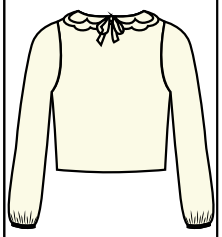
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	

Delantero

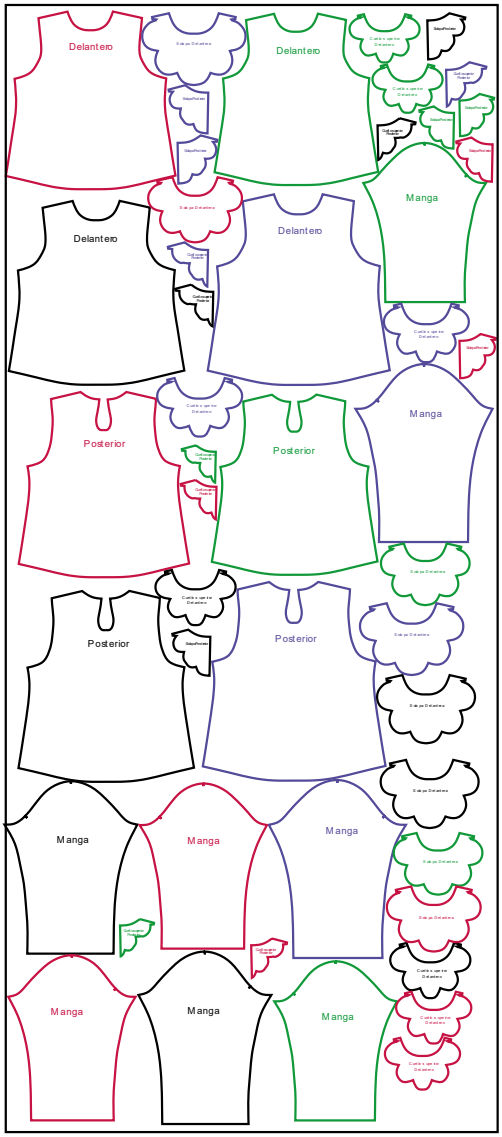


Posterior



TALLAS

4
6
8
10



Observaciones:

Figura 108: Ficha de marcada 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero

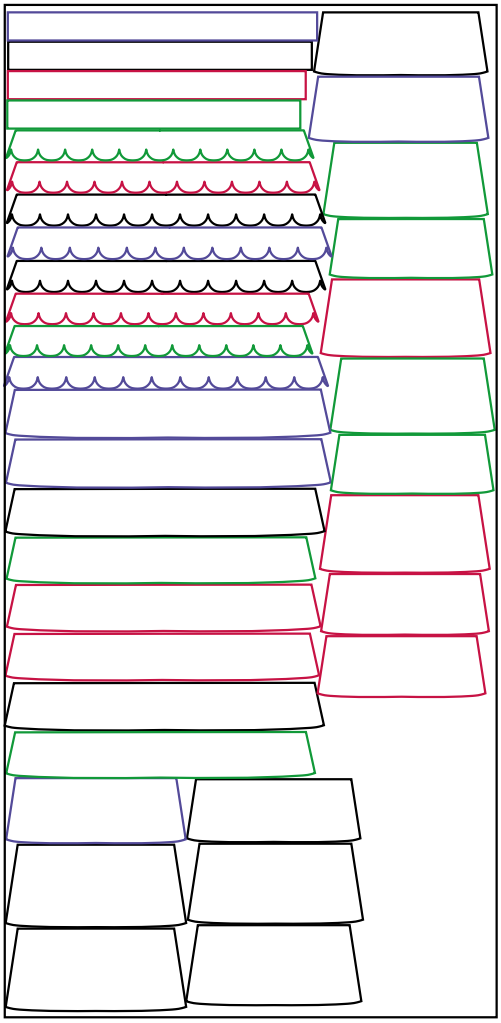


Posterior



TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10



Observaciones:

Figura 109: Ficha de marcada 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

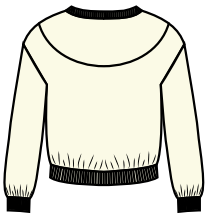
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero

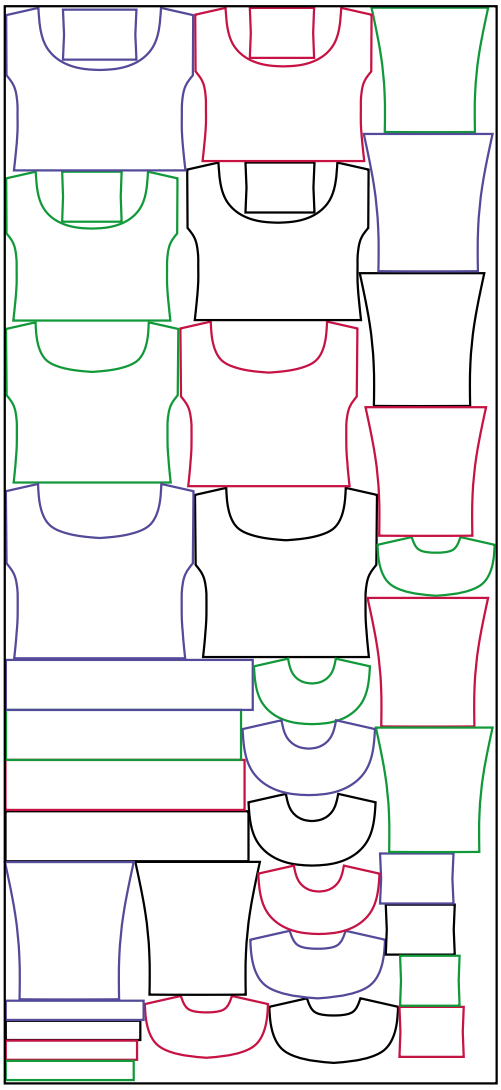


Posterior



TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10



Observaciones:

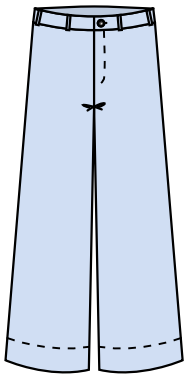
Figura 110: Ficha de marcada 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

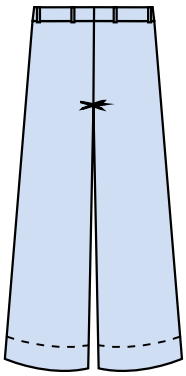
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero

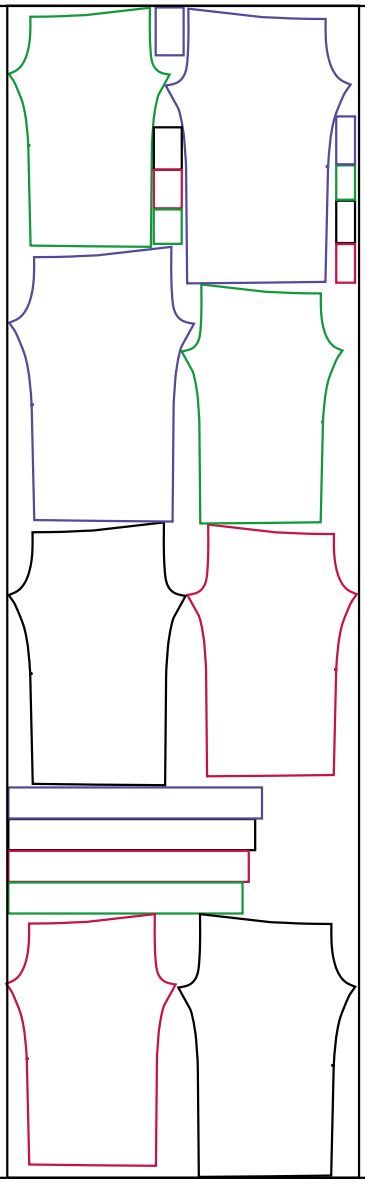


Posterior



TALLAS

4
6
8
10



Observaciones:

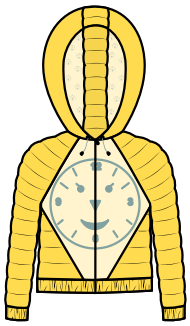
Figura 111: Ficha de marcada 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

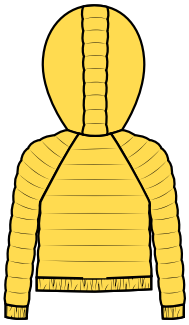
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - 8 - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	

Delantero

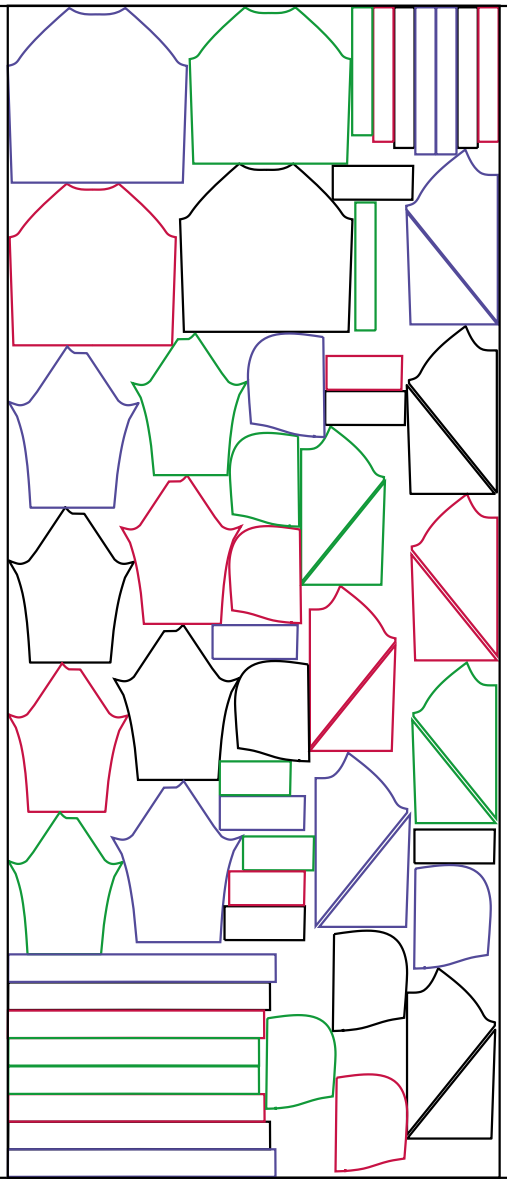


Posterior



TALLAS

4
6
8
10



Observaciones:

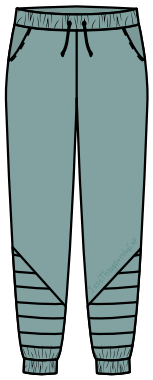
Figura 112: Ficha de marcada 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

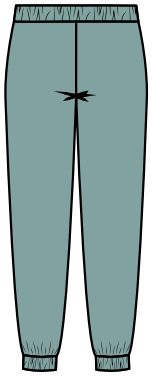
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Jogger	**Referencia:** MPI01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero

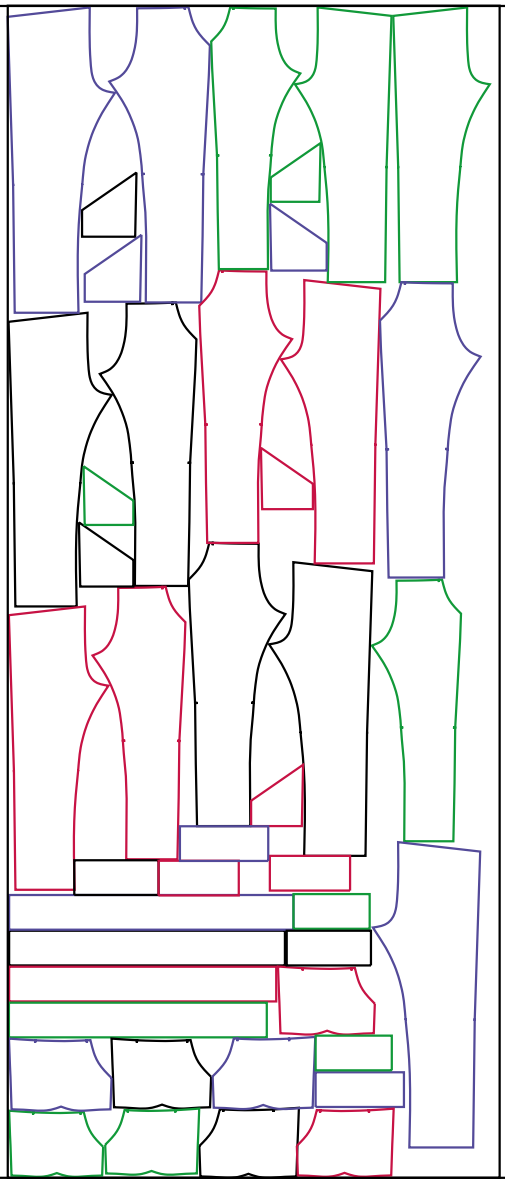


Posterior



TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10



Observaciones:

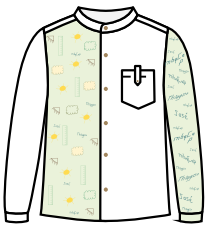
Figura 113: Ficha de marcada 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

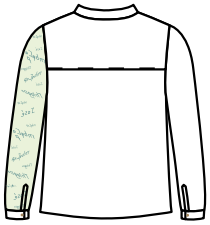
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero

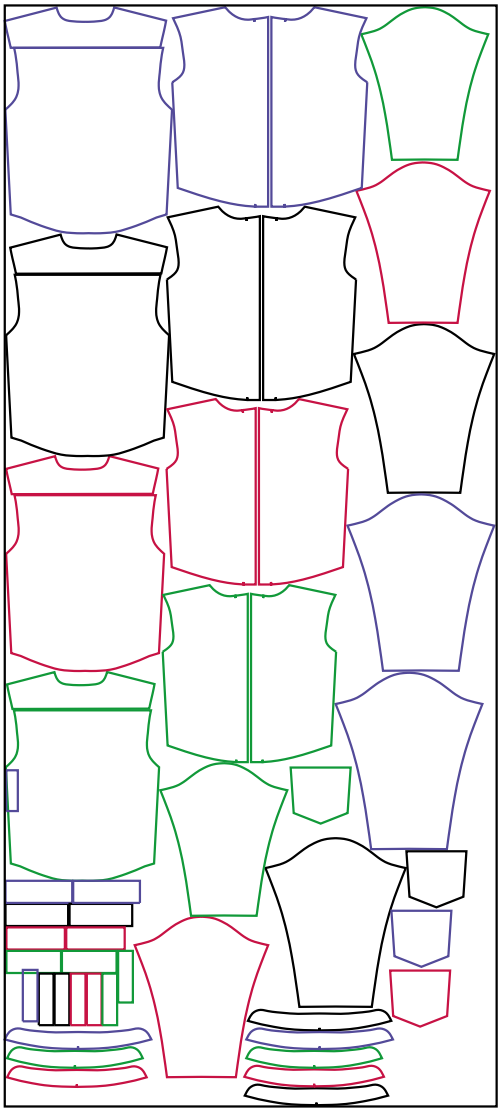


Posterior



TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10



Observaciones:

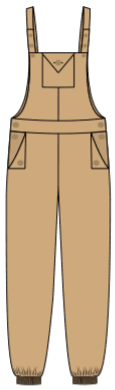
Figura 114: Ficha de marcada 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

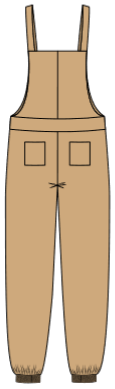
FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	

Delantero

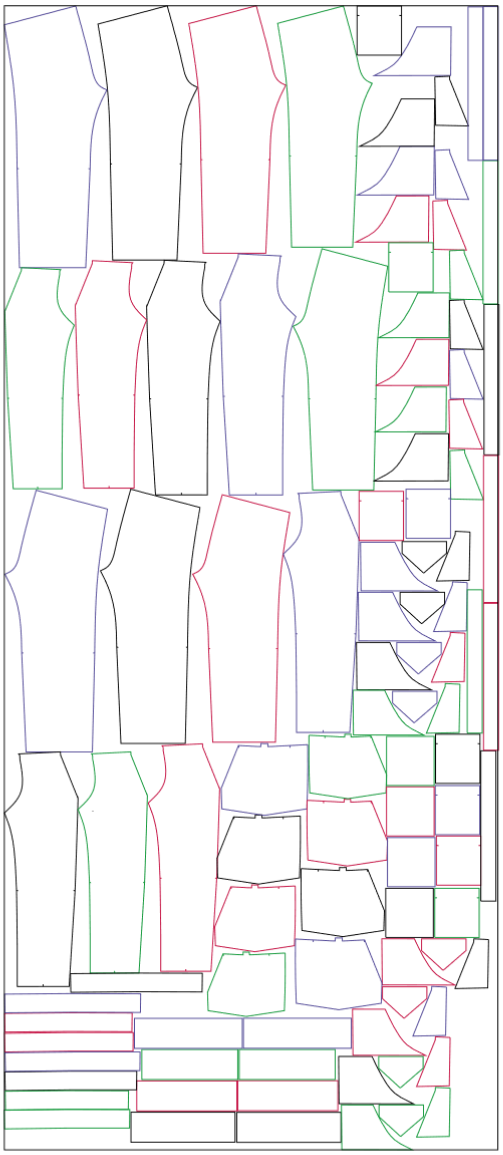


Posterior



TALLAS

- 4
- 6
- 8
- 10



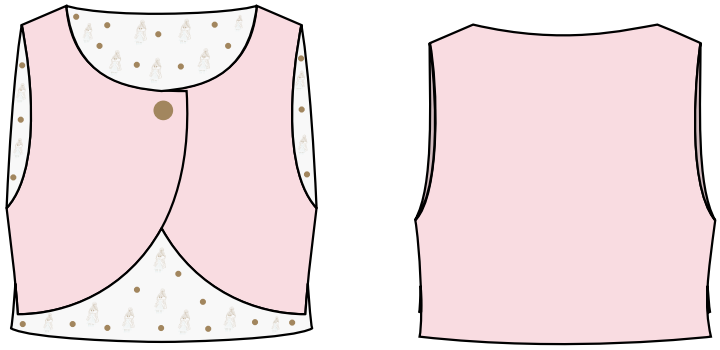
Observaciones:

Figura 115: Ficha de marcada 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.6. Ficha de ruta operativa.

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	



N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas de felpa y forro	Cortadora	.....	.....
2	Sublimar diseño en el forro	Sublimadora	.....	.....
3	Filetear bordes	Overlock	504	Poliéster
4	Unir hombros	Recta	301	Poliéster
5	Enbolsar tela base con el forro en la sisa y cuello	Recta	301	Poliéster
6	Cerrar costados y virar al derecho	Recta	301	Poliéster
7	Estampar talla	Plancha	.....	.....
8	Pegar botones	Manual	.....	Poliéster
9	Pulir	Manual	.....	.....
10	Planchar	Manual	.....	.....
11	Empaquetar	Manual	.....	.....

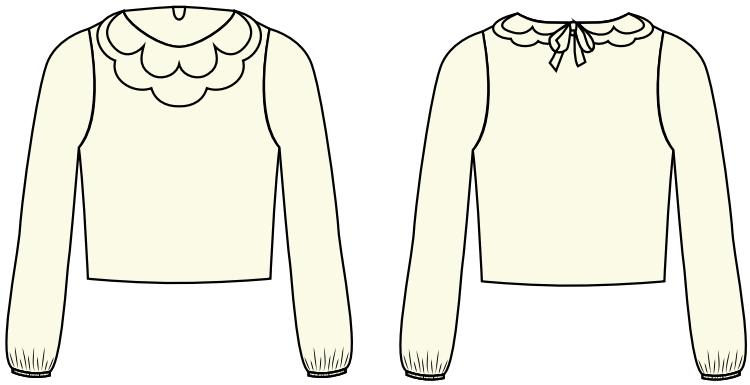
Observaciones:

Figura 116: Ficha de ruta operativa 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	



N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Filetear Bordes	Overlock	504	Poliéster
3	Unir solapas delantero y posterior	Recta	301	Poliéster
4	Enbolsar solapas	Recta	301	Poliéster
5	Cerrar hombros de blusa	Recta	301	Poliéster
6	Pegar solapas con la blusa	Recta	301	Poliéster
7	Unir mangas	Overlock	504	Poliéster
8	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
9	Pegar elástico en los puños	Recta	301	Poliéster
10	Pulir	Manual	.....	.....
11	Planchar	Manual	.....	.....
12	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 117: Ficha de ruta operativa 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	



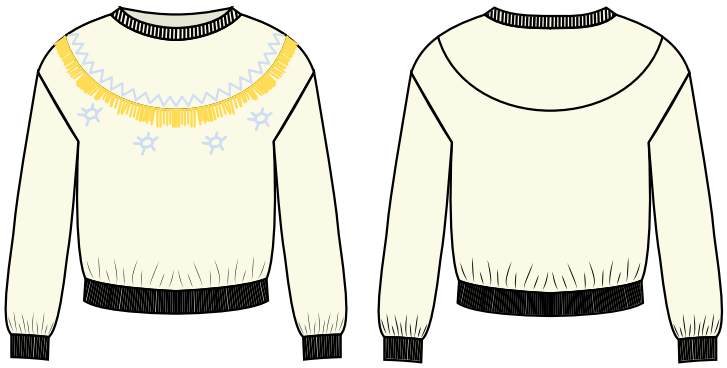
N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Subrimar piezas	Overlock	504	Poliéster
3	Filetear bordes	Recta	301	Poliéster
4	Unir delantero con posterior	Recta	301	Poliéster
5	Enbolsar vuelo superior y encarrujar	Recta	301	Poliéster
6	Encarrujar vuelo inferior	Recta	301	Poliéster
7	Unir vuelos a la falda	Recta	301	Poliéster
8	Pegar pretina con elástico a la falda	Overlock	504	Poliéster
9	Coser bajo de vuelo inferior	Recta	301	Poliéster
10	Sublimar talla	Plancha	.....	.....
11	Pulir	Manual	.....	.....
12	Planchar	Plancha	.....	.....
13	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 118: Ficha de ruta operativa 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	



N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar las piezas	Cortadora	.....	.....
2	Unir delantero 1 con delantero 2	Overlock	504	Poliéster
3	Unir posterior 1 con posterior 2	Overclock	504	Poliéster
4	Hacer macrame	Manual	.....	Algodón
5	Pegar piola en forma de zic-zac	Manual	.....	.....
6	Cerrar hombros	Overlock	504	Poliéster
7	Pegar mangas	Overlock	504	Poliéster
8	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
9	Pegar rib en puños y faja	Overlock	504	Poliéster
10	Bordar detalles	Bordadora	.....	.....
11	Sublimar talla	Sublimadora	.....	.....
12	Pulir	Manual	.....	.....
13	Planchar	Plancha	301	Poliéster
14	Empaquetar	Manual	.....	.....

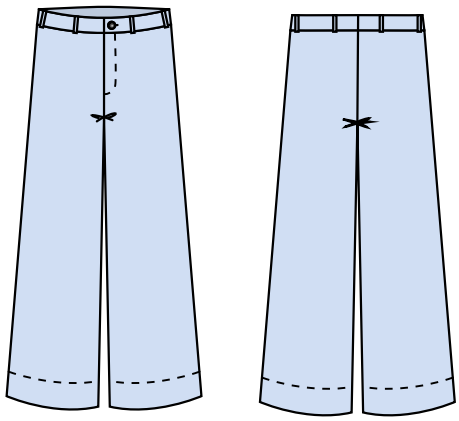
Observaciones:

Figura 119: Ficha de ruta operativa 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	



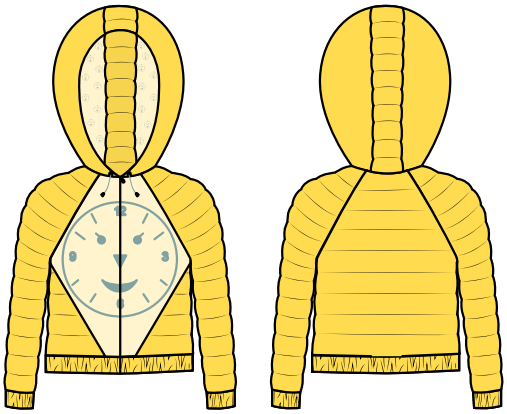
N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Pegar Cierre	Recta	301	Poliéster
3	Unir tiros	Overlock	504	Poliéster
4	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
5	Cerrar entrepierna	Overlock	504	Poliéster
6	Pegar pretina	Recta	301	Poliéster
7	Hacer pasadores	Recta	301	Poliéster
8	Pegar pasadores	Recta	301	Poliéster
9	Alzar basta	Manual	.....	Poliéster
10	Teñir	Lavandería	.....	.....
11	Hacer ojal	Ojaladora	.....	Poliéster
12	Pegar boton	Manual	.....	Poliéster
13	Pulir	Manual	.....	.....
14	Planchar	Plancha	.....	.....
15	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 120: Ficha de ruta operativa 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	



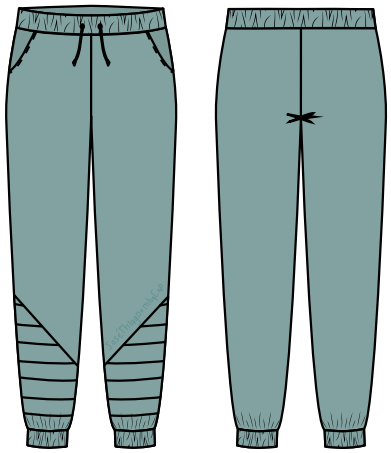
N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar la piezas	Cortadora	.....	.....
2	Sublimar piezas	Sublimadora	.....	.....
3	Acolchar tela exterior de la chompa	Recta	301	Poliéster
4	Pegar DTF en la chompa	Plancha	.....	.....
5	Pegar mangas	Recta	301	Poliéster
6	Enbolsar capucha	Recta	301	Poliéster
7	Unir capucha con la chompa	Recta	301	Poliéster
8	Cerrar costados	Recta	301	Poliéster
9	Pegar cierre	Recta	301	Poliéster
10	Pespuntear cierre	Recta	301	Poliéster
11	Pegar mangas	Overlock	504	Poliéster
12	Pegar puños	Overlock	504	Poliéster
13	Sublimar talla	Sublimadora	.....	.....
14	Pulir	Manual	.....	.....
15	Planchar	Plancha	.....	.....
16	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 121: Ficha de ruta operativa 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Jogger	**Referencia:** MPI01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado y Rib	



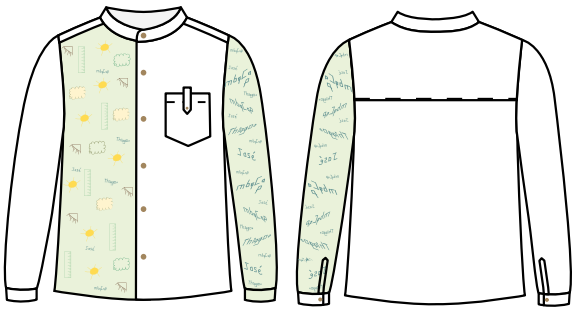
N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Acolchar pieza sobrepuesta	Recta	301	Poliéster
3	Sobreponer piezas acolchadas	Recta	301	Poliéster
4	Armar bolsillos del pantalón	Recta	301	Poliéster
5	Cerrar tiro delantero y posterior	Overlock	504	Poliéster
6	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
7	Pegar pretina	Recta	301	Poliéster
8	Pegar puños	Overlock	504	Poliéster
9	Pulir	Manual	.....	.....
10	Planchar	Plancha	.....	.....
11	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 122: Ficha de ruta operativa 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	



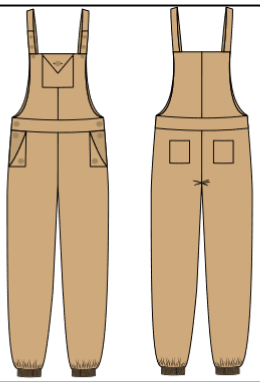
N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Sublimar 1 delantero, 1manga y 1 puño	Sublimadora	.....	.....
3	Unir posterior superior y posterior inferior	Overlock	504	Poliéster
4	Pegar bolsillo en el delnatero	Recta	301	Poliéster
5	Pegar aletillas a las mangas	Recta	301	Poliéster
6	Unir hombros	Overlock	504	Poliéster
7	Pespuntear hombros	Recta	301	Poliéster
8	Pegar mangas	Overlock	504	Poliéster
9	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
10	Pegar puños	Recta	301	Poliéster
11	Pegar cuello	Recta	301	Poliéster
12	Coser el bajo	Recta	301	Poliéster
13	Hacer Hojales	Ojaladora	.....	Poliéster
14	Pegar botones	Manual	.....	Poliéster
15	Pulir	Manual	.....	.....
16	Planchar	Plancha	.....	.....
17	Planchar	Manual		
18	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 123: Ficha de ruta operativa 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	



N°	Descripción del proceso	Máquina	Puntada	Tipo de hilo
1	Cortar piezas	Cortadora	.....	.....
2	Pegar bolsillos posteriores	Recta	301	Poliéster
3	Pegar bolsollos delanteros y tapas	Recta	301	Poliéster
4	Unir delanteros y espaldas	Overlock	504	Poliéster
5	Pegar bolsillo y tapa delantero superior	Recta	301	Poliéster
6	Unir tiros delanteros y tiros posteriores	Overlock	504	Poliéster
7	Pespuntear	Recta	301	Poliéster
8	Pegar pretina uniendo superior e inferior	Overlock	504	Poliéster
9	Pespuntear	Recta	301	Poliéster
10	Pegar tiras al overol	Recta	301	Poliéster
11	Cerrar costados	Overlock	504	Poliéster
12	Cerrar entrepierna	Overlock	504	Poliéster
13	Poner elástico en los puños	Recta	301	Poliéster
14	Hacer ojales	Ojaladora	.....	.....
15	Pegar botones	Manual	.....	.....
16	Pulir	Manual	.....	.....
17	Planchar	Manual	.....	.....
18	Empaquetar	Manual	.....	.....

Observaciones:

Figura 124: Ficha de ruta operativa 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.11.7. Ficha de Textiles e Insumos

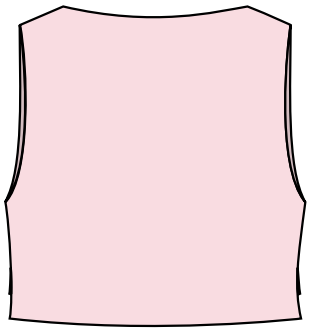
Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chaleco	**Referencia:** FPS01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Felpa y lino	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Felpa



Lino



INSUMOS

Botones



Etiqueta



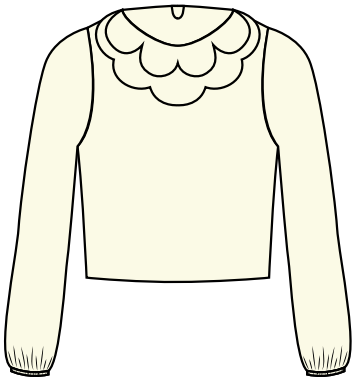
Observaciones:

Figura 125: Ficha de textiles e insumos 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

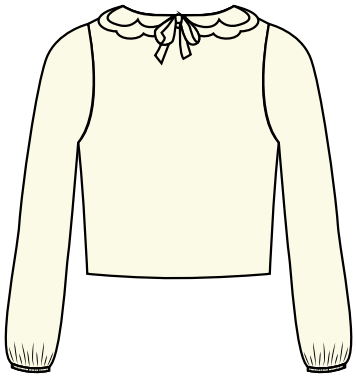
Confecciones JAASSMANY	**FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS**

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Blusa	**Referencia:** FPS02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Popelina APT	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Popelina 

INSUMOS

Elástico 

Etiqueta 

Observaciones:

Figura 126: Ficha de textiles e insumos 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS

Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Falda con vuelos	**Referencia:** FPI01
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Lino



INSUMOS

Elástico



Etiqueta



Observaciones:

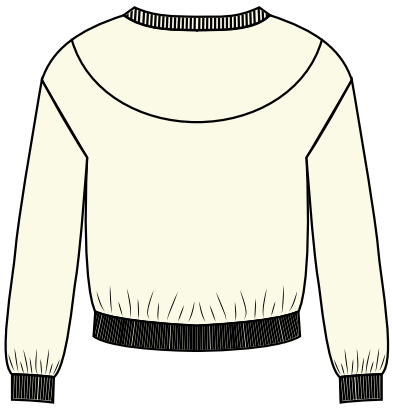
Figura 127: Ficha de textiles e insumos 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Sudadera	**Referencia:** FPS03
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Fleece 

Rib 

INSUMOS

Botones 

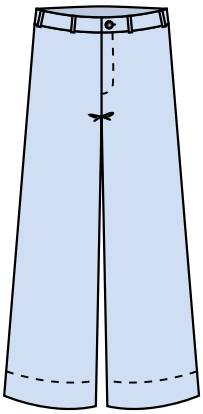
Etiqueta 

Observaciones:

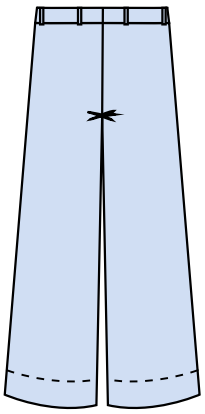
Figura 128: Ficha de textiles e insumos 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Pantalón palaso	**Referencia:** FPI02
Línea: Infantil - Femenino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Lino



INSUMOS

Botones



Etiqueta



Cierre



Elástico
Regulador

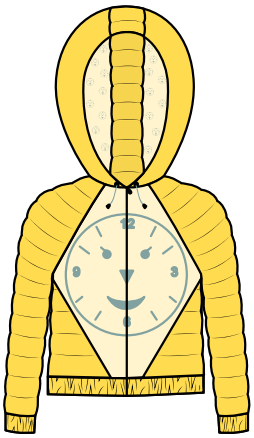


Observaciones:

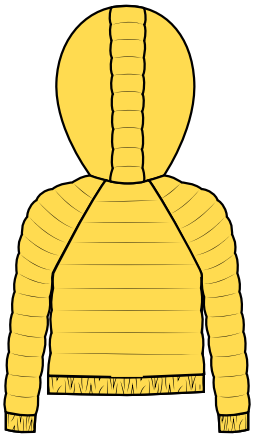
Figura 129: Ficha de textiles e insumos 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Chompa	**Referencia:** MPS01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Rodeo y Rib	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Plumon 

Rib 

Rodeo 

INSUMOS

Cierre 

Etiqueta 

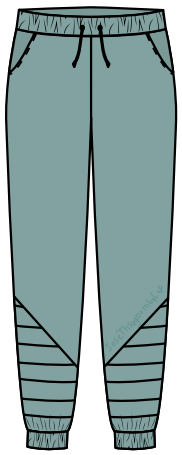
Cordón 

Observaciones:

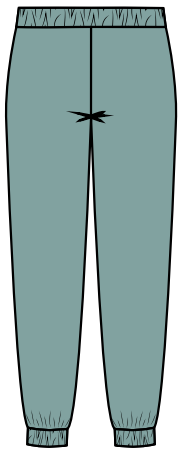
Figura 130: Ficha de textiles e insumos 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Jogger	**Referencia:** MPI01
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Fleece perchado y Rib	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Fleece 

Rib 

Plumon 

INSUMOS

Cordón 

Etiqueta 

Observaciones:

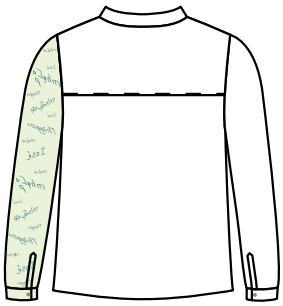
Figura 131: Ficha de textiles e insumos 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Camisa	**Referencia:** MPS02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Lino	

Delantero



Posterior



TEXTILES

Lino



INSUMOS

Botones



Etiqueta

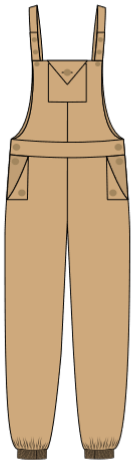


Observaciones:

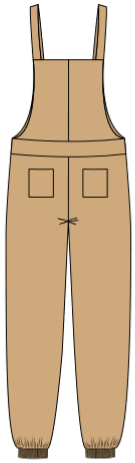
Figura 132: Ficha de textiles e insumos 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

Confecciones JAASSMANY	FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS	
Elaborado por: Fatima Moreno	**Aprobado por:** Sandra Varela	
Universo de Vestuario: Casual Wear	**Prenda:** Overol	**Referencia:** MPI02
Línea: Infantil - Masculino	**Talla:** 4 - 6 - (8) - 10	
Fecha: Junio 2025	**Material textil:** Gabardina APT	

Delantero

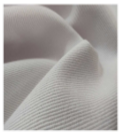


Posterior



TEXTILES

Gabardina



Forro de Bolsillo



INSUMOS

Botones



Etiqueta



Elástico



Observaciones:

Figura 133: Ficha de textiles e insumos 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

6.12. Photobook





























6.13. Costos de producción

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	CHALECO		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Felpa	1	metros	0.30	6.00	1.80
Hilo	5000	metros	100.00	0.01	0.80
Lino	1	metros	0.30	3.50	1.05
Botones	1	unidad	2.00	0.25	0.50
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
					0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	4.20
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	20.40
				% UTILIDAD 30%	6.12
				IVA 15%	26.52
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	32.64

Figura 134: Ficha de costos por prenda 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	BLUSA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Popelina	1	metros	0.75	3.00	2.25
Hilo	5000	metros	100.00	0.01	0.80
Entretela	1	metros	0.25	2.50	0.63
Elástico	1	unidad	0.30	0.25	0.08
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	3.80
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	20.00
				% UTILIDAD 30%	6.00
				IVA 15%	26.00
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	32.00

Figura 135: Ficha de costos por prenda 2
Fuente: Elaboración propia (2025)

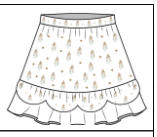
HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	FALDA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lino	1	metros	1.00	3.50	3.50
Hilo	5000	metros	150.00	0.01	1.20
Elástico	1	metros	0.40	0.50	0.20
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Sublimado	1	unidad	1.00	5.00	5.00
				0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	9.95
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	26.15
				% UTILIDAD 30%	7.85
				IVA 15%	34.00
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	41.84

Figura 136: Ficha de costos por prenda 3
Fuente: Elaboración propia (2025)

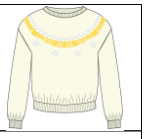
HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	SUDADERA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Flecee perchado	1	metros	0.75	6.00	4.50
Hilo	5000	metros	125.00	0.01	1.00
Rib	1	metros	0.15	5.00	0.75
Lana	1	unidad	0.25	3.50	0.88
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Bordado máquina	1	unidad	4.00	0.25	1.00
Cordón	1	unidad	1.25	0.25	0.31
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	8.49
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	3	0.30	0.90
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	0.90
				COSTO PRODUCCION	24.39
				% UTILIDAD 30%	7.32
				IVA 15%	31.70
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	39.02

Figura 137: Ficha de costos por prenda 4
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	PANTALON		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lino	1	metros	0.75	3.50	2.63
Hilo	5000	metros	100.00	0.01	0.80
Boton	1	metros	2.00	0.05	0.10
Cierre	1	unidad	1.00	0.15	0.15
Entretela	1	unidad	0.10	2.50	0.25
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Teñido	1	unidad	1.00	2.70	2.70
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	6.68
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	22.88
				% UTILIDAD 30%	6.86
				IVA 15%	29.74
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	36.60

Figura 138: Ficha de costos por prenda 5
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	CHOMPA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Rodeo	1	metros	2.00	2.00	4.00
Hilo	5000	metros	200.00	0.01	1.60
Plumon	1	metros	1.00	2.50	2.50
Rib	1	unidad	0.15	5.00	0.75
Cierre	1	unidad	1.00	0.75	0.75
Cordón	1	unidad	1.00	0.50	0.50
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Sublimado	0	unidad	2.00	5.00	10.00
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	20.15
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	7.00	7.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	1.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	7.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	38.35
				% UTILIDAD 30%	11.51
				IVA 15%	49.86
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	61.36

Figura 139: Ficha de costos por prenda 6
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	JOGGER		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Flecee perchado	1	metros	0.75	6.00	4.50
Hilo	5000	metros	150.00	0.01	1.20
Rib	1	metros	0.25	5.00	1.25
Cordón	1	unidad	1.00	0.50	0.50
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Rodeo	1	unidad	0.20	2.00	0.40
Plumón	1	unidad	0.20	2.00	0.40
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	8.30
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.05	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	24.50
				% UTILIDAD 30%	7.35
				IVA 15%	31.85
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	39.20

Figura 140: Ficha de costos por prenda 7
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	CAMISA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lino	1	metros	0.75	3.50	2.63
Hilo	5000	metros	150.00	0.01	1.20
Entretela	1	metros	0.10	2.50	0.25
Botones	1	unidad	5.00	0.05	0.25
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Sublimado	1	unidad	0.50	5.00	2.50
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	6.88
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	5.00	5.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	5.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	23.08
				% UTILIDAD 30%	6.92
				IVA 15%	30.00
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	36.92

Figura 141: Ficha de costos por prenda 8
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	OVEROL		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gabardina	1	metros	1.25	5.00	6.25
Hilo	5000	metros	200.00	0.01	1.60
Entretela	1	metros	0.15	2.25	0.34
Botones	1	unidad	13.00	0.15	1.95
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Elastico	1	unidad	0.40	0.50	0.20
Teñido	1	unidad	1.00	3.00	3.00
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	13.39
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	7.00	7.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.25	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	7.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	31.59
				% UTILIDAD 30%	9.48
				IVA 15%	41.06
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	50.54

Figura 142: Ficha de costos por prenda 9
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	BUZO		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lycra	1	metros	0.60	5.00	3.00
Hilo	5000	metros	100.00	0.01	0.80
Etiqueta	1	metros	1.00	0.05	0.05
Sublimado	1	unidad	0.60	5.00	3.00
	1	unidad	0.00	0.00	0.00
	1	unidad	0.00	0.00	0.00
	1	unidad	0.00	0.00	0.00
			0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS					6.85
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	4.00	4.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA					4.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS					1.20
COSTO PRODUCCION					22.05
% UTILIDAD				30%	6.62
IVA				15%	28.67
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					35.28

Figura 143: Ficha de costos por prenda 10
Fuente: Elaboración propia (2025)

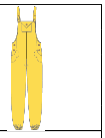
HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	OVEROL		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gabardina APT	1	metros	1.00	6.00	6.00
Hilo	5000	metros	150.00	0.01	1.20
Boton	1	metros	11.00	0.05	0.55
Teñido	1	unidad	1.00	3.00	3.00
Entretela	1	unidad	0.10	2.50	0.25
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
	1	unidad	0.00	0.00	0.00
			0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS					11.05
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	7.00	7.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA					7.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS					1.20
COSTO PRODUCCION					29.25
% UTILIDAD				30%	8.78
IVA				15%	38.03
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					46.80

Figura 144: Ficha de costos por prenda 11
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	CAMISETA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Jersey	1	metros	0.50	3.50	1.75
Hilo	5000	metros	80.00	0.01	0.64
Boton	1	metros	3.00	0.05	0.15
DTF	1	unidad	0.25	10.00	2.50
Entretela	1	unidad	0.10	2.50	0.25
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
		unidad	0.00	0.00	0.00
			0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	5.34
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	4.00	4.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA	4.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
				SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	1.20
				COSTO PRODUCCION	20.54
				% UTILIDAD 30%	6.16
				IVA 15%	26.70
				PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	32.86

Figura 145: Ficha de costos por prenda 12
Fuente: Elaboración propia (2025)

HOJA DE CALCULO DE COSTOS					
COSTOS DIRECTOS					
TIPO DE PRENDA	BERMUDA		UNIDAD	1 PRENDA	
PRODUCCIÓN (MATERIALES DIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA (como vende el proveedor)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD A USAR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lino	1	metros	0.40	3.50	1.40
Hilo	5000	metros	80.00	0.01	0.64
Boton	1	metros	2.00	0.05	0.10
Cierre	1	unidad	1.00	0.15	0.15
Entretela	1	unidad	0.10	2.50	0.25
Etiqueta	1	unidad	1.00	0.05	0.05
Sublimado	1	unidad	0.40	2.50	1.00
Boton	1	unidad	1.00	0.05	0.05
SUBTOTAL DE MATERIALES DIRECTOS					3.64
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrativos	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Diseñador Indumentaria	1	unidad	1.00	10.00	10.00
Diseñador Gráfico	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Patronista	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Contador	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe Comercial	0	unidad	0.00	0.00	0.00
Jefe de Calidad	0	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					10.00
COSTOS INDIRECTOS					
PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA INDIRECTA)					
DETALLE	PERSONA	UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL CONTRATADO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortador	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Planchado	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Maquila - confeccción	1	unidad	1.00	4.00	4.00
Terminados Boton	1	unidad	0.00	0.00	0.00
Comisión de Venta	1	unidad	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA					4.00
PRODUCCIÓN (COSTOS INDIRECTOS)					
DETALLE	CANTIDAD POR UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	1	unidad	4	0.30	1.20
Logística (alimentación)	1	unidad	0	0.00	0.00
Depreciación maquinaria	1	unidad	0	0.00	0.00
Mantenimiento	1	unidad	0	0.00	0.00
SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS					1.20
COSTO PRODUCCION					18.84
% UTILIDAD				30%	5.65
IVA				15%	24.49
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					30.14

Figura 146: Ficha de costos por prenda 13
Fuente: Elaboración propia (2025)

CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de la presente investigación se comprobó el cumplimiento del objetivo específico uno, fundamentando teóricamente la relación entre la percepción emocional infantil y su representación gráfica permitiendo construir un marco conceptual sólido de manera que sustente el proceso de diseño. La revisión bibliográfica, según los autores, permitió reconocer que el dibujo infantil constituye un medio legítimo y significativo para expresar emociones e ideas, lo cual aportó claridad sobre cómo integrar expresiones en la indumentaria.

El Focus Group, realizado con niños de 6 a 10 años, comprobó el cumplimiento del objetivo dos, mediante actividades creativas guiadas. Los niños lograron identificar y plasmar emociones de forma visual. Esta experiencia reveló el potencial expresivo de los niños reflejando su mundo emocional, lo cual fue esencial para construir un diseño significativo. Por medio de esta metodología, se comprobó que los niños fueron capaces de explorar y manifestar sus emociones a través de dibujos. Las dinámicas creativas implementadas facilitaron la generación de ilustraciones auténticas y significativas, enriqueciendo las propuestas de diseño.

Se diseñó una línea de indumentaria infantil, integrando las emociones expresadas por los niños en sus ilustraciones, aplicando los nueve ámbitos del diseño, logrando el cumplimiento del objetivo tres. Este proceso permitió transformar los dibujos en elementos gráficos, funcionales y estéticamente coherentes, manteniendo la comodidad y el sentido emocional en cada una de las prendas.

Se constató que es posible articular un diseño emocional con criterios comerciales, aportando a la empresa Confecciones Jaassmany una línea diferenciadora que responde a las necesidades del mercado y al mismo tiempo, promueve la expresión simbólica del usuario. El resultado fue una colección innovadora que responde tanto a criterios técnicos como emocionales, logrando posicionar una propuesta diferenciadora para la marca, capaz de conjugar identidad, expresión emocional y valor comercial dentro del mercado actual.

Finalmente, se da cumplimiento con el objetivo general, verificando que la incorporación de ilustraciones creadas por niños no solo es viable, sino que fortalece

la conexión emocional entre la prenda y el usuario. La colección desarrollada representa una propuesta innovadora para la marca, respondiendo a las necesidades identificadas durante el estudio, cada prenda se consolidó como un canal de expresión emocional infantil, Se comprobó que el diseño textil puede funcionar como un puente entre emociones y funcionalidad. Esta investigación abre nuevas posibilidades para la creación de moda con valor educativo, simbólico y humano, alineando el diseño contemporáneo con una visión más sensible y consciente del público objetivo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a docentes e investigadores vinculados al diseño, con la colaboración de psicopedagogía y disciplinas afines, considerar el dibujo infantil como una herramienta válida para el estudio de la expresión emocional. Su análisis puede enriquecer investigaciones con enfoque interdisciplinario, especialmente en propuestas que integren la comunicación visual, la infancia y el diseño con sentido humano.

Para futuras investigaciones, se recomienda profundizar en el análisis simbólico del dibujo infantil considerando distintos contextos socioculturales, lo que permitiría explorar con mayor amplitud la relación entre emoción, identidad y representación visual. Asimismo, se sugiere aplicar estas dinámicas en otros rangos etarios, con el fin de identificar posibles variaciones en la forma de expresar emociones a través del arte gráfico.

A los centros educativos y espacios culturales se les sugiere implementar talleres o actividades que permitan a los niños representar libremente sus emociones mediante el dibujo. Este tipo de iniciativas no solo promueven la expresión artística, sino que también aportan a la construcción de herramientas de comunicación emocional accesibles y efectivas para los infantes.

Se sugiere a diseñadores emergentes se les invita a incorporar la voz gráfica del usuario final en este caso, el niño como parte activa en los procesos creativos. Este enfoque participativo fortalece el vínculo entre la prenda y quien la usa, aportando autenticidad y valor comunicativo a las propuestas de indumentaria.

Finalmente, para validar y expandir el impacto de este tipo de propuestas, se recomienda replicar la metodología en otros entornos educativos, tanto públicos como privados. Esta comparación permitiría identificar similitudes y diferencias en la respuesta emocional, comercial y social de proyectos similares, generando así nuevas rutas para el desarrollo del diseño infantil con enfoque emocional y participativo.

BIBLIOGRAFÍA

Aguayo-Delgado. (2023). *Finanzas de Estado: Un Análisis de la Inversión Pública y Privada del Ecuador en el Periodo 2016 al 2022.* Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1962

Aguilar, A. (2013). *Moda y estilismo infantil*. Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/781/Moda%20y%20estilismo%20infantil.pdf

Aliados Leonisa. (2025). *Indumentaria Infantil.* Obtenido de [Imagenes]: https://leonisa.ec/collections/moda-femenina-todo

Alvarado, Y. (28 de 02 de 2025). *Análisis de ilustración manual y digital infantil de la ciudad de Bucaramanga en el primer semestre del 2025.* Obtenido de http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/18953

Álvarez & Haro. (2017). *Millennials, la generación emprendedora*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=727047&info=resumen&idioma=SPA

Alvear, M. (2024). *Análisis de los elementos del diseño de indumentaria para la representación de personajes de producciones cinematográficas ecuatorianas.* Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/20409.pdf

Andrade, P. (2026). *La gobernanza ambiental en Ecuador: Historia, presente y desafíos*. Obtenido de [Artículo de revista]: https://www.uasb.edu.ec/publicacion/la-gobernanza-ambiental-en-ecuador-historia-presente-y-desafios/

Arce, D. (27 de 01 de 2022). *El cuento como estrategia para mejorar la expresión oral de los niños, Imaza, Región Amazonas*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/memilla,+2+El+cuento+como+estrategia+para+mejorar+la+expresi%C3%B3n+oral+de+los+ni%C3%B1os,+Imaza,.pdf

Aresté, J. (2023). *Las emociones en educación infantil: sentir, reconocer y expresar*. Obtenido de https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/3212/ARESTE%20GRAU,%20JUDIT.pdf

Arnás, M. (2025). *A través de los dibujos de los niños reflejan emociones y lo que no logran verbalizar.* Obtenido de https://elpais.com/mamas-papas/expertos/2025-01-17/macarena-arnas-psicografologa-a-traves-de-los-dibujos-los-ninos-reflejan-emociones-y-lo-que-no-logran-verbalizar.html?utm_source=chatgpt.com

Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (2025). *Industria textil y de la confección en ecuador.* Obtenido de https://www.aite.com.ec/

Babativa, D. (2017). *Psicología del Desarrollo Infantil.* Obtenido de [Repositorio]: https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/51ca051e-933d-44d9-b950-40d250267427/content

Burgos, E. (2020). *Fashion, Luxury & Retail.* Obtenido de https://enriqueortegaburgos.com/conocenos/

Carrasco, M. (2020). *Diseño de indumentaria desde la emoción*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/15638.pdf

Cedeño M. & Mendoza M. (24 de 06 de 2024). *Importancia de la comunicación no verbal en el aula: actividades para la Educación Básica*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/932-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2997-1-10-20240618.pdf

Cóccole. (2025). *Colecciones en Cóccole.* Obtenido de [Imágen]: https://www.coccole.es/sobre-coccole

Cola, K. (Enero de 2016). *El diseño de modas en base al macramé como técnica recursiva en la indumentaria formal infantil*. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/21679/1/KATHERINE%20IVETH%20COLA%20AIMACA%c3%91A.pdf

Columbia. (2025). *Chaquetas & Chalecos.* Obtenido de [Imagen]: https://www.columbiasportswear.pt/es_AR/c/kids-boys-jackets

Constitución de la Reública de Ecuador. (2008). *Niños, niñas y adolescentes.* Obtenido de [Sección quinta]: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Coronel, E. (2023). *Diseño de indumentaria infantil para skaters de 5 a 12 años de edad*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/19168%20(2).pdf

Cuellar J.M. & Ledesma L.A. (2020). *Diseño y Cultura: Preocesos creativos en la reinterpretación de objetos tgradicionales.* Trillas.

Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen* . Obtenido de https://editorialgg.com/la-sintaxis-de-la-imagen.html

Dueñas M. & Sabogal V. (2021). *Investigación y análisis de tendencias en la moda: estudio de caso de la evolución de los informes de sensibilidades y conceptos de moda de Inexmoda.* Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/11933/Investigaci%C3%B3n%20y%20an%C3%A1lisis.pdf?sequence=1

Escalada, L. (2023). *Regulación de las emociones negativas a través de la literatura infantil, el yoga y mindfulness y la música. Programa de intervención en Educación Infantil*. Obtenido de [Repositorio Universidad de Valladolid]: https://uvadoc.uva.es/handle/10324/62025

Estibaliz Gutiérrez Ajamil et al. (17 de 11 de 2023). *La proyección de la cultura visual en el dibujo infantil. Un análisis desde la perspectiva de género en Educación Primaria.* Obtenido de https://profiles.impactstory.org/u/0000-0001-7784-0639/p/3QVMFnBYtL

Fashion Digital Talks. (12 de 10 de 2020). *¿Qué es la innovación en el diseño de moda?* Obtenido de https://www.fashiondigitaltalks.com/post/que-es-la-innovacion-en-el-dise%C3%B1o-de-moda

Faster Capital. (16 de 04 de 2025). *Análisis de la saturación del mercado para un informe de análisis de mercado completo.* Obtenido de https://fastercapital.com/es/contenido/Analisis-de-la-saturacion-del-mercado-para-un-informe-de-analisis-de-mercado-completo.html

Flores Ana et al. (2025). *Petit Style La revista del mundo Infantil.* Obtenido de https://petitstyle.es/wp-content/uploads/2025/03/Petit-Style-N.90.pdf

Frascara, J. (2018). *Enseñando Diseño.* Ediciones Infinito. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uta/77396

García, M. (2021). *La indumentaria emblemática: sistema y tipología*. Obtenido de https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/22/28/13garcialopez.pdf

Gonzales et al. (03 de 2024). *Caracterización del vestuario y su evolución a través del tiempo*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/Dialnet-CaracterizacionDelVestuarioYSuEvolucionATravesDelT-9435237.pdf

González, E. (18 de 03 de 2019). *Focus group en diseño de producto: criterios de selección del grupo.* Obtenido de https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-producto/focus-group-diseno-de-producto-su-importancia-en-el-proceso

Gonzalez, T. (02 de 05 de 2025). *La industria de la moda en Ecuador avanza en 2025*. Obtenido de [Fashion Network]: https://ec.fashionnetwork.com/news/La-industria-de-la-moda-en-ecuador-avanza-en-2025,1726014.html

Gonzalo Clerici et al. (02 de 2019). *Autoconcepto y percepción infantil de las pautas parentales de crianza*. Obtenido de [Eureka]: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/124181/CONICET_Digital_Nro.c8650c5e-11ed-4054-843c-7b00f03f4bf8_A.pdf?sequence=2

Granieri, M. (18 de 10 de 2024). *Cómo identificar un mercado potencial para tu negocio*. Obtenido de [OBS Business School]: https://www.obsbusiness.school/blog/como-identificar-un-mercado-potencial-para-tu-negocio

Guerrón, K. (01 de 2019). *Métodos de patronaje cero residuos: Una aproximación a la indumentaria infantil.* Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/022cd222-32c9-4c95-b64b-df237245cc8a/content

Gutiérrez, E. (2020). *El proceso de creación plástica en la formación del profesorado de Educación Infantil y Primaria: Metodologías prácticas para la reflexión en Educación Artística.* Obtenido de https://profiles.impactstory.org/u/0000-0001-7784-0639/publications?utm_source=chatgpt.com

H&M Hennes & Mauritz AB. (2025). *Logo de M&M.* Obtenido de [Imágen]: https://ec.hm.com/infantil/todo-ninos/ropa/camisetas-blusas-y-camisas

Ham, M. (03 de 2020). *Indumentaria infantil educativa para el desarrollo de la autonomía.* Obtenido de https://diseno.uc.cl/memorias/pdf/memoria_dno_uc_2019_2_HAM_URIBE_M.pdf

Hernández, L. (2025). Un vistazo a las tendencias 2025. *[Tus Finanzas]*, págs. https://tusfinanzas.ec/un-vistazo-a-las-tendencias-2025/.

Horcajo, P. (2020). *La expresión de emociones a través del dibujo infantil: propuesta de intervención*. Obtenido de https://uvadoc.uva.es/handle/10324/41268

INEC, I. N. (2022). *Presentación Nacional 2da entrega – Resultados del Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de [Censo Ecuador]: https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/05/Presentacion_Nacional_2da_entrega.pdf

INEN, S. E. (2025). *Estrategia Nacional de Normalización.* Obtenido de https://www.normalizacion.gob.ec/2025/

Jhonson Paul et al. (2017). *La historia de los judíos.* B de Bolsillo.

Josué Villarreal-Puga & Magdalena Cid García. (2022). *La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades.* Obtenido de [Revista científica]: https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/556

Juliana. (2025). *Vistiendo Bebes, S.L. Juliana ropa para niños y bebés.* Obtenido de https://vistiendobebes.com/

Kerlinger, F. N. (2002). *Investigación del comportamiento.* Howard B. H.

Lascano, H. (Septiembre de 2022). *Diseño de indumentaria que contribuya a desarrollar la motricidad*. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36193/1/Lascano%20Heidi%20.pdf

Malavolta, E. (02 de 2024). *Nuevas vestimentas infantiles: ¿Moda o cambio de paradigma?* Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/Dialnet-NuevasVestimentasInfantiles-9756003%20(1).pdf

Marquéz Sosa, D. E. (2023). *Análisis del mercado de referencia para la determinación de la posición dominante en el ámbito de la Unión Europea.* Obtenido de https://tlarev.com/wp-content/uploads/2023/10/0216-2023-EST.pdf

Melaños, Y. (2024). *La técnica del dibujo libre como medio de expresión de las emociones en niños del subnivel II*. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/items/062aad03-592e-4a1f-b0ef-484d11a0a46c

Miguel, P. (12 de 2019). *Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina*. Obtenido de https://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n76/1853-3523-ccedce-76-161.pdf

Moncayo, E. (2015). *Psicología del color e iluminación aplicada a un espacio interior*. Obtenido de https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bbcf6080-a5a1-4315-a9e5-6b125fff2ea4/content

Morales, L. (07 de 2018). *La ilustración infantil de moda: Un análisis al método*. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/items/b3ab72ca-497b-41d9-af33-fb068ee44724

MTSI, M. d. (2025). *Ecuador continúa creciendo en tecnología.* Obtenido de https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/

Muñoz, A. (16 de 08 de 2022). *Consejos para realizar un análisis del sector con calidad.* Obtenido de https://es.semrush.com/blog/analisis-del-sector/

Naranjo, A. (2024). *Emociones en el Aula: Desarrollo de la Conciencia y Regulación Emocional*. Obtenido de https://repository.libertadores.edu.co/server/api/core/bitstreams/a238aaf2-e2e9-484a-b4a7-952f215a6322/content

Naula et al. (2021). *Competencia informal y saturación de mercado de las microempresas del cantón CRNEL. Marcelino Maridueña.* Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/Dialnet-CompetenciaInformalYSaturacionDeMercadoDeLasMicroe-8293914.pdf

Nekenia. (2025). *Moda infantil Nekenia.* Obtenido de https://www.5lobinos.com/producto-categoria/marcas/nekenia/

Nicolalde, S. (25 de 10 de 2024). *Reflexiones sobre la diversidad cultural desde una parte del teatro en Ecuador.* Obtenido de https://revistapublicos.com/debates/reflexiones-sobre-la-diversidad-cultural-desde-una-parte-del-teatro-en-ecuador/

ODS, O. d. (25 de 09 de 2015). *Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. Obtenido de [Objetivo 3 ODS]: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/

Oechsle. (2025). *Joguers infantiles.* Obtenido de [Imagenes]: https://www.oechsle.pe/moda/ninos-4-a-12-anos/buzos-y-joggers-ninos-4-a-12/mujer,hombre,nina,nino,unisex

Oñate, R. (23 de 09 de 2024). *Expresión de Emociones a través del Arte*. Obtenido de https://cepotencial.cl/2024/09/23/expresion-de-emociones-a-traves-del-arte/?utm_source=chatgpt.com

PATPRIMO. (2025). *Buzo Estampado.* Obtenido de [Imagen]: https://www.patprimo.com/buzo-estampado/66060065.html

Peláez Sonia et al. (2016). *Emociones cromáticas: análisis de la percepción de color basado en emociones y su relación con el consumo de moda*. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/4915/491550445005/html/

Pérez, J. (20 de 09 de 2023). *Superando a la Competencia: Estrategias de Benchmarking y Análisis Empresarial.* Obtenido de https://www.linkedin.com/pulse/superando-la-competencia-estrategias-de-benchmarking-y-p%C3%A9rez-mira/

Petit, G. (2025). *Moda infantil sostenible y local.* Obtenido de https://chatgpt.com/c/67fd7af5-ec58-8009-8f89-6bccd6bb5e0b

Pinto, C. (2024). *Seguridad industrial y medio ambiente.* Obtenido de https://omp.rimanaeditorial.com/index.php/omp/catalog/view/64/103/510

Poaquiza, E. (Marzo de 2023). *El cuento infantil y el simbolismo de la vestimenta de los pueblos indígenas de Tungurahua en niños de educación inicial.* Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37424/1/ANEXO11A-POAQUIZA-FINAL-signed-signed-signed.pdf

Puetate, J. (Febrero de 2024). *Generación de indumentaria lúdica infantil a partir del análisis estético del vestuario de los personajes de un videojuego.* Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n%20para%20repositorio-%20PUETATE%20JENNIFER-%20CARRERA%20DE%20DISE%C3%91O%20TEXTIL%20E%20INDUMENTARIA.pdf

Quintanilla Laura et al. (01 de 2022). *La comprensión asincrónica de las emociones básicas: un estudio longitudinal con niños de 3 a 5 años*. Obtenido de https://journals.copmadrid.org/psed/art/psed2021a27

Raigosa, C. (2019). *Moda infantil bajo la teoría de Jean Piaget.* Obtenido de Artículo de revista: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7067400

Redacción. (2025). Tendencias que definen el consumo en 2025 como el Año de las Posibilidades. *[Ecuatoriano: Descubre lo ,ejor de Ecuador]*, págs. https://ecuatoriando.com/noticias/tendencias-definen-el-consumo-2025-como-el-ano-de-las-posibilidades/.

Rojas, K. (11 de 2022). *Sociología Ecuatoriana: Recorrido Hitórico y Retos Actuales.* Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/REVISTA+Sociolog%C3%ADa+y+Pol%C3%ADtica+HOY+7+FINAL+85-97+Karen.pdf

Rossman, K. M. (2015). *El diseño de investigación cualitativa.* Madrid: 3ra. Ediciones Morata.

Ruiz, I. (07 de 2024). *El uso de la psicología del color en la utilización del RBG en la tríada de personajes animados en películas y series infantiles.* Obtenido de [Repositorio]: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/70468/TFG-N.%202491.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Russ, B. (9 de 09 de 2021). *Moda infantil: Marcas para tener en la mira*. Obtenido de https://fashionunited.es/noticias/moda/moda-infantil-marcas-para-tener-en-la-mira/2021090936223

Sangucho, C. (02 de 2025). *Diseño de una colección de indumentaria regulable para el segmento de primera infancia del Centro de Desarrollo Infantil Universitario de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de file:///C:/Users/DETPC/Downloads/Sangucho%20Le%C3%B3n%20Camila%20Natasha.pdf

Schettini P. & Cortazzo I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa.* Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo__.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2015). *Certificación de Etiquetas Confecciones, Calzado, Marroquinería.* Obtenido de

https://www.normalizacion.gob.ec/certificacion-de-etiquetas-confecciones-calzado-marroquineria/

Silva & Miraflores. (28 de 05 de 2025). *Expresión corporal y lenguaje no verbal para el fortalecimiento de la comunicación asertiva, en niños de 10-12 años en riesgo de exclusión social*. Obtenido de [Revista de investigación aplicada y Experiencias Educativas]: https://educacionyfuturo.com/article/view/8192

Simental & Ríos. (15 de 12 de 2023). *La generación alfa o los nativos digitales 100% ¿cómo aprenden desde la perspectiva académica?* Obtenido de LATAM-Revista Latinoamericana en Ciencias Sociales y Humanidades: https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/1483

START by WGSN. (2025). *Paletas de colores y hermosos hallazgos decorativos.* Obtenido de https://colouryourcasa.com/spring-home-styling-color-palettes-beautiful-decor-finds/

Steffens, G. (02 de 06 de 2020). *El análisis PESTEL.* Obtenido de https://www.bibliotecadeseguranca.com.br/wp-content/uploads/2025/02/el-analisis-pestel.pdf

Tarco, V. (2019). *La pintura y su influencia en la expresión de emociones en niños de 3 a 4 años.* Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a79d9a01-9a2d-4ef6-aeac-2ee79f52254e/content

Tenezaca, J. (2020). *Diseño de una colección de indumentaria femenina a partir del análisis de la cadena de valor del Jean en la Fábrica HTC.* Obtenido de [Repositorio]: file:///C:/Users/DETPC/Downloads/15642%20(1).pdf

Tenjo et al., 2. (2022). *Expresión de emociones en niños de preescolar*. Obtenido de https://repository.libertadores.edu.co/server/api/core/bitstreams/ae56cc94-9117-44ae-b3eb-9090310d3afe/content

Torre, P. (04 de 2023). *Metamorfósis: la evolución de la moda contemporánea*. Obtenido de

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/69015/TFM_PaulaTorreBra%C3%B1a.pdf?sequence=4

Varify. (16 de 08 de 2023). *Segmentación: un enfoque orientado al cliente conduce a mayores conversiones.* Obtenido de https://varify.io/es/blog/segmentacion/

Venegas, K. (2016). *Diseño de indumentaria infantil como herramienta de estimulación lúdica y multisensorial.* Obtenido de [Repositorio]: https://repositorio.uta.edu.ec/items/53ee23cf-8aff-4f4d-9a3c-cf92340c4996

Vertbaudet. (2025). *Short para niña.* Obtenido de [Imagen]: https://www.vertbaudet.es/short-de-gasa-de-algodon-para-nina-rosa-viejo.htm?ProductId=341015632&FiltreCouleur=1133

Viracucha, A. (07 de 2018). *Método de patronaje industrial línea casual infantil*. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9138ed09-4850-4c30-b37c-ab3361d470c8/content

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño.* Gustavo Gili, SL.

Zabaleta L. & Bausela E. (2017). *Comunicación no verbal en la infancia: estudio comparativo infantes 4 años versus 6 años.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/771/77149969001.pdf

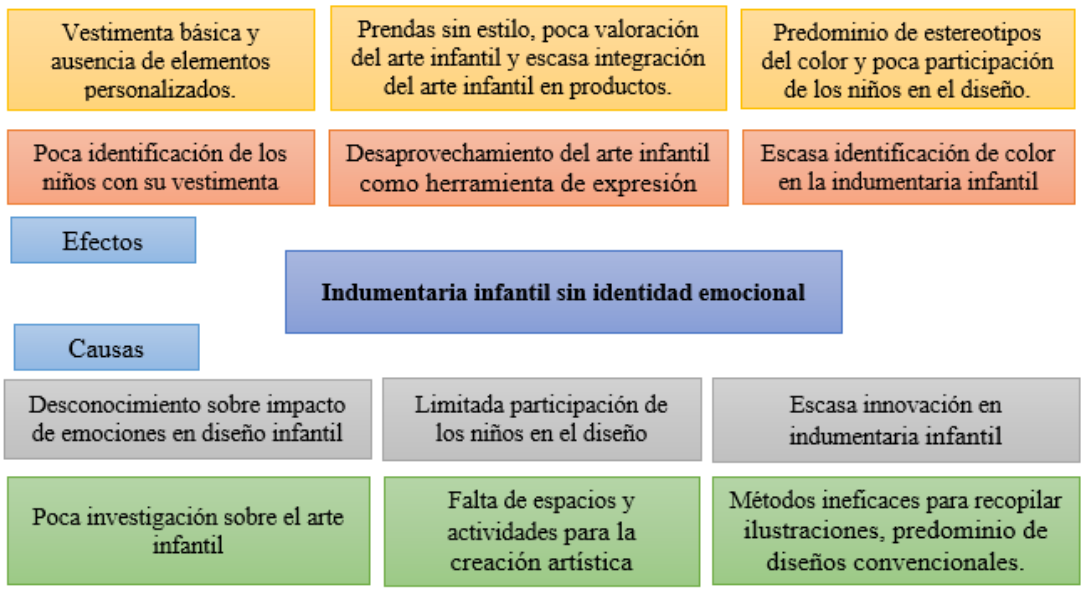
Zambrano, C. (2012). *Implementación de un aula de psicomotricidad y guía para el uso de material, para niños de 4 a 5 años en la Escuela SAN PEDRO NOLASCO*. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4448/1/08980.pdf

Zaruma, L. (2019). *Innovación en indumentaria femenina talla grande caso: Mujeres de 20 a 30 años de la ciudad de Cuenca*. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9167/1/14811.pdf

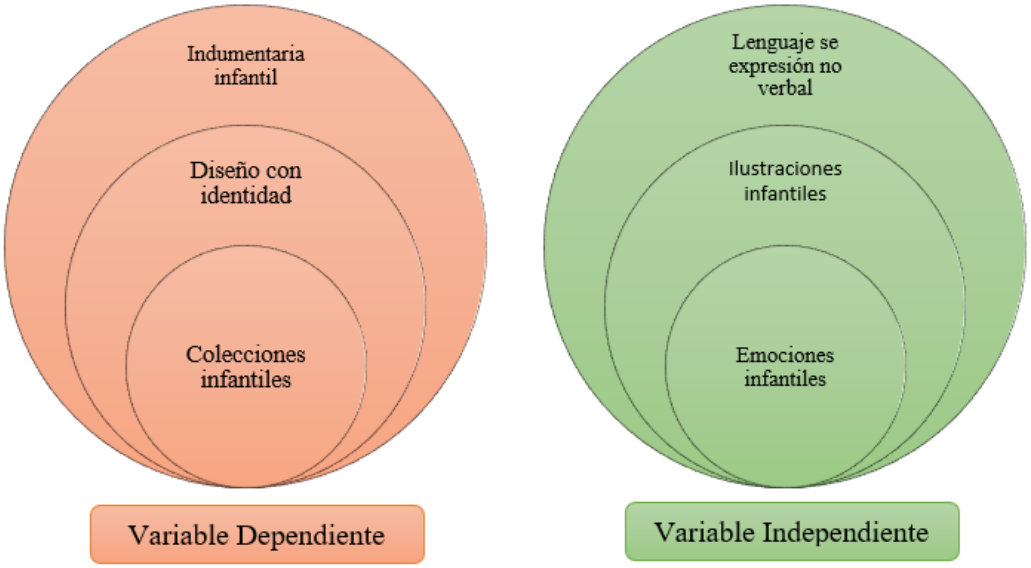
ZIRÓ uniforms & sportswear. (2025). *Buzo niña cuello redondo.* Obtenido de https://www.ziro.com.ec/chompas-y-buzos_ninos/buzo-nina-cuello-redondo-helado-frutilla

ANEXOS

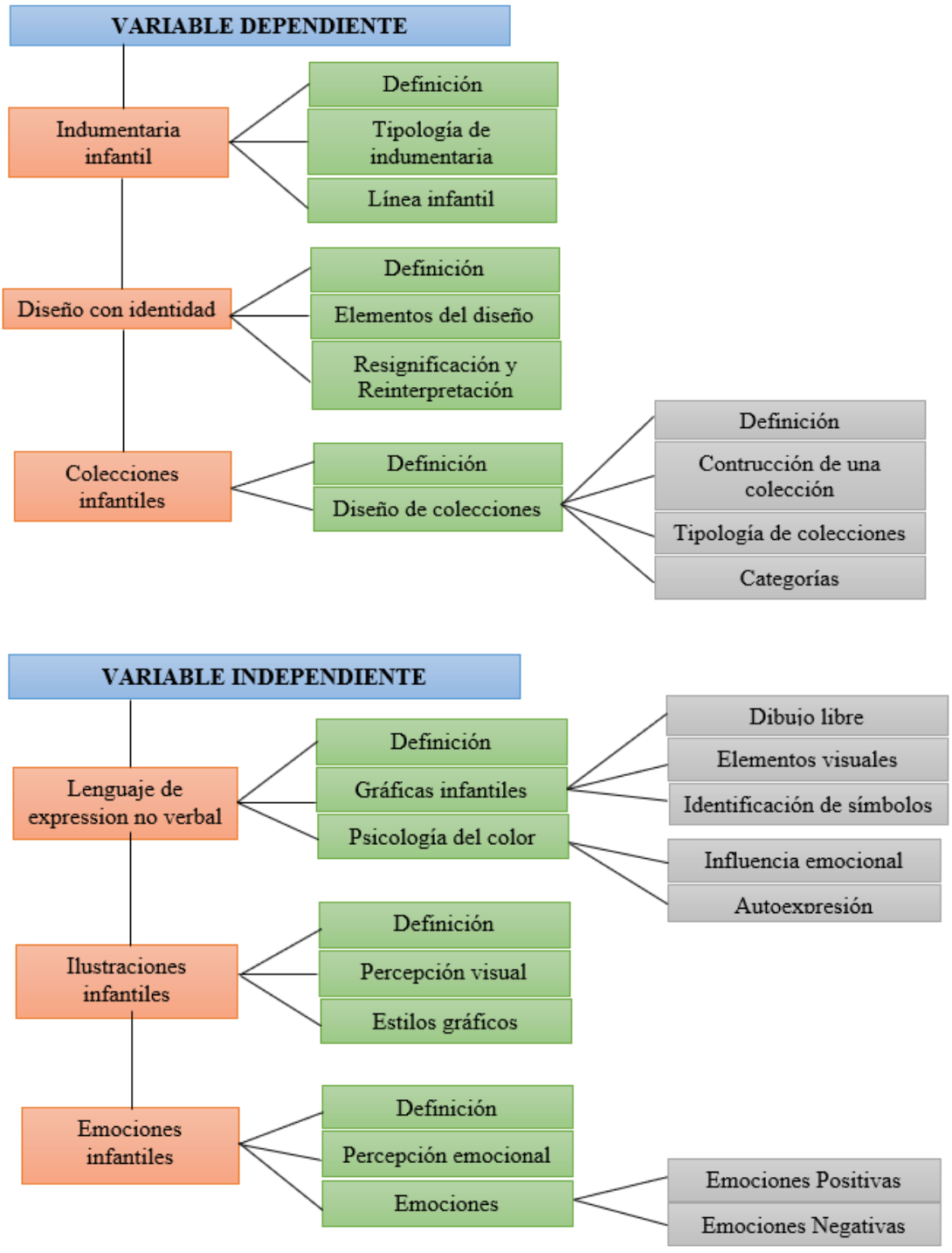
Árbol del problema



Variables



Redes Conceptuales



Focus Group







Entrevistas a padres de familia de los niños









Entrevistas a educadores de la institución de los niños









Transcripciones del Focus Group a niños de 6 a 10 años

FOCUS GROUP				
N°	**Nombre del participante**	**Preguntas**		
		¿Cómo te sientes hoy?	**¿Qué color usarías para representar tu emoción?**	**¿Con qué figura representarías tu emoción?**
1	José Pambasho	Alegre	Amarillo, verde, naranja, azul, blanco y violeta.	Círculo, líneas curvas y líneas rectas
2	Thiago Quinga	Alegre	Amarillo	Círculo
3	John García	Alegre	Amarillo, azul, verde	Círculo, cuadrado, líneas rectas y líneas curvas
4	Aron Llom	Alegre	Rojo	Círculo y cuadrado
5	Helen Guamán	Alegre	Café	Círculo
6	Amy Tibanquiza	Alegre	Café	Círculo
7	Gael Fernandez	Alegre	Amarillo, naranja y rojo	Círculo
8	Paulette Morales	Alegre	Amarillo, blanco y rojo	Círculo y líneas rectas
9	Axel Tite	Alegre	Amarillo, blanco, café y rojo	Círculo y líneas rectas
10	Erik Guevara	Alegre	Amarillo y negro	Círculo
11	David Erazo	Alegre	Amarillo, negro, blanco y verde	Círculo y formas puntiagudas
12	Didier Vergara	Alegre	Café, rosado, rojo, azul, amarillo y naranja	Círculo, cuadrado, líneas rectas y líneas curvas
13	A	Alegre	Café, azul y blanco	Círculo y formas puntiagudas
14	Emersson Larua	Alegre	Naranja, amarillo, rojo, verde y blanco	Círculo y líneas curvas
15	Carlos Bladimir	Alegre	Amarillo y blanco	Círculo y líneas rectas
16	Samira Pilla	Alegre y triste	Café, rojo azul, verde blanco y amarillo	Círculo y líneas curvas
17	Anydan Barrionuevo	Alegre	Amarillo y blanco	Círculo y cuadrado
18	Aleca Silva	Alegre	Café	Círculo
19	Yesua Pinto	Asustado	Azul, blanco, negro y violeta	Círculo, líneas curvas y líneas rectas
		Esto implica que la mayor parte de los niños se	Los resultados muestran que en su mayoría los niños representan la	Los resultados muestran que en su totalidad los niños representan sus emociones

Síntesis integral	sintieron alegres al momento de hablar de sus emociones y sentimientos	alegría con los colores amarillo, rojo y blanco. Además, se pudo notar que también les gusta los colores café, rosado y violeta.	con el círculo y además en su mayoría también utiliza líneas rectas y curvas para complementar sus ilustraciones sobre las emociones.

Fuente: Elaboración Propia (2025)

Transcripciones de entrevistas a padres de familia del grupo objetivo

ENTREVISTAS A PADRES DE FAMILIA

Preguntas	**Angie Punguil**	**Dayana Chipantisa**	**Paola Pilco**	**Katherine Juela**	**Maruja Poaquiza**	**Liliana Sánchez**	**Ana Chiliquinga**
1 ¿Cuál es el género de su hijo/a?	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
2 ¿Cuántos años tiene su hijo/a?	7	8	7	7	7	7	7
3 ¿Cree usted que la ropa influye en el estado de ánimo de su hijo/a?	Sí, mucho porque si está bien vestido, presentable él se va sentir bien con él con el mismo y así mismo del lado contrario él se va a sentir mal.	Sí, mucho porque es muy indeciso cuando se va a cambiar.	Sí, mucho porque cuando se pone su color favorito se pone contento.	Sí, mucho porque cuando se pone una ropa que le gusta se pone feliz y cuando no no.	Sí, mucho	Sí, mucho porque se siente según como se viste.	Sí, mucho porque está feliz por vestirse el mismo.
Síntesis integral	Los resultados muestran que la mayoría de los padres de familia consideran que la ropa si influye en el estado de ánimo de sus hijos ya sea por diseño, color, etc. Por el mismo hecho de que los niños están aprendiendo a vestirse solos.						
4 ¿Ha notado que su hijo/a muestra preferencia por ciertos colores en su vestimenta?	Sí, los colores rojo y azul	Sí, los colores amarillo y negro	Sí, los colores verde y rojo	Sí, los colores amarillos, negro y azul	Sí, los colores amarillo y verde	Sí, los colores amarillo, rojo y verde	Sí, el color azul

Síntesis integral	Por otro lado, se evidencio que desde la perspectiva de los padres a la mayoría de los niños les gusta el color amarillo y el azul, pero de manera positiva porque al usar indumentaria de su color favorito les causa felicidad.						
5 ¿Considera que los colores de la ropa de su hijo/a podrían reflejar sus emociones?	No porque como es niño todavía no se da cuenta.	Sí porque a veces le gusta ponerse ropa amarilla y le gusta que combine	Sí porque cuando no le pongo su color favorito él se enoja, pero cuando le pongo lo que a él le gusta entonces él se pone feliz	Sí porque hay ropa que le gusta y sabe andar feliz	Sí porque le gusta mucho	Sí	Sí porque le gusta mucho
Síntesis integral	De acuerdo con el análisis cualitativo recolectado en la entrevista, la mayoría los padres consideran que los colores de la ropa de sus hijos reflejan sus emociones. Por otro lado, uno de los entrevistados considera que los niños se dan cuenta de nada porque son muy pequeños.						
6 ¿Su hijo/a disfruta dibujar o pintar?	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia	Sí, con frecuencia
Síntesis integral	Los resultados de la entrevista realizada a los padres de familia muestran que la mayoría de los niños disfrutan con frecuencia dibujar y pintar.						
7 ¿Le ha mostrado dibujos donde exprese como se siente?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Síntesis integral	Los entrevistados expresan que sus hijos muestran sus dibujos o ilustraciones realizados por ellos en donde expresan como se sienten todo el tiempo.						
8 ¿Cree que incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayudaría a identificarse más con ella?	Sí porque van a transmitir lo que ellos sienten y así saber si se sienten emocionados o no.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí porque es algo hecho por ellos, se sienten en si muchas cosas	Sí
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los entrevistados creen que incorporar ilustraciones creadas por niños en su vestimenta los ayuda a identificarse más con ella porque de esa manera van a transmitir lo que ellos sienten.						
9 ¿Qué aspectos considera más importantes	Comodidad, Diseño	Comodidad y Diseño atractivo	Comodidad y Color	Comodidad y Diseño atractivo	Comodidad	Comodidad	Comodidad y Diseño atractivo

al elegir la ropa de su hijo/a?	atractivo y creatividad						
Síntesis integral	Los resultados de los entrevistados los padres de familia buscan comodidad, creatividad, color y diseño atractivo en la indumentaria de sus hijos ya que ellos son los que adquieren la vestimenta al gusto y preferencia de los niños y de ellos también.						
10 ¿Estaría interesado/a en una línea de ropa infantil con ilustraciones creadas por niños?	Sí	Sí porque sería más representativo y se representa así mismo	Sí porque se demostraría lo que ellos piensan	Sí porque hay dibujos que le gusta y le gusta ponerse	Sí porque los niños se sienten felices	Sí	Sí.
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados de la entrevista realizada los entrevistados se encuentran interesados en una línea infantil en el que tengan participación de los niños para diseño de la ropa.						
11 ¿Cuánto pagaría por prendas con identidad emocional?	20$	15$	20$	20$	15$	30$	20$
Síntesis integral	Por otro lado, los padres de familia del grupo objetivo consideran que gastarían de 15$ a 30$ en indumentaria para sus hijos.						

Fuente: Elaboración Propia (2025)

Transcripciones de entrevistas a psicólogos y educadores del grupo objetivo

ENTREVISTAS A PSICÓLOGOS Y EDUCADORES

Preguntas	**José Luis Arias**	**Aracelly Quispe**	**Alex Cepeda**	**Aracelly Perrazo**	**Pamela Carranza**	**Eliana Llerena**	**Gabriela Aguaguia**
1 ¿Cómo suelen expresar los niños sus emociones de manera natural?	A través de dibujos y arte	A través del comportamiento y gestos	Mediante el lenguaje verbal	A través del comportamiento y gestos	A través de dibujos y arte	A través del comportamiento y gestos	A través del comportamiento y gestos
Síntesis integral	Los resultados de la entrevista realizada a los psicólogos y educadores de la institución muestran que la mayoría de los niños se expresan sus emociones de manera natural a través del comportamiento y gestos, otros se expresan a través de dibujos y arte.						
2 ¿Cree que el uso de color influye en la expresión	Sí porque el aprendizaje de los niños es visual	Sí porque utilizan su creatividad y tienen la facilidad de	No porque no tiene nada que ver eso	Sí porque cuando ellos, por ejemplo, hacen o trabajan con	Sí un niño es feliz pinta todo de colores y bien chévere cuando el	A veces depende es como por ejemplo un disfraz les	Sí porque a través de colores se capta la

emocional de los niños?		poder expresar también las cosas o que es lo que le está pasando también		colores vivos yo me he percatado que ellos demuestran la felicidad o cuando de pronto trabajan con colores oscuros así yo siento que tienen tristeza y eso no lo digo yo también está escrito en los libros	niño esta con algún problema interno em siempre grafica colores obscuros.	ponen en este caso a los niños y ellos se siente ese super héroe, pero yo he visto que hay otros niños que le ponen un disfraz o le ponen otro color de ropa osea es igual es como una ropa entonces ahí si ya seria dependiendo	atención de los niños
Síntesis integral	De acuerdo con la entrevista realizada a los psicólogos y educadores de la institución la mayorá de profesionales creen que el uso de color si influye en la expresión emocional de los niños, por otro lado, también creen que los niños son muy pequeños para dar a conocer estas cosas.						
3 ¿Existen colores específicos asociados con ciertas emociones en la infancia?	Sí, los colores rojo y blanco	Si, como los colores amarillo y rojo como los colores fuertes	No	Sí, en este caso la mayoría de los hombrecitos tienden a preferir el color rojo porque se asemeja mucho al Spiderman y ellos siento que les gusta el color rojo.	Sí, por ejemplo, el amarillo del sol que brilla, el rojo, los colores	Si, el color negro	Si los colores negro, rojo y azul
Síntesis integral	Los resultados obtenidos en la entrevista muestran que existen colores específicos asociados con ciertas emociones, los profesionales consideran desde su perspectiva que el color amarillo, azul y rojo es decir los colores primarios son con los que más los niños se muestran felices.						
4 ¿Cómo influye el arte infantil en el desarrollo emocional de los niños?	Permite el desarrollo de habilidades y exteriorizar emociones	E mediante las actividades tal vez que a ellos les emocione y ellos también puedan mostrar las actitudes que ellos sienten en	Dependiendo de cada persona a su gusto puede ser	Influye de manera positiva ya que gracias al arte ellos pueden expresar sus vivencias, creencias y emociones.	E yo creo que eso les ayuda como que para expresar sus emociones e yo que se un niño cuando es feliz es más activo pinta un gráfico que se le pida bien bonito	Pues yo digo por ejemplo en algún dibujo expresando algún tipo de violencia que haya tenido, algún trauma o también puede ser dibujando a su familia alguna cosa	El arte puede ayudar ya que los niños expresan sus sentimientos a través del arte

		ese momento			ósea expresa con mayor facilidad las cosas	recreativa que hace	
Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los educadores consideran que el arte infantil de manera positiva ya que por medio del arte los niños pueden expresar sus emociones y vivencias, por otro lado, también creen que de esta manera pueden expresar algún tipo de violencia que haya tenido.						
5 ¿Cree que los niños pueden identificarse emocionalmente con los colores o diseños de su ropa?	Sí, porque asocian emociones con colores	Podría decirse que si porque algunos es como que ellos mismos vienen hacer en la escuelita e por ejemplo mencionando sobre su vestimenta y ese tipo de cosas	No todavía porque ellos no saben qué significado tiene todavía eso	Sí porque por lo general vivimos en una sociedad con estereotipos y desde chiquitos les, creo que como padres o como personas adultas mismos les estamos educando a ellos hacia los colores ya que son niñitos y decimos el azul o el celeste y como son niñas el rosado	Si porque a un niño feliz le gusta los colores bonitos	Si porque puede tratar de expresar de algo que está pasando mediante el dibujo	Sí porque desde muy pequeños los niños pueden dar a conocer sus gustos
Síntesis integral	Los resultados muestran que la mayoría de los profesionales entrevistados creen que la mayoría de los niños pueden identificarse emocionalmente con colores o diseños de su ropa porque asocian emociones con colores y también porque desde pequeños se les ha enseñado el que cierto color es para los hombres y el color que deben usar las mujeres por la sociedad.						
6 ¿El uso de ilustraciones creadas por niños en su vestimenta podría fortalecer su identidad y autoestima?	Sí porque el aprendizaje de los niños es visual	La identidad podría decir que sí porque ellos bueno, mediante el uniforme es como que están representando alguna institución y eso	No porque ellos no tienen todavía pensamiento de que significado tienen o como se pueden vestir y tantas cosas	Sí porque ellos ya se identifican como tal como su género que pertenecen como le había mencionado el color azul se dice que es para hombrecitos y el color rosado que es para	Dependiendo entre que sí y entre que no porque si un niño es triste va a pintar o expresar algo negativo y si un niño es feliz va a expresar algo positivo	No creo porque la autoestima la forma en este caso uno mismo puede ser con ayuda de los padres todo eso claro que también puede influenciar en ese caso la sociedad, pero uno mismo lo forma no que	Si porque desde muy pequeños los niños pueden dar a conocer sus gustos

				mujercitas entonces ellos al estar puesto algún objeto de color azul ya saben que se identifican como hombrecitos como su género lo pertenece	entonces ahí viene la controversia entre que sí y entre que no	los colores o alguna cosa	
Síntesis integral	El resultado de la entrevista con respecto a esta pregunta la mayoría de los entrevistados consideran que el uso de ilustraciones creadas por niños en su vestimenta podría fortalecer su identidad porque desde muy pequeños pueden dar a conocer sus gustos. Por otro lado, la menor parte de los entrevistados considera que los niños no saben nada de eso.						
7 ¿Cómo podría impactar el uso de ilustraciones propias en la ropa de los niños para su desarrollo psicológico?	Permite fortalecer su área emocional, autoestima y permite desarrollar su identidad	Básicamente sería algo que de ellos nació y prácticamente se están dando a conocer, no sería algo que les obliguen sino más por lo que ellos hicieron y eso quieren dar a conocer	Osea e visto niños que dicen, me gusta esta ropa y esa es la que quiero y ya, depende de un dibujo, creo que hoy en día los niños ser basa más en los dibujos para vestirse	Sí podría impactar de manera positiva ya que si se habla de imágenes que sean beneficiosas para el desarrollo de ellos si sería algo positivo, pero usted sabe que hoy en la actualidad existen imágenes que de pronto son vulgares para los niñitos y mejor ahí estaría distorsionando la información hacia ellos osea tanto sería positivo y negativo dependiendo de la imagen que estese representando en la ropa de los niños	Mediante un dibujo por ejemplo yo que se un dibujo que sea así bien bonito pondría como un estampe en una camiseta que sea como una expresión de ese niño y ese niño ve y otros niños se familiarizan con eso entonces eso le servirá para subir su autoestima	Por ejemplo, demostrando todo lo que está atravesando o lo que vive en ese caso con la familia o en la sociedad	De esta manera los niños pueden expresar sus sentimientos o gustos y así los adultos podrán darse cuenta si pasa algo o no con los niños

Síntesis integral	De acuerdo con los resultados obtenidos los entrevistados consideran que el uso de ilustraciones propias en la indumentaria de los niños ya que permite fortalecer su área emocional expresando sus sentimientos, gustos y preferencias.

Fuente: Elaboración Propia (2025)