UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniería en Procesos y Diseño de Modas

TEMA:

‘‘EL DISEÑO DE MODAS EN BASE AL MACRAMÉ COMO TÉCNICA RECURSIVA EN LA INDUMENTARIA FORMAL INFANTIL’’

AUTORA: Katherine Iveth Cola Aimacaña

PROFESOR GUÍA: Dis. Ing. María Cristina Paredes Morales

AMBATO-ECUADOR

ENERO 2016

APROBACION DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema ‘‘EL DISEÑO DE MODAS EN BASE AL MACRAMÉ COMO TÉCNICA RECURSIVA EN LA INDUMENTARIA FORMAL INFANTIL’’ de la Srta. Katherine Iveth Cola Aimacaña, Egresada de la Carrera de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, Enero del 2016

. ……

Dis. Ing. María Cristina Paredes Morales
TUTORA

AUTORIA

Los criterios emitidos en el Proyecto ‘‘EL DISEÑO DE MODAS EN BASE AL MACRAMÉ COMO TÉCNICA RECURSIVA EN LA INDUMENTARIA FORMAL INFANTIL’’, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, Enero del 2016

LA AUTOR/A

……

Katherine Iveth Cola Aimacaña

C.I. 172317447-8

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema ‘‘EL DISEÑO DE MODAS EN BASE AL MACRAMÉ COMO TÉCNICA RECURSIVA EN LA INDUMENTARIA FORMAL INFANTIL’’, presentado por la Srta. Katherine Iveth Cola Aimacaña de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, Enero del 2016

Para constancia firma:

……

Presidente

NOMBRE:

C.I.

……

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

……

Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres que siempre me apoyaron incondicionalmente a lo largo de mi vida, estuvieron conmigo en cada paso que doy, de igual manera a mi hermano que siempre me brindó su apoyo durante mi carrera y a mi hija que fue mi inspiración para seguir adelante, y culminar con este proyecto los amo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios y a la Virgencita que son quienes me dio la fuerza y fe para creer en mí y terminar lo que pensé que era imposible, a mi familia por ayudarme con mi hija mientras yo culminaba mis estudios, a mi padre Rafael Cola, a mi madre Martha Aimacaña que fueron quienes me impulsaron para lograr esta meta y me apoyaron con todas sus palabras y consejos. A mi hermano Kevin Cola por haberme dado fuerza y apoyo con sus locuras, a mi hija Kathya Maigua que con su compañía alegró mis días en el transcurso de dicho proyecto.

I. RESUMEN

La producción nacional en el Ecuador tiene un bajo porcentaje en cuanto de indumentaria infantil formal se habla, puesto que el producto más elaborado se enfoca al mercado junior, sin embargo hay que tomar en cuenta que el lugar más comercial para este tipo de ropa es Guayaquil ya que aquí es donde se encuentran los puertos de exportación e importación de la mercadería.

La elaboración de prendas infantiles para niñas de 2 a 4 años posee gran importancia hacia los padres de familia debido a que estas realzan la delicadeza y dulzura de las mismas a través de tejidos realizados manualmente que son elaborados en distintos colores en combinación con el atuendo y aplicando tendencias de moda actuales, mediante el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se analizó los puntos en los que mayor enfoque se debe tener y poder llegar a una aceptación exitosa del producto a través de encuestas realizadas a los progenitores en las cuales se determinó los requerimientos del mercado objetivo, también se concretó que actualmente no existen trajes infantiles con acabados manuales (macramé).

Es por ello que se elaboró esta propuesta con la finalidad de proporcionar originalidad con un valor agregado diferente al de las demás con acabados parecidos a alta costura ya que son realizados a mano, y bordados con hilos de diferentes grosores.

Por otro lado se puede decir que el proyecto tendrá un enfoque cuantitativo ya que empleamos procedimientos de inferencia estadística y cualitativo porque tiene un carácter explorativo,

Al mismo tiempo aportará a la transformación de la matriz productiva en el Ecuador creando un producto nuevo e innovador para dar a conocer a los ecuatorianos y que estos empiecen a consumir un producto nacional de excelente calidad lo cual conllevará a la participación de la industria manufacturera ofertando mayor cantidad de trabajo.

II. ABSTRACT

The national production in the Ecuador has a low percentage as soon as child clothing is spoken, since the more elaborate product focuses on the junior market, however should be taken into account that the more commercial for this type of clothing is Guayaquil since here is where the ports of export and import of the goods.

The development of children's clothes for girls of 2-4 years has great importance for parents since they enhance the delicacy and sweetness of the same through tissues made manually which are made in different colors to match the outfit and applying current trends, using the SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats) analyzed the points in which greater focus must be to reach a successful acceptance of the product through surveys of parents which determined the requirements of the market objective, also could be made that there are currently no children's clothing with hand finished.

This is why that was created this proposal in order to provide originality unlike any other value-added finished Couture-like since they are made by hand, and embroidered with threads of different thickness, giving girls the opportunity to look like a fairy tale princesses as this age shows it thus achieving comprehensive development , and providing the industry with a technique not practiced continuously putting into practice today

On the other hand we can say that the project will have a quantitative approach since we use qualitative and statistical inference procedures

because it has an explorative character, at the same time contribute to the transformation of the productive matrix in the Ecuador creating something new and innovative to make known to Ecuadorians and they begin to consume a national product of excellent quality which will involve the participation of the manufacturing industry offering as much of work.

ÍNDICE

1. INVESTIGACIÓN II

1.1 Problema/ oportunidad de Diseño detectada. II

1.2 Objetivos II

1.2.1 Objetivo General II

1.2.2 Objetivos Específicos. II

1.2.2.1 Objetivo 1 II

1.2.1.2 Objetivo 2 II

1.2.1.3 Objetivo 3 II

1.2.1.4 Objetivo 4 II

1.2.1.5 Objetivo 5. II

1.3 Justificación III

1.4 Contextualización IV

2. MARCO REFERENCIAL VII

2.1 Claves del éxito o sistematización VII

2.1.1 Historia de la Indumentaria VII

2.1.2 Historia de la Indumentaria Infantil VIII

2.1.3 Universo de Vestuario XII

2.1.4 Tipos de Universo de Vestuario XII

2.1. 5 Universo Formal XIII

2.1.6 Macramé XIV

2.1.7 Historia del Macramé XIV

2.1.8 Nudos Macramé XVI

2.2 Alianzas Estratégicas XXI

2.2.1 Profesionales XXI

2.2.2 Proveedores XXI

2.3 Análisis Estratégico (FODA) XXII

2.3.1 Fortalezas XXII

2.3.2 Debilidades XXII

2.3.3 Oportunidades XXIII

2.3.4 Amenazas XXIII

2.3.5 Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas. XXIII
2.4 Proyectos Referentes XXIV
2.4.1 KUKULI XXIV
2.4.2 Bebe mundo XXV
3. MARCO METODOLÓGICO XXVI
3.1 Estudio de Mercado XXVI
3.2 Tabulación de la encuesta realizada XXVIII
3.3 Perfil del Cliente XXXVIII
3.3.1 Segmentación del Mercado XXXIX
3.3.2 Descripción del perfil XL
3.3.3 Descripción del Mercado Objetivo XLI
3.3.4 Pronóstico del mercado potencial XLI
3.3.5 Tendencias del Mercado XLII
3.3.6 Análisis de tendencias XLII
3.4 Marketing XLII
3.4.1 Objetivo general de marketing XLII
3.4.2 Objetivo específico de marketing XLII
3.4.3 Estrategia marketing mix XLIII
3.5 Producto XLIII
3.5.1 Precio XLIII
3.5.2 Promoción XLIV
3.5.3 Plaza XLIV
3.5.4 Persona XLIV
4. DESARROLLO DEL PRODUCTO XLV
4.1 MARCO GENERAL DEL PROYECTO DE DISEÑO XLV
4.1.1 Identidad del producto: XLV
4.1.2 Descripción del producto: XLV
4.1.3 Modelo de negocio: XLVI
4.1.4 Concepto de marca: XLVI
4.1.5 Estrategias de marca: XLVI
4.1.6 Relación XLVI
4.2 PLAN DE PRODUCCIÓN XLVI

4.2.1 Expresión creativa – puntos clave: XLVI
4.2.3 Valor agregado: XLVII
4.2.4 Materiales e Insumos: XLVII
4.2.5 Gama de color: XLIX
4.2.6 Siluetas/formas: LI
4.2.7 Descripción etiquetas, marquillas, empaque: LI
4.2.8 Estudio de Comunicación: LII
4.3 Fichas de sustentación LIV
4.4 Ficha de concepto de moda LV
4.5 Ficha de carta de color: LVI
4.6 Fichas de Prototipos LVII
4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN LXXVII
4.3.1 Costos Variables LXXVII
4.3.1.1 Materiales LXXVII
4.3.1.2 Mano de obra directa LXXVII
4.3.2 Costos fijos LXXVII
4.3.2.1 Gastos Generales LXXVII
4.3.2.2 Depreciación LXXVII
4.3.2.3 Gastos Administrativos. LXXVIII
4.2.3.4 Costo total LXXVIII
4.2.3.5 Utilidad LXXVIII
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES LXXIX
5.1 Conclusiones LXXIX
5.2 Recomendaciones LXXX
6. ANEXOS LXXXI
6,1 Cuadro del Consumidor LXXXI
6.2 Modelo de Encuesta LXXXIII
6.3 Tabla INEC 2010 LXXXVI
6.4 Ficha de Comunicado de Prensa LXXXVII
7. BIBLIOGRAFÍA 92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO I 12
GRÁFICO III 13
GRÁFICO II 19
GRÁFICO IV 20
GRÁFICO V 20
GRÁFICO VI 21
GRÁFICO VII 21
GRÁFICO VIII 22
GRÁFICO IX 22
GRÁFICO X 23
GRÁFICO XI 23
GRÁFICO XII 41
GRÁFICO XIII 43
GRÁFICO XIV 44
GRÁFICO XV 55
GRÁFICO XVI 55
GRÁFICO XVII 56

1. INVESTIGACIÓN

1.1 Problema/ oportunidad de Diseño detectada.

El diseño de modas en base al macramé como técnica recursiva en la indumentaria formal infantil.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Diseñar y elaborar indumentaria formal para niñas de 2 a 4 años de edad decorada con detalles en macramé que brinden exclusividad, sutileza y originalidad.

1.2.2 Objetivos Específicos.

1.2.2.1 Determinar las características y requerimientos del mercado objetivo.

1.2.1.2 Evaluar el producto actual con características similares a la propuesta del producto.

1.2.1.3 Identificar las variables para competir en el mercado.

1.2.1.4 Investigar tendencias de moda aplicadas al proceso de diseño de indumentaria formal para niñas decorada con detalles en macramé.

1.2.1.5 Planificar el proceso de elaboración de indumentaria formal para niñas decorada con detalles en macramé.

1.3 Justificación

La elaboración de prendas infantiles para niñas de 2 a 4 años posee gran importancia hacia los padres de familia debido a que estas realzan la delicadeza y dulzura de las mismas a través de tejidos realizados manualmente que son elaborados en distintos colores en combinación con el atuendo y aplicando tendencias de moda actuales.

También mediante el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se analizó los puntos en los que mayor enfoque se debe tener y poder llegar a una aceptación exitosa del producto a través de encuestas realizadas a los progenitores en las cuales se determinó los requerimientos del mercado objetivo, también se concretó que actualmente no existen trajes infantiles con acabados manuales (macramé).

Por lo que se planea elaborar indumentaria formal y mediante esta satisfacer las necesidades del cliente en cuanto a un producto innovador se refiere, ya que aplica la técnica del macramé la cual no es utilizada con frecuencia y mucho menos en ropa infantil.

Con la elaboración del presente proyecto los beneficiarios directos serían las niñas de 2 a 4 años de edad y a su vez los padres de estas, puesto que obtienen un producto de calidad elaborado en el país que está al alcance de estos. Cada artículo posee acabados manuales de manera muy sutil al ojo humano, ya que sus bordados o hilatura manual son muy parecidos a los del alta costura porque poseen canutillos y lentejuelas para darle un toque

de esplendor a la prenda, cada una de estas está elaborada con diferentes tipos de nudos en lo que se refiere a macramé, cada textil usado en la fabricación de esta indumentaria son totalmente cómodos para las niñas pequeñas, es decir no provocan alergias ni rozaduras en su cuerpo.

Al mismo tiempo existen los beneficiarios indirectos, como las industrias textiles ya que ocupan de manera indistinta sus materiales para la elaboración de esta indumentaria, y también los profesionales de diseño tanto como los estudiantes puesto que al leer cada uno de los pasos a seguir para la elaboración de dicho prototipo se benefician de manera intelectual ampliando sus conocimientos hacia esta.

1.4 Contextualización

Dentro de las Actividades Económicas que se dan en el Ecuador se encuentra la confección de vestuario, el cual se clasifica en distintos tipos como son: de trabajo, empresariales, sport, infantil, neonatos entre los principales, tomando en cuenta que esta es una de las primordiales fuentes de trabajo con 14,3% en lo que se refiere a manufactura.

Entre las principales provincias con actividades textileras o manufactureras se encuentran en Imbaburra en las zonas de Antonio Ante, Cotacachi,, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí entre los que elaboran tapices con telares , vestidos blusas sombreros entre otros tejidos tanto para adultos como para niños.

En segundo lugar se encuentra Chimborazo donde se concentran las industrias textiles en las zonas de Alausí, Chinchi, Colta, Guamote, Guano, Penipe y Riobamba en los cuales su principal producto son los ponchos y vestidos con tejidos manuales y con variación de cintas.

La producción nacional infantil en el país tiene un porcentaje no tan elevado, ya que el producto más elaborado es todo lo que se refiere a junior, sin embargo hay que tomar en cuenta que en Ecuador el lugar más comercial para este tipo de ropa es Guayaquil ya que aquí es donde se encuentran los puertos de exportación e importación de la mercadería según Joaquín Padín, director de desarrollo de una de las cadenas más importantes como es Neck&Neck, explica que "el aumento de la natalidad, sumado a la importancia de que el niño vaya bien vestido y al amplio abanico de ofertas que ofrece el mercado", cual demuestra que este mercado es uno de los más llamativos en la industria.

Pichincha está representado por un 25.2 % en la fabricación y prendas de vestir lo cual genera una mayor cantidad de trabajo con un 81% de los ecuatorianos elaborando prendas de vestir y un 19% con la fabricación de textiles.

En Pichincha existen varias manufactureras de textiles y ropa, pues pichincha es una provincia muy importante en el país, más que por el turismo por la cantidad de empresas que se encuentran allí. A medida que los años transcurren la cantidad de indumentaria elaborada en cuanto a colecciones van creciendo al igual que sus productores y clientes.

Tan solo en la provincia existen 236,893 niños entre 0 y 4 años tanto hombres como mujeres, lo cual indica que es una gran parte de Pichincha y por lo tanto son de vital importancia para tomar en cuenta en cuanto a la elaboración de proyectos.

En Quito la fabricación de productos textiles es de 486, en cuanto a prendas de vestir hablamos de 1665 con un total de 2151, que al calcular transformándolo a un porcentaje es el 22,1%, colocándolo como el primer lugar en elaboración de ambos artículos en el Ecuador.

En el anuario de estadísticas vitales de nacimientos y defunciones - INEC 2010, el cantón Quito ha tenido un total de 27.981 nacimientos en el año, por lo que se podría decir que diariamente nacen un promedio de 77 niños vivos, lo cual demuestra que el vestuario en niños es primordial, pues los padres en estudios han demostrado que prefieren vestir primero a sus hijos y ellos se ponen en un segundo lugar en cuanto a vestimenta.

Dentro del territorio de la capital de la República del Ecuador, existen variadas empresas que manufacturan vestuario infantil, de distintos tipos cada una de ellas pues son especializadas en distintos ámbitos, sin embargo la mayoría de estas tienen una gran acogida en el mercado como ejemplo podemos citar Etatex es uno de los mayores productores tanto en ropa para adultos, teens y niños, y en cuanto a lo que se refiere a solo ropa infantil esta Bebemundo, pa' niños, y pasa los cuales tienen gran aceptación en el mercado por sus diseños, colores y texturas, lo que indica que estos puntos clave son muy importantes para tomar en cuenta.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Claves del éxito o sistematización

La indumentaria nace ya desde varios siglos atrás, puesto que es lo que siempre se ha utilizado para cubrir el cuerpo y que este no se encuentre al contacto con la variedad de bacterias que existen en el entorno donde cada persona se desarrolla.

2.1.1 Historia de la Indumentaria

Según Romarate (2014) El origen de la indumentaria se esconde en la noche de los tiempos. Desde épocas remotas el ser humano ha buscado adornarse con objetos que le confieran personalidad, importancia y prestigio.

La historia de la indumentaria está determinada por diversos factores:

- Factores económicos
- Factores sociales y/o psicológicos
- Factores religiosos
- Factores geográficos y climáticos

Podemos clasificar la indumentaria en:

- Masculina
- Femenina
- Infantil

- Civil
- Militar
- Religiosa
- De espectáculos como ópera, teatro o balle
- Disfraces (Carnavales, Halloween, etc.)
- Conmemorativas (matrimonios, entierros, bautizos, etc)
- Profesiones
- Tradiciones (festividades populares)

i. Historia de la Indumentaria Infantil

La indumentaria infantil se creó a partir del estándar de vestir a los niños con cierta semejanza a sus padres, para de cierta manera envolverlos en su entorno y acoplarlos al día a día.

Según Grazt (2014) En la era prehistórica los niños cubrían sus cuerpos con pieles de animales, en el verano dejaban una parte de su cuerpo al descubierto por el calor y la incomodidad que les producía el uso de las pieles, y solo en época de invierno cubrían sus cuerpos totalmente para preservasen del frio. Durante el Antiguo Egipto los niños cuando estaban en el verano permanecían poco tapados utilizando solo una especie de taparrabos o regularmente ellos acostumbraban estar desnudos la mayor parte de su tiempo, sólo en invierno se cubrían y usaban abrigos.

En la Antigua Grecia los niños y niñas, en la etapa que dejaban los pañales eran vestidos con el Quitón una pieza rectangular, corta sin cinturón, que

solía estar cosida por un lateral y se sujetaba a los hombros mediante fíbulas, debajo de ella no utilizaban ropa interior y estaba confeccionada en lino o lana. Las niñas de la ciudad de Atenas solían vestirse con un quitón largo y ceñido al cuerpo con un cinturón; en Esparta, llevaban un simple himatión que consistía en una especie de manto rectangular que se echaba sobre el hombro izquierdo y se recogía por el lado opuesto, dejando libre en sus movimientos el brazo o utilizaban un quitón corto, abierto por el costado.



Gráfico I
Quitón de niño
Fuente: https://revistaekids.wordpress.com/page/3/
Ekids

En la época Romana cuando nacían los bebés eran fajados, para que sus miembros crecieran rectos y armoniosos, a la edad ya permitida los pañales eran sustituidos por el subligar una especie de taparrabos o calzoncillos, sobre esta prenda era colocada una túnica recta que consistía en una pieza rectangular cosida por ambos lados y con aberturas para la cabeza y los

brazos, adornada normalmente con un ribete alrededor, en casos especiales se lo ceñían con un cinturón llamado cingulum. Cuando el niño entraba en la edad adulta, entorno a los 16 años, pasaba a vestirse con la túnica pura. Las niñas romanas vestían una sencilla túnica ajustada por un cinturón, y se cubrían con otra que llegaba hasta los pies cuando salían a la calle.

Para las ocasiones especiales los niños y niñas llevaban una toga llamada Praetexta adornada con una franja de color púrpura de diferente anchura según la dignidad de quien la llevara.

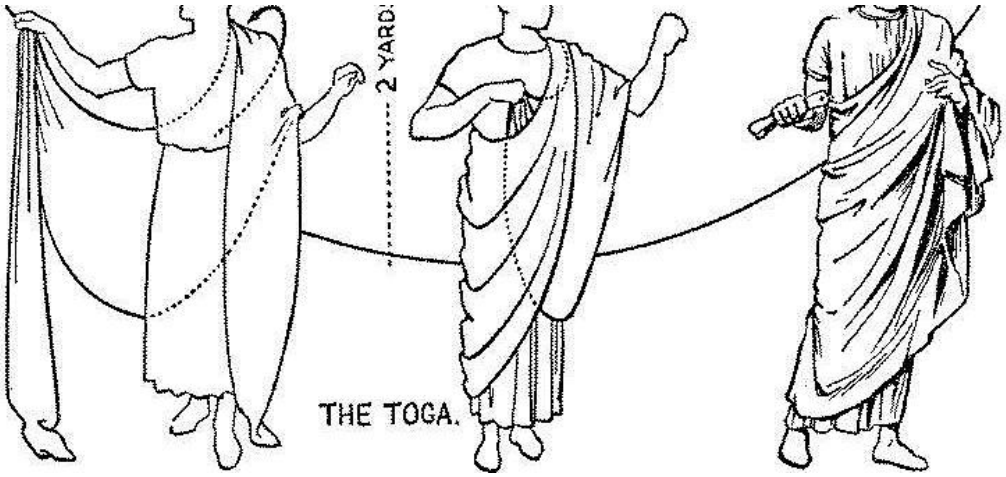


Gráfico II
Praetexa
Fuente: http://idemeademidem.blogspot.com/2011/11/apoyos-para-estudiar-la-familia-romana.html
CPI. Curros Enríquez

Desde la Edad Media hasta el siglo XVII los niños eran vendados como especie de momias desde el cuello a los pies, pegando sus piernas de manera estrecha a su cuerpo, este método se modificó hacia finales del siglo XVI cuando las compresas se comenzaron a usar de forma horizontal

y al infante se le vestía con ropas largas y la cabeza cubierta; hasta los 5 años la moda era unisex.

Cuando él bebe estaba en la etapa de sentarse y gatear utilizaba una túnica larga, delantal, babero y capa de forma amorfa; eran fabricadas a mano en lino o lana y sostenida por cinturones o fajas. Después de los 5 años, su ropa era una copia en miniatura de sus padres, sin importar lo incomoda que fuera para ellos.

A principios de siglo XVII, los trajes que utilizaban eran con corpiños bien ajustados para acostumbrarlos a conservar una postura derecha, se impuso vestirlo de blanco, vestían con encajes, cintas y flores, trajes en terciopelo y la crinolina. Las niñas llevaban vestidos con mangas largas, faldas gigantescas decoradas con flores, lazos y volantes.

Los niños hasta 7 años de edad eran engalanados con trajes de mujer, la vestimenta para los niños era pantalones ajustados hasta la rodillas, medias blancas, grandes cuellos con encajes barroco y pañuelo rococó.

Los trajes eran confeccionados en terciopelo, la seda o el satén, bordados con cuentas, de oro o de hilos de plata, resaltando los botones bordado, metal.

La evolución de la moda comenzó en el siglo XVII y continuó hasta principios del XX, cuando los diseñadores vieron la necesidad de confeccionar ropa más funcional, suministrando así una mayor comodidad.

ii. Universo de Vestuario

Los universos del vestuario son el conjunto de prendas de vestir en juego con accesorios los que poseen características similares que se deben presentar agrupadas bajo conceptos, por lo que estas son interpretadas de acuerdo a la sensibilidad de la moda de cada perfil de consumidor y su estilo de vida. ISCI (2012) se caracteriza por sus colores, textiles, accesorios, etc. Estos también podrán depender de la ocasión que lo use. Diana Aconcha (2008)

iii. Tipos de Universo de Vestuario

Según CALAMÉO (2015) existen variados universos de vestuario, los cuales depende de las ocasiones de uso, y el momento preciso en el que se encuentre cada persona. Entre los cuales se puede decir:

- Universo Jeans wear
- Universo Formal
- Universo Casual
- Universo Kakhiwear
- Universo Sportwear
- Universo Activewear
- Universo Streetwear
- Universo Infantil

2.1. 5 Universo Formal

Nace a finales del siglo XIX en Inglaterra y París, se lleva conforme y para cumplir con las reglas y requisitos establecidos dependiendo del lugar del tiempo y de la ocasión.

Hasta los años 50-60 se cumplió con mucho rigor en el diario vestir pero a partir de esta época surgen nuevas manifestaciones en la historia de la moda, y el vestuario, basados en nuevos fenómenos sociales, culturales y estéticos.

Características

- **Fibras:** Lana, algodón y seda, fibras naturales.
- **Silueta:** Estructurada y con cortes definidos. Participan básicamente en lo femenino los vestidos de una pieza, sastre de falda o pantalón con blusa.
- **Color:** Negro para ocasiones de gala o duelo, blanco para bodas, colores oscuros para climas templados y fríos, colores claros para climas cálidos y calientes. Los tonos de color son determinados por la tendencia o las sensibilidades del consumidor.
- **Ocasiones de uso:** Múltiples actividades del día a día.
- **Prendas claves:** Trajes, sastres de falda y pantalón, chaquetas, vestidos, smoking.

La elaboración de indumentaria formal infantil con detalles en macramé será elaborada en materiales cómodos y ergnómicos para ofrecer confort a las

niñas que lo usan, como lo detalla anteriormente este tipo de universo apareció varios años atrás y se ha mantenido hasta la actualidad ya que posee gran relevancia en cuanto al diario vestir se trata, los detalles adicionales como el bordado manual están acorde a la indumentaria en cuanto a vestidos se trata.

2.1.6 Macramé

Según Ciotti (2005) afirma que la técnica del macramé, consistente en anudar y cruzar hilos para obtener unos flecos con los que alegrar o renovar la ropa de casa o las prendas de vestir, y realizar sorprendentes complementos de bisutería. La palabra macramé deriva del árabe mahrama, término con el que se denominaba a los amplios pañuelos decorados con flecos, con los que hombres y mujeres se cubrían la cabeza. La técnica de anudar y cruzar los hilos, que es la base del macramé, se ha utilizado desde tiempos inmemoriales

2.1.7 Historia del Macramé

El macramé es un arte muy antiguo que consist en hacer nudos decorativos utilizando como única herramienta las manos.

En cuanto a su origen conocemos dos versiones históricas. Una es que deriva de la palabra turca makrama y la otra de "Migramah" que en árabe significa flecos anudados. Pueblos como los persas y los asirios (2300ac) utilizaron este arte con gran maestría.

Más tarde, los árabes lo llevaron a España y tuvo un gran arraigo en Castilla y León. Estuvo muy de moda en toda Europa durante los siglos XIV, XV, XVI. En la época de las grandes exploraciones marítimas se multiplicaron las obras hechas en macramé y se utilizaron, sobre todo, en el intercambio de mercancías en los puertos comerciales de América y China. Muchos nudos marineros se anudan igual que los que se utilizan en macramé. Luego los europeos lo llevaron a América, donde los caribeños utilizaron este arte para confeccionar sus típicas hamacas de nudos.

- **Materiales**

Entre los materiales se encuentran las fibras o hilos, los más recomendables son los hechos a base de algodón tanto por su variedad como ductilidad aunque también se pueden utilizar:

- ✓ Hilo encerado

Este tipo de hilo es muy popular para pulseras (manillas) y collares tipo hippie pues mezclado con pedrería y metales da un resultado muy atractivo. También es el hilo preferido para las trenzas de hilo en el pelo porque la textura encerada hace que no se caiga tan fácilmente.

- ✓ Hilo mercerizado
- ✓ Hilo cola de rata
- ✓ Hilos de hemp
- ✓ Estambre/ lana delgada

Existen estos hilos es para el tejido con aguja o gancho. Pero también puede dar un resultado excelente para macramé.

- ✓ Hilo de nylon

Es barato resulta ser uno de los hilos más usados para pulseras de hilo y rosarios.

- ✓ Hilo para bordar

Este hilo puede estar hecho de lino o de algodón, para macramé yo te recomiendo el de algodón. Hay en color sólido o matizado y principalmente viene en madejas.

2.1.8 Nudos Macramé

Según Silvia R. Marchetti (2006) ríos existen varios tipos de nudos, y en los detalles que van acorde a la indumentaria infantil podemos encontrar:

- ✓ **Nudo cabeza de alondra**

Es uno de los considerados ‘’nudos de montaje´´ porque suele utilizárselo para fijar los hilos con los que se iniciará la labor.



Gráfico III
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

- ✓ **Nudo Cadena**

Para realizarlo se necesitan dos hebras: una permanece tensa – la llamada ‘’portanudos’’ – y la otra se anuda a la primera con una lazada simple. Luego se alterna la hebra de guía para realizar con ésta la lazada, y así sucesivamente.

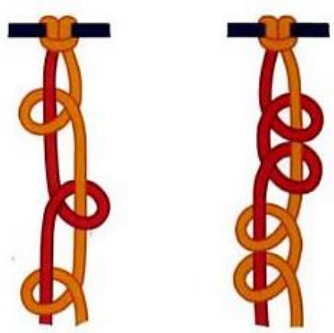


Gráfico IV
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

- ✓ **Nudo Cordón**

Al igual que en el caso del nudo cadena, en este caso también se trabaja con dos hilos: uno que permanece tenso (el ‘’portanudos´´) y el otro que se anuda al primero.



Gráfico V
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

- ✓ **Nudo de Fraile**

Es una variante del nudo simple, en la que se enrolla varias veces el hilo dentro de la lazada.



Gráfico VI
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

- ✓ **Nudo plano alternado**

Se realiza alternando las guías centrales, de modo que estas se convierten en hebras con las que se ejecuta el nudo siguiente.

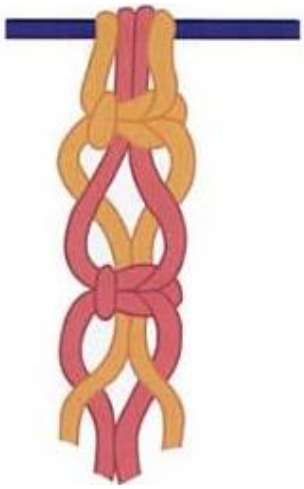


Gráfico VII
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

✓ **Nudo festón**

Al igual que en el caso del nudo cordón, en este caso también se trabaja con dos hilos: uno que permanece tenso y el otro que se anuda al primero.

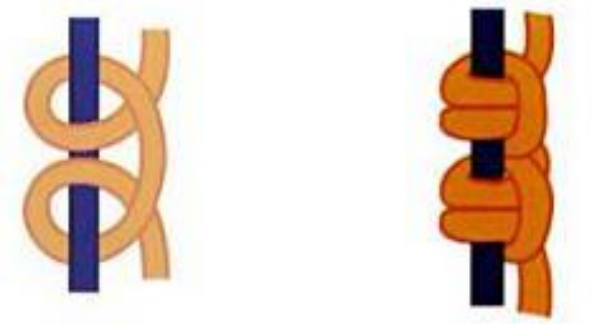


Gráfico VIII
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

✓ **Nudo simple**

Como su nombre lo indica se trata de un nudo simple que sirve para evitar que se deshaga un labor. Para ejecutarlo se debe realizar una lazada sobre la hebra que se esta trabajando.



Gráfico IX
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

✓ **Nudo Plano**

Es uno de los mas utilizados pues permite trabajar con muchas hebras y se combina fácilmente con otros nudos. La dorma mas sencilla de ejecutarlo es con cuatro hilos: los dos centrles sostendán el diseño del nudo y permaneceraán fijos, mientras se trabaja con los dos laterales.

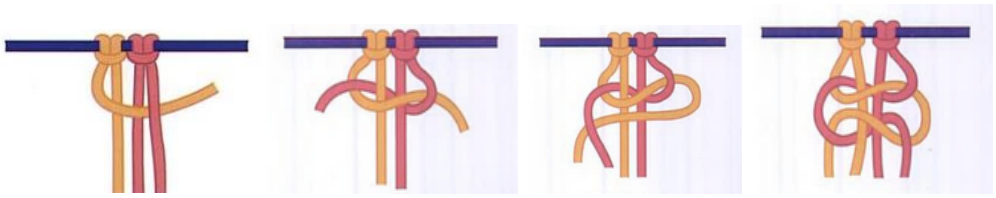
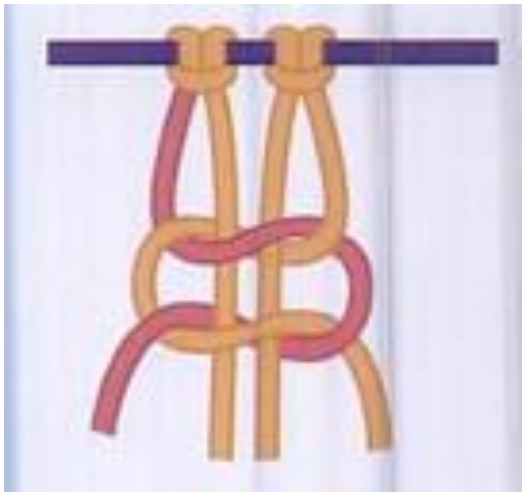


Gráfico X
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

✓ **Nudo plano variante espiral**

Dentro de las múltiples variantes que admite el nudo plano, se destaca ésta, que se realiza haciendo una serie continúa de medios nudos planos de manera que un mismo hilo pase hacia adelante y hacia atrás.



Gráfica XI
Fuente: Arte Y Diseno En Macrame 1 Edición Buenos aires
Silvia R. Marchetti (2006)

2.2 Alianzas Estratégicas

2.2.1 Profesionales

Martha Aimacaña, Maestra en la Rama Artesanal de Corte y Confección que me apoyara con la supervisión de la moldería de la colección a elaborar.

2.2.2 Proveedores

- **Lafayette**

Ofrecerá textiles de todo tipo, y de excelente calidad incluyendo textiles inteligentes.

- **Almacenes José Puebla**

De aquí se obtendrá cierres, hilos, botones lo cual es esencial para la producción y elaboración del nuevo producto.

- **Almacén Merylan**

Este proveedor ofrecerá toda clase de telas ligeras para el producto, en diversos precios y con diferentes colores.

- **Comercial Legal**

Ofrece variedad de telas para vestidos, este será el principal proveedor pues de aquí obtendremos los diversos hilos de colores que se utilizaran para la elaboración del macramé en cada prenda.

2.3 Análisis Estratégico (FODA)

2.3.1 Fortalezas

- ✓ El diseño de cada una de las prendas.
- ✓ Se destaca en los acabados manuales con la técnica del macramé ya que en la actualidad la mayoría de acabados que se ofrece en el mercado son hechos con bordados realizados por máquinas, y aun así tienen un precio elevado.
- ✓ Es un producto elaborado con textiles de calidad resistentes que van acorde a una tendencia y temporada.
- ✓ Son innovadores.
- ✓ Posee personal capacitado y recursos tecnológicos para la fabricación de esta indumentaria
- ✓ Apoyo de la matriz productiva en el Ecuador.

2.3.2 Debilidades

- ✓ Escasa variedad de hilos para la elaboración del macramé.
- ✓ Presupuesto reducido en cuanto a la creación de la microempresa, hasta tomar posicionamiento en la marca.
- ✓ A causa de los aranceles de exportación no existen variedad en textiles para la elaboración de dicha indumentaria.
- ✓ Escasa variedad de textiles y cristales para vestuario formal en la ciudad de Quito.

2.3.3 Oportunidades

- ✓ Impulso en la matriz productiva del Ecuador con su nueva propuesta consume lo nuestro, que refiere a valorar las cosas hechas en nuestro propio país, generando así nuevas fuentes de trabajo.
- ✓ Generar un producto innovador en cuanto a indumentaria infantil formal.
- ✓ Abrir un nuevo mercado con el producto propuesto
- ✓ Escasa competencia en cuanto a indumentaria formal se habla.

2.3.4 Amenazas

- ✓ Precios bajos en la competencia
- ✓ Aceptación del producto ya que la mayoría de personas no están acostumbrados a ver indumentaria que tengan acabados manuales por lo que no aprecian el trabajo realizado.
- ✓ Cambio en las necesidades y gustos preferenciales por el consumidor.
- ✓ Competencias con las marcas establecidas que ya se encuentran posicionadas en el mercado actualmente.

2.3.5 Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas.

Al analizar el FODA los puntos positivos y negativos se ha determinado opciones para lograr tener éxito con el nuevo producto que se dirige al mercado.

Se tiene el apoyo de la nueva matriz productiva para impulsar el producto nacional, en conjunto con variadas estrategias de marketing se alcanzara la meta propuesta.

Para la creación de la microempresa se implementará contactos con distintas personas para obtener patrocinios y aminorar la desventaja económica.

2.4 Proyectos Referentes

En cuanto a marcas de ropa infantil entre las más destacadas encontramos Carter´s, Bebemundo y Kukuly los cuales ofrecen productos elaborados con materiales adecuados para la piel de los niños y lo más importante ofrecen comodidad mediante sus detalles y acabados, por ejemplo prendas desmontables con broches para su fácil aplicación lo que conllevó a tener una aceptación en el mercado y convertirse en lo son actualmente.

Tomando como referencia indistintamente estas marcas se han podido categorizar la calidad de indumentaria infantil, y tomar como referencia varios aspectos, como acabados en la prenda y diseños en el vestuario.

2.4.1 KUKULI

Manufacturas Kukuli es una empresa peruana dedicada a la producción de prendas de vestir con calidad; estamos bien posicionados en el mercado, con nuestra marca KUKULI, a través de distribuidores de renombre.

En nuestro inicio comenzamos con la comercialización de ropa para bebés, ahora también contamos con una línea de ropa para niños. Tenemos más

de 30 años de valiosa experiencia, lo cual nos da el conocimiento de gustos y tendencias actuales de moda.

Evolucionamos con el tiempo, logrando contar con todas las áreas del proceso productivo, lo que nos permite un monitoreo minucioso en nuestras prendas, lo que genera una mayor calidad en nuestros productos. Logramos que nuestra empresa sea una organización que se va enriqueciendo con el tiempo, con el aporte de cada uno de nuestros colaboradores, donde la satisfacción de nuestros clientes es nuestro más caro anhelo y es por ello que trabajamos e innovamos constantemente.

Exportamos prendas al mundo, sometidas a rigurosos procesos de control de calidad, garantizando así la satisfacción de nuestros clientes. Nuestro proveedor Creditex nos proporciona el mejor algodón pima del mercado peruano, que a su vez es uno de los mejores del mundo.

2.4.2 Bebe mundo

Es una cadena especializada en el cuidado de los bebés, con un equipo muy motivado, talentoso, dedicado, capaz, innovador, y siempre esforzado por lograr la excelencia, con una genuina preocupación por los bebés.

En Bebemundo se encontrará un surtido para todas las necesidades del bebé, además del servicio, la atmósfera y expertos en bebés quienes la guiarán desde el embarazo hasta los primeros años de su bebé.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Estudio de Mercado

Una vez realizado el sondeo necesario se ha llegado a la conclusión que existen 29611 niños y niñas de 2 a 4 años de edad en la ciudad de Quito.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) E^2 + PQ}{K^2}$$

n= muestra
PQ= constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (70 %)
N= población universal (26790)
E= Error de muestreo (5%)
K= Coeficiente de error (30%)

$$n = \frac{0.7 * 29611}{(29611 - 1) 0.05^2 + 0.7}{0.03^2}$$

$$n = \frac{18753}{(29610) 0.0025 + 0.7}{0.09}$$

$$n = \frac{18753}{(29611)\ 0.027 + 0.7}$$

$$n = \frac{18753}{723.303 + 0.7}$$

$$n = \frac{18753}{724.003}$$

n= 25.90

n= 25 muestras totales que se deben aplicar al estudio del mercado potencial.

Se ha tomado en cuenta cada uno de estos valores mediante el último censo realizado en el INEC en el 2010 (Ver anexo) de donde se sacó un porcentaje de niñas de 2 a 4 años.

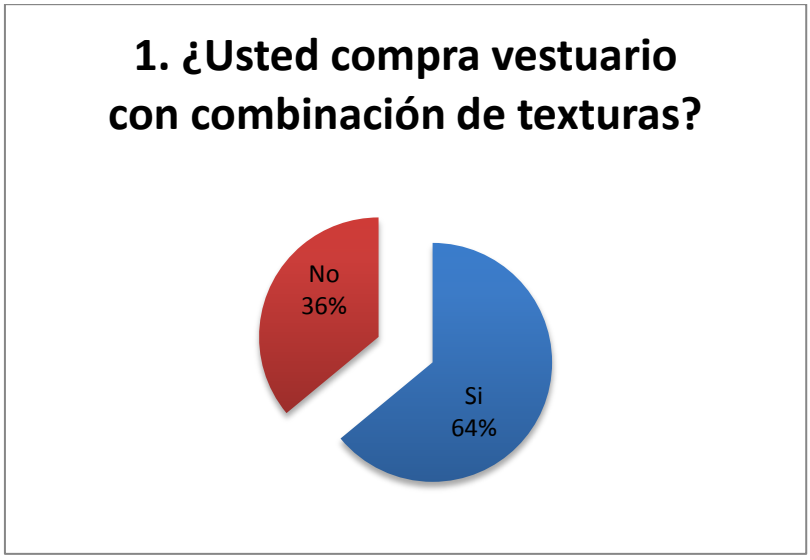
3.2 Tabulación de la encuesta realizada

Encuesta dirigida a madres de familia de niñas de 2 a 4 años de edad, realizada en la Escuela Británico Los Andes.

Objetivo.- Determinar la aceptación que tendrá la indumentaria formal infantil, y el conocimiento que existe en la comunidad acerca del macramé.

Pregunta N.1

Si	16
No	9



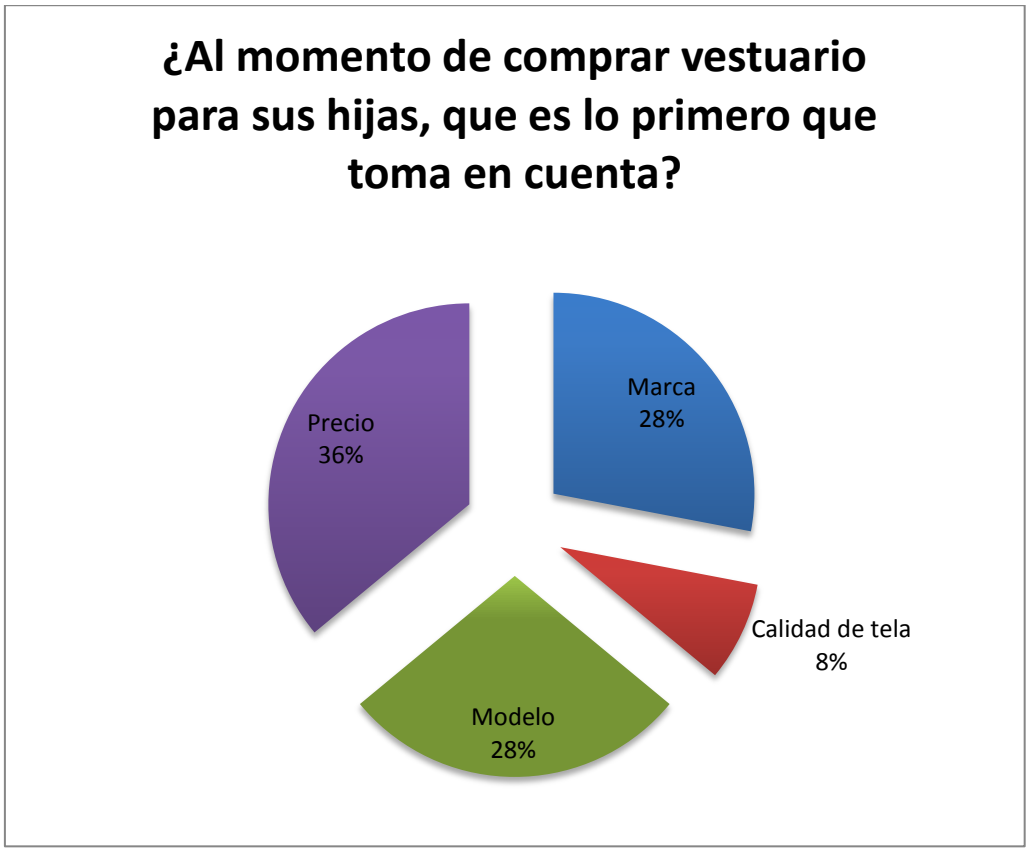
Fuente: Encuesta realizada en Quito
Elaborado por: Katherine Cola

Según la encuesta realizada se ha determinado que el 64% de los padres compran a sus hijos vestuario con variedad de texturas, y el otro 36% no lo hace.

Los padres de familia que no lo hacen es porque no conocen la variedad de terminados a los que puede someter cada prenda y los distintos terminados que puede obtener.

Pregunta N.2

Marca	7
Calidad de tela	2
Modelo	7
Precio	9



Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

Según los datos recopilados se ha determinado que una persona al comprar un producto primero se fija en el precio del producto con un 36%, en cuanto a la marca y modelo con un 28% y tan solo 8% en la calidad de la tela, en su mayoría porque no diferencian cada una de ellas.

Pregunta N.3

Nacional	9
Extranjera	16



Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

Las personas en su mayoría prefieren consumir productos extranjeros con un 64%, y mientras tanto tan solo un 36% consume productos nacionales.

La causa de esto es que no encuentra variedad y diseño en los productos que se elaboran en el país, lo cual genera que mayoritariamente el consumo sea de productos que vienen de otro país.

Pregunta N.4

Certro Comercial	7
Mercado Mayorista	9
Suprmercado	9



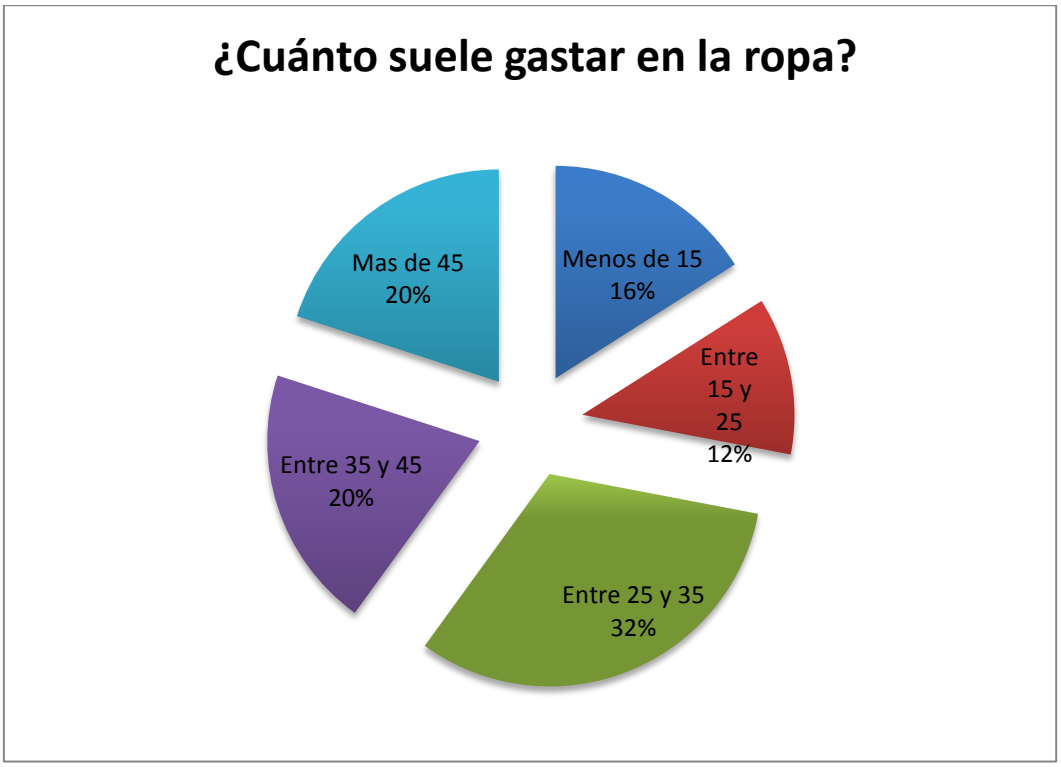
Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

Con un 36% se ha determinado que las personas compran la indumentaria de sus hijas en el supermercado o en el mercado mayoría, pues creen es más económico, y tan solo un 28% adquiere desde un centro comercial.

Pregunta N.5

Menos de 15	4
Entre 15 y 25	3
Entre 25 y 35	8
Entre 35 y 45	5
Mas de 45	5



Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

Las personas suelen gastar en la ropa de sus hijos entre 25 y 35 dólares un 32%, de entre 35 a más de 45 dólares un 20%, menos de 5 dólares un 16% y un 12% entre 15 y 25 dólares, con estos datos podemos crear una tabla de valores acorde al mercado dirigido.

Pregunta N.6

Suaves	25
Rigidos	0



Fuente: Encuesta realizada en Quito

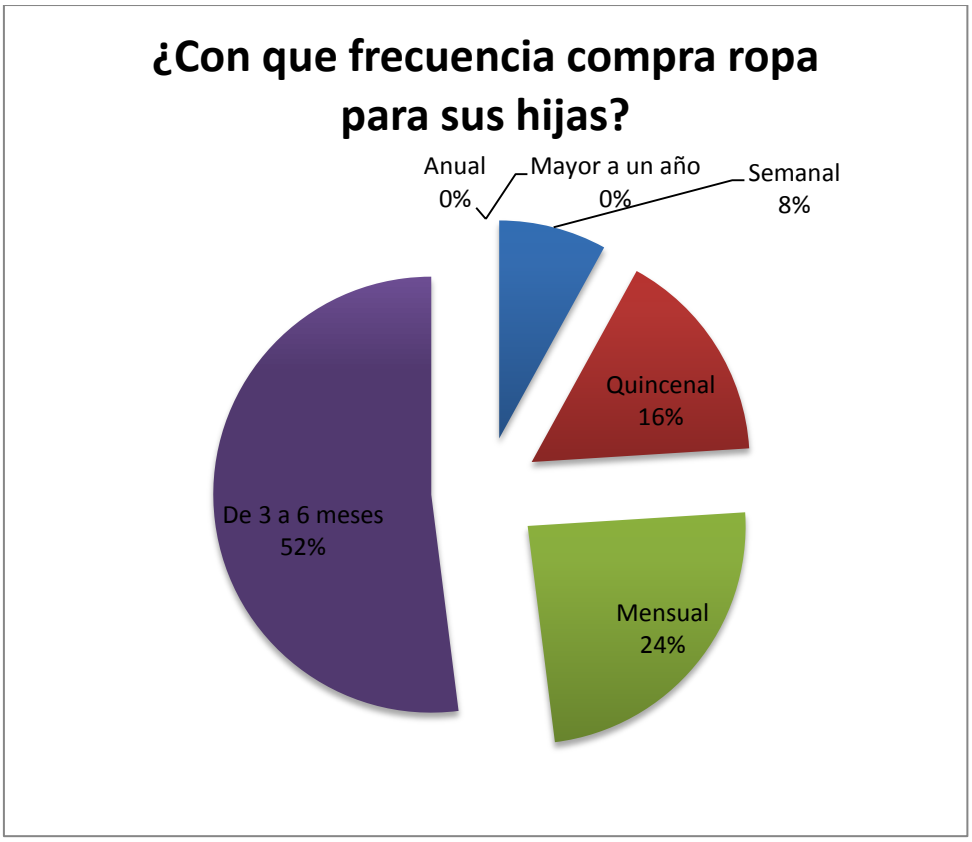
Elaborado por: Katherine Cola

El 100% de padres de familia prefieren que el material con el que se elabora el vestuario para sus hijas sea suave.

Esto debido a que desean evitar rozaduras, ya que en su mayoría a esta edad las niñas poseen una piel altamente sensible en cual a telas rígidas o lana se refiere.

Pregunta N.7

Semanal	2
Quincenal	4
Mensual	6
De 3 a 6 meses	13
Anual	0
Mayor a un año	0



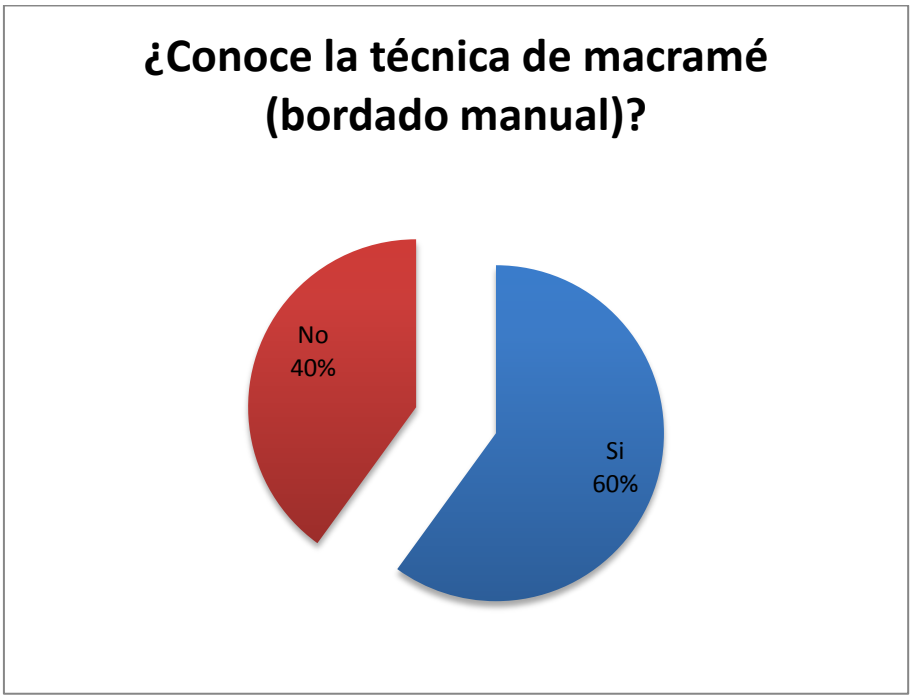
Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

El 52% de padres de familia compran ropa para sus hijas pequeñas de 3 a 6 meses de Edad porque crecen rápido, un 24% compra ropa mensualmente, un 16% d manera quincenal y un 8% semanal.

Pregunta N.8

Si	15
No	10



Fuente: Encuesta realizada en Quito

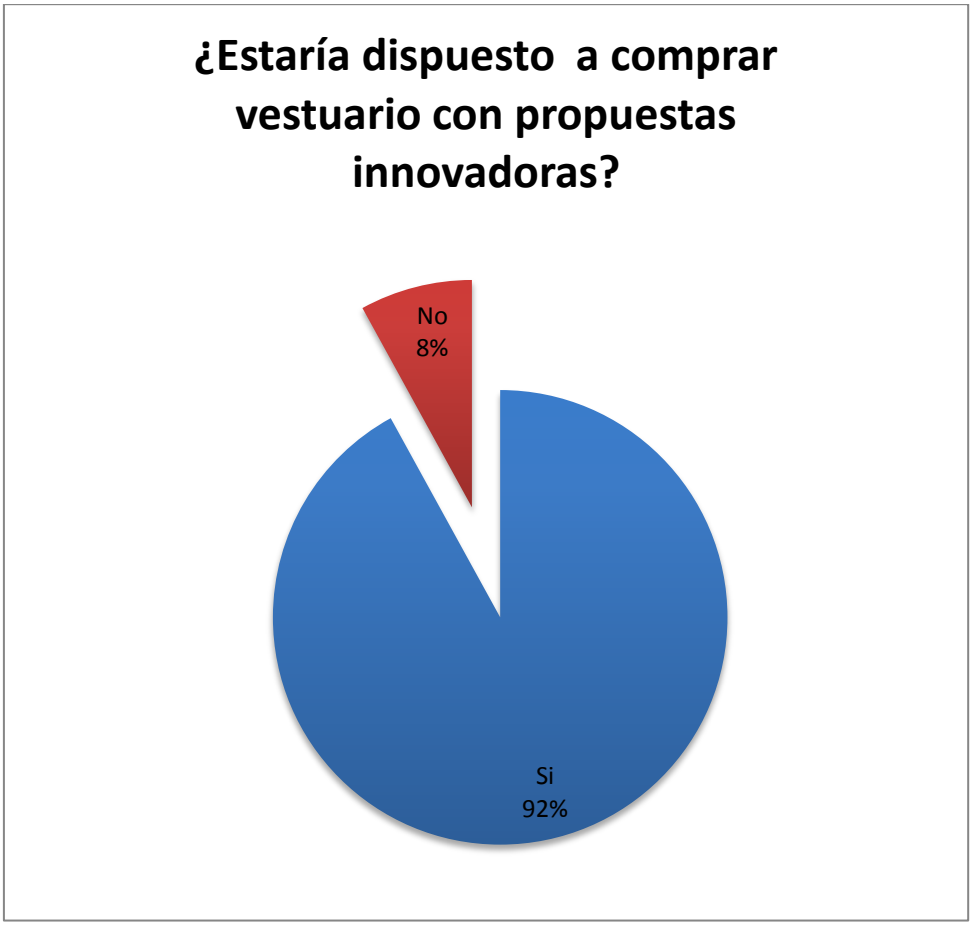
Elaborado por: Katherine Cola

Un 60% de las personas encuestadas conocen lo que es macramé, o bordado manual, y un 40% desconoce este término

Debido a que la práctica de esta técnica se ha deteriorado totalmente las personas no conocen este término, puesto que en la actualidad en indumentaria de niñas no existen productos que se relacionen con el mismo,

Pregunta N.9

Si	23
No	2



Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

El 92% de los clientes encuestados estarían dispuestos probar nuevas experiencias consumiendo ropa innovadora, y no la misma de siempre, y un 8% no se arriesga a dar un giro en el vestuario de sus hijas.

Pregunta N.10

Si	4
No	21



Fuente: Encuesta realizada en Quito

Elaborado por: Katherine Cola

El 84% de padres de familia prefieren que el vestuario de sus hijas no tengan bolsillos, para no causar incomodidad en estas, y un 16% cree que si debería tener bolsillos.

Conclusión

Una vez realizada la encuesta se concluyó que un 84% de los clientes desean prendas que posean acabados manuales dato obtenido de las encuestas realizadas a los padres de familia de las niñas.

3.3 Perfil del Cliente

Contemporáneo

Este es un perfil dinámico y versátil, muchas veces crea su propia estilo al realizar combinaciones en cuanto a su vestuario, es multicultural, está sujeto a cambios que van acorde a la moda o tecnología, va evolucionando con la tecnología busca sensaciones nuevas en cuanto a su estilo de vida, en cuanto a su estética refiere lo natural y no se satura en maquillaje, en el vestuario está abierto a acoplar terminados culturales y étnicos a su guardarropa, y prefiere usar siluetas amplias y sueltas, no le gusta las joyas u otros objetos llamativos como accesorios prefiere la comodidad.

Se acopla perfectamente y con facilidad a nuevas tendencias o lugares donde vive, le gusta en confort la comodidad y armonía, renueva su estilo e imagen sin dejar de lado lo clásico, en cuanto a su espacio le gusta innovar con algunas cosas vanguardistas y no saturar su espacio, su alimentación es rica en nutrientes pues conserva vitalidad y le gusta sentirse bien y sano.

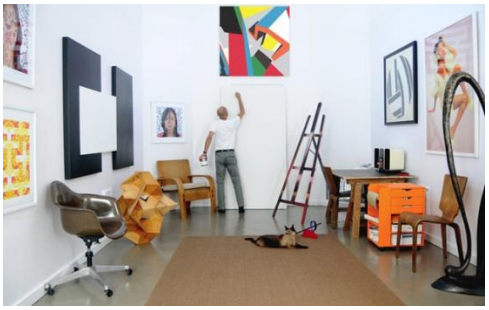


Gráfico XII
Perfil contemporáneo
Fuente: http://diseno-de-interiores.net/2013/06/de-perfil-contemporaneo.html

3.3.1 Segmentación del Mercado

- ✓ **Variable Demográfica:**
  - **Edad:** 2 a 4 años
  - **Sexo:** Femenino
  - **Nacionalidad:** Ecuatoriana
- ✓ **Variable Socio – económico**
  - **Ingreso:** Ninguno
  - **Ocupación o Actividad:** Ninguno
  - **Nivel de Educación:** Ninguno
  - **Nivel Socio económico:** Medio Alto
- ✓ **Variables Psicográficas**
  - **Personalidad:** Aventureros, innovadores y activistas
  - **Estilos de vida:** Entre el clásico moderno
  - **Intereses:** Destacar entre el mundo que lo rodea
  - **Gustos:** Por la moda y novedades relacionadas con esta.
  - **Inquietudes:** No ir acorde a la moda y tendencias establecidas.
- ✓ **Variables Conductuales**
  - **Beneficios buscados:** Bajo Precio, Buena Calidad, Excelente servicio.
  - **Nivel de uso:** Usan el vestuario a diario, y lo consumen aproximadamente cada 3 o 4 meses debido a que los niños crecen rápidamente a esta edad.

✓ **Variables**



Gráfico XIII
Provincia de Pichincha
Fuente: https://www.google.com.ec/maps/@-0.1865944,-78.4305382,11z?hl=es

- **Contiene:** América
- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Pichincha
- **Ciudad:** Quito

3.3.2 Descripción del perfil

Acorde a las encuestas realizadas y a lo investigado se ha determinado que el mercado objetivo al que se dirige le presente proyecto deberá ser pensado en cumplir con las necesidades que piden los padres de familia como es el caso de crear una colección cada 4 meses puesto que el mayor porcentaje de personas compra ropa a sus hijos en este intervalo, de igual manera se debe tomar en cuenta el precio que están dispuestos a pagar para poder ofertar un mejor precio a la competencia con un producto innovador como el que se está elaborando.

3.3.3 Descripción del Mercado Objetivo

El proyecto se enfoca en un segmento de mercado totalmente especializado en crear vestuario formal para niñas de 2 a 4 años con detalles de macramé en la ciudad de Quito.

3.3.4 Pronóstico del mercado potencial

De acuerdo a lo investigado existen de 0 a 4 años entre niños y niñas existen 236,893, y al realizar los respectivos cálculos se encontró que de 2 a 4 años de edad existen 26790 niñas.

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	3.829	0,2%	1.619	0,1%
De 90 a 94 años	6.294	0,3%	4.639	0,2%
De 85 a 89años	11.092	0,5%	10.760	0,4%
De 80 a 84 años	17.445	0,7%	20.187	0,8%
De 75 a 79 años	25.513	1,1%	27.990	1,1%
De 70 a 74 años	35.569	1,5%	40.040	1,6%
De 65 a 69 años	43.818	1,8%	57.014	2,2%
De 60 a 64 años	54.407	2,3%	72.702	2,8%
De 55 a 59 años	66.296	2,8%	94.397	3,7%
De 50 a 54 años	92.256	3,9%	114.630	4,4%
De 45 a 49años	247.627	10,4%	142.926	5,5%
De 40 a 44 años	110.756	4,6%	154.206	6,0%
De 35 a 39 años	141.919	5,9%	180.504	7,0%
De 30 a 34 años	163.413	6,8%	208.179	8,1%
De 25 a 29 años	182.114	7,6%	238.668	9,3%
De 20 a 24 años	204.363	8,6%	246.050	9,6%
De 15 a 19 años	249.075	10,4%	238.705	9,3%
De 10 a 14 años	246.651	10,3%	241.334	9,4%
De 5 a 9 años	243.651	10,2%	244.844	9,5%
De 0 a 4 años	242.729	10,2%	236.893	9,2%
Total	2.388.817	100,0%	2.576.287	100,0%

Gráfico XIX
Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

3.3.5 Tendencias del Mercado

3.3.6 Análisis de tendencias

Existen variadas mega tendencias en el país y en el presente proyecto nos dirigimos a una en especial.

La de apoyar el producto nacional con el slogan ´´Primero lo nuestro´´ ya que este apoya lo que se fabrica dentro del Ecuador, al mismo tiempo oferta trabajos en cuanto manufactura y provee ingresos dentro de este.

3.4 Marketing

El marketing será el que se ocupe de apoyar a la producción del producto ya que mediante sus estrategias lo impulsará al mercado, y mediante este cumplir los objetivos planteados para dar a conocer la nueva marca e indumentaria.

3.4.1 Objetivo general de marketing

Crear publicidad ATL para posicionar la marca en el mercado, mientras se da a conocer su valor agregado.

3.4.2 Objetivo específico de marketing

- Elaborar vestuario formal infantil con decorados en macramé que impacten al mercado potencial.
- Crear una marca que vaya acorde al producto.
- Conocer clientes potenciales mediante estrategias de marketing.

3.4.3 Estrategia marketing mix

Este es uno de los elementos clásicos de marketing fue creado por McCarthy en 1960, dentro de este existen: Producto, precio, plaza, producción y persona las cuales en conjunto logran lanzar un producto al mercado y lograr acogida en este. (R. Espinoza, 2014)

3.5 Producto

Indumentaria formal para niñas con detalles en macramé incorporados en estas, brindaran un detalle único a cada prenda pro sus colores y al mismo tiempo por el hecho de tener un acabado manual a una prenda formal, esta llegará a abarcar un mercado objetivo en la ciudad de Quito.

3.5.1 Precio

El precio ira variando dependiendo de la prenda elaborada, pues cada una tiene un diseño diferente y por lo tanto materiales e insumos de distinto tipo, para colocar sus valores se deben tomar en cuenta varios aspectos.

- **Costos Directos: (** Materiales, Insumos, mano de obra, maquinaria y herramientas,**)**
- **Costos Indirectos: (**gastos administrativo, servicios básicos, gastos generales, imprevistos)
- **IVA 12 %**

3.5.2 Promoción

Para promocionar el producto se utilizara publicidad ATL (Above the line) puesto que este posee una gran cobertura en cuanto a lo que se refiere en los medios de comunicación y al mismo tiempo a quienes la miran o escuchan poseerán una alta penetración del mensaje. Para realizar esto se prevé ganar patrocinadores mientras interactúen con la propuesta elaborada.

3.5.3 Plaza

En la actualidad existen varios medios para poder vender productos, uno de los principales es por medio del internet ya que por medio de este cualquier persona desde cualquier lugar puede apreciar mediante fotos lo que desea, por lo tanto este será uno de los métodos empleados, como segunda opción también se intentará formar enlaces con variadas marcas para que puedan ofertar las propuestas en distintas tiendas de ropa infantil.

3.5.4 Persona

En cuanto a los clientes la marca KAVA realizara un servicio post venta, mostrando garantía en sus productos y realizando un seguimiento a sus clientes, para poder enviar diseños de cada colección, y presentarles mediante catálogos enviados a su domicilio, o por e- mail a quienes deseen suscribirse a este, pues ellos son los que ayudaran a que el nuevo producto salga al mercado y tenga una buena aceptación y son lo primordial en este caso.

4. DESARROLLO DEL PRODUCTO

4.1 MARCO GENERAL DEL PROYECTO DE DISEÑO

4.1.1 Identidad del producto:

Misión

Diseñar y elaborar prendas infantiles para niñas de 2 a 4 año con diseños innovadores y con servicio post venta.

Visión

KAVA será una marca reconocida en el mercado empresarial del diseño y elaboración de prendas de niña, que cuenta con profesionales altamente preparados para tener una buena orientación hacia el futuro para satisfacer a sus clientes.

Valores

Compromiso – Fucsia – El compromiso que representa ante sus clientes.

Creatividad – Blanco – La creatividad con la que diseña.

Slogan

‘Idéntica a mamá’

4.1.2 Descripción del producto:

Exclusividad – Bordados manuales

Sutileza - Textiles

Originalidad - Moldería

4.1.3 Modelo de negocio:

Prontamoda porque sus diseños no perduraran mucho en el mercado ya que van cambiando acorde a las ocasiones y el clima cambiante de la ciudad.

4.1.4 Concepto de marca:

La característica del producto es el contener detalles en macramé es decir hechos a mano para decorar vestuario formal.

4.1.5 Estrategias de marca:

Estilos de vida ya que el vestuario lo utilizan cotidianamente con un pequeño detalle en macramé que es original.

4.1.6 Relación

Sutileza: En el color de las letras y el logo

Calidad: En el color fuerte y al mismo tiempo delicado de fondo

Comodidad: En las curvas de la letra

4.2 PLAN DE PRODUCCIÓN

4.2.1 Expresión creativa – puntos clave:

La marca KAVA como principio principal al elaborar sus propuestas tomo en cuenta darle a cada prenda un toque original con su moldería y al mismo

tiempo agregar detalle en macramé que sirvan como pequeños decorados al vestuario realizado.

4.2.3 Valor agregado:

Textiles: Inteligentes

Anti manchas: Tecnología que actúa como liberador de manchas, a la vez que permite que la humedad se esparza y se seque rápidamente.

Stretch: Tecnología que permite la elongación y recuperación del textil para brindar mayor libertad de movimiento.

Tejidos: Macramé

4.2.4 Materiales e Insumos:

a. Materiales

Romanzza

Referencia: 2383 Stock: 27814

Ancho: 165 + / - 2 cm

Ancho cortable: 164 + / - 2 cm

Peso: 60 + / - 5 g/m2

Composición: 100% Poliéster

Tejido: Plano

Descripción: Base suave y confortable al contacto con la piel, muy fresca y especial para cualquier tipo de clima.

Cerrutina

Referencia: 2065

Stock: 4631

Ancho: 150 + / - 2 cm

Ancho cortable: 148 + / - 2 cm

Peso: 117 + / - 9 g/m2

Composición: 100 % Poliéster

Tejido: Plano

Descripción: Tela liviana con toque de seda natural, de excelente caída y

Insumos

Botones: Transparentes de plástico

Botones: Forrados

Cierre: Nylon diente delgado

Hilo Macramé: De varios colores

Hilo Invisible

Apliques

Lentejuelas

Canutillos

4.2.5 Gama de color:

a. Tendencia

POP SUAVE

Nos presenta un mundo en el que el color, la raza y la opción sexual no son las principales características para definir la identidad; sino la ternura, la emoción, el tacto y la alegría. En este contexto, se da un enfoque más complejo de la identidad y se cambia la imagen del feminismo. Los temes divertidos y emocionales tendrán un nuevo peso intelectual dentro del nuevo clima cultural. La tendencia Soft Pop se caracteriza por ser divertida y de aires retro. En ella predominan los tonos rosa y el índigo, y detalles juguetones como parches y broches. Las décadas de los 50 y 80 son la inspiración de esta tendencia tanto para hombres como mujeres. El nacimiento del rock en los 50 y el look rockabilly son la referencia ideal, y las prendas que la caracterizan son los shorts, blusones, vestidos amplios.

Palabras clave:

Juvenil/sofisticado,

Juguetón

Gráfico

Nuevo kitsch

Táctil,/ Reinterpretado

b. Paleta de color

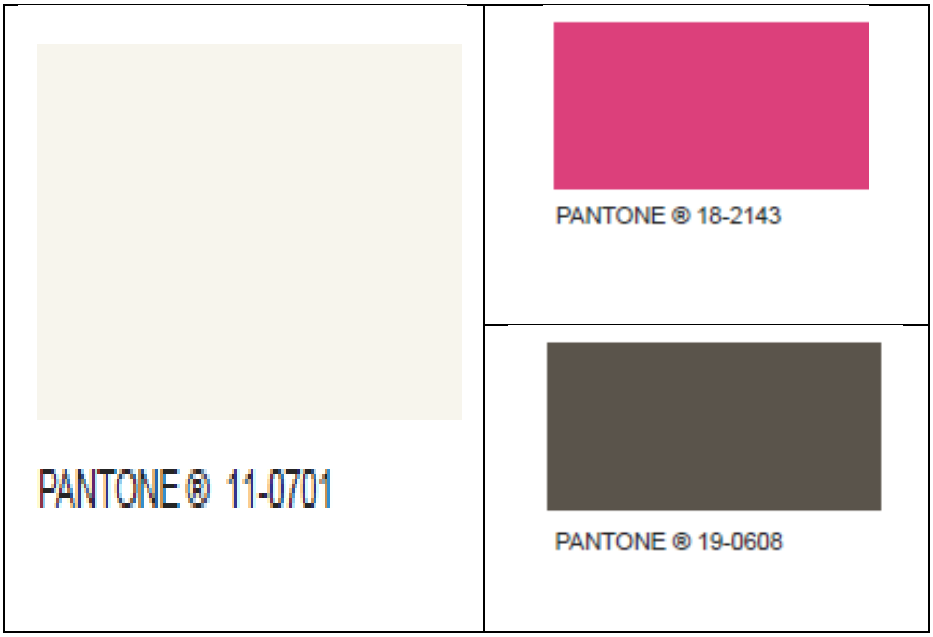


Pantone Tendencia Pop Suave

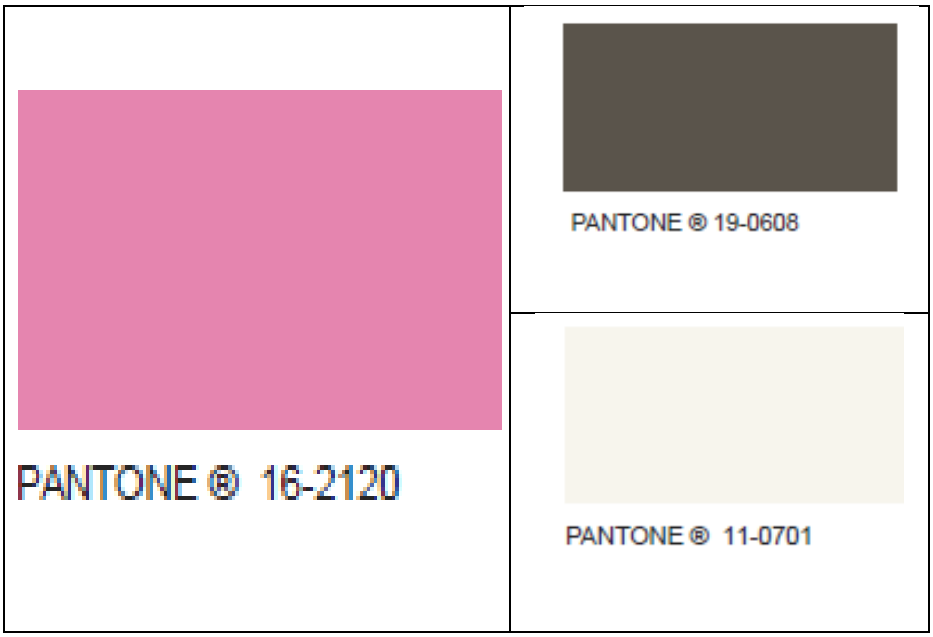
Fuente: WGSN_SS16_COLOUR_DIRECTION_SOFTPOPWGSN

c. Armonía de color para cada propuesta

Propuesta 1



Propuesta 2



4.2.6 Siluetas/formas:

Reloj de Arena: Cómoda

Triangular: Ergonómica

Rectangular: Cómoda

4.2.7 Descripción etiquetas, marquillas, empaque:

- **Etiqueta:** 2x5 cm, letras blancas con fondo fucsia, hechas en cartón impreso.
- **Marquilla:** 3x4cm, letras negras con fondo blanco, y los datos con letras lucida calligraphy tamaño 8 color negra y el logo de la marca.
- **Empaque:** Bolsa de cartón con el logo de la marca

4.2.8 Estudio de Comunicación:

Etiqueta



Gráfico XV
Elaborado por: Katherine Cola

Marquilla

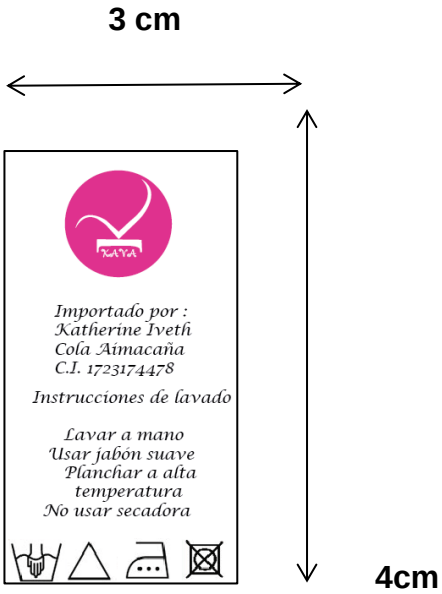


Gráfico XVI
Elaborado por: Katherine Cola

Empaque



Gráfico XVII
Elaborado por: Katherine Cola

4.3 Fichas de sustentación

FICHA DE SUSTENTACIÓN	
Semestre: Décimo	
Nombre de la Colección: Flor de Lirio	
Nombre del Alumno: Katherine Cola	
Documento de Identidad: 172317447-8	
Tel: 022310053 **Celular:** 0984970728	
Correo electrónico: katiusk_1993@hotmail.com	

Asesor de Diseño	
Asesor de Patronaje y Escalado	
Asesor de Taller	María Cristina Paredes
Asesor de Portafolio	
Asesor de Producción	
Asesor de Mercadeo	

Masculino	**Femenino**	**Infantil**	**X**	**Junior**
Universo de Consumo: Formal				





4.4 Ficha de concepto de moda

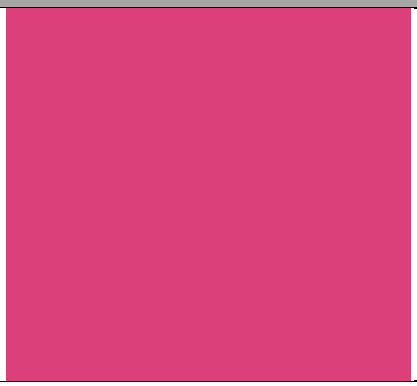
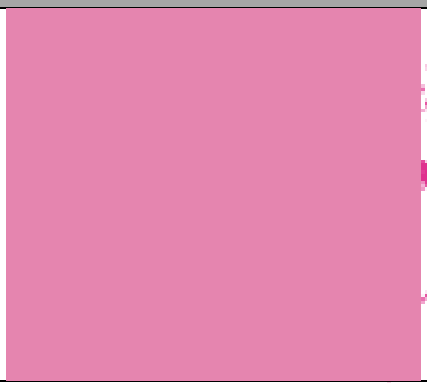
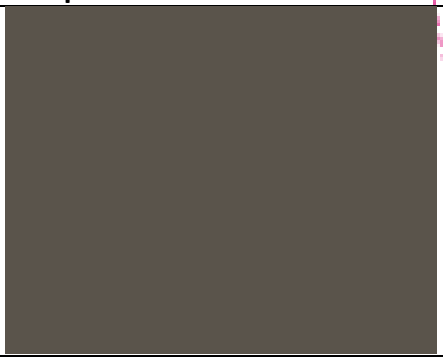
CONCEPTO DE MODA
COMPONENTES DE MODA
SILUETAS Las prendas tienen siluetas descomplicadas y holgadas con un toque sutil. **DETALLES Y PUNTOS CLAVE** Las prendas han sido intervenidas con cortes simétricos para dar un toque de formalidad en cada una de las prendas cuenta con detalles elaborados en Macramé de distintos colores para dar un toque rústico. **MATERIALES Y TEXTURAS** Romanzza: Composición: 100% Poliéster, suave y confortable al contacto con la piel. Cerrutina: Composición: 100 % Poliéster, tela liviana con toque de seda natural, de excelente caída... **COLORES** Plateado en conjunto con fucsia, y tonos rosa para lograr armonía y blanco para un toque elegante y formal en las niñas.

SEGMENTOS DE MERCADO Niñas con equilibrio y una excelente armonía en el color y en el gusto por la elegancia, claramente femenina, versátil y dinámica, dejando en claro lo clásico y al mismo tiempo incorporando nuevas tendencias para no dejar de lado la moda. Dándole detalles a su indumentaria con detalle agregado a estas.

ACCESORIOS Zapatos balerina acorde al vestuario usado, arete de perlas.

Nombre del alumno: Katherine Cola

4.5 Ficha de carta de color:

CARTA DE COLORES	
	
Nombre: Fucsia	**Nombre:** Rosa
Número pantone: 18-2143	**Número pantone**: 16-2120
	
Nombre: Blanco	**Nombre:** Gris
Número pantone: 18-2143	**Número pantone:** 19-0608

Descripción de la carta de color:

Pop Suave es una de las tendencias que involucran a varios colores, de donde los escogidos para la indumentaria infantil, son los mas llamativos al ojo infantil como es turquesa, fucsia gris para dar un toque de formalidad y el blanco para no dejar de lado la pureza infantil, con estos colores se logra una armonía perfecta.

Nombre del alumno: Katherine Cola

4.6 Fichas de Prototipos

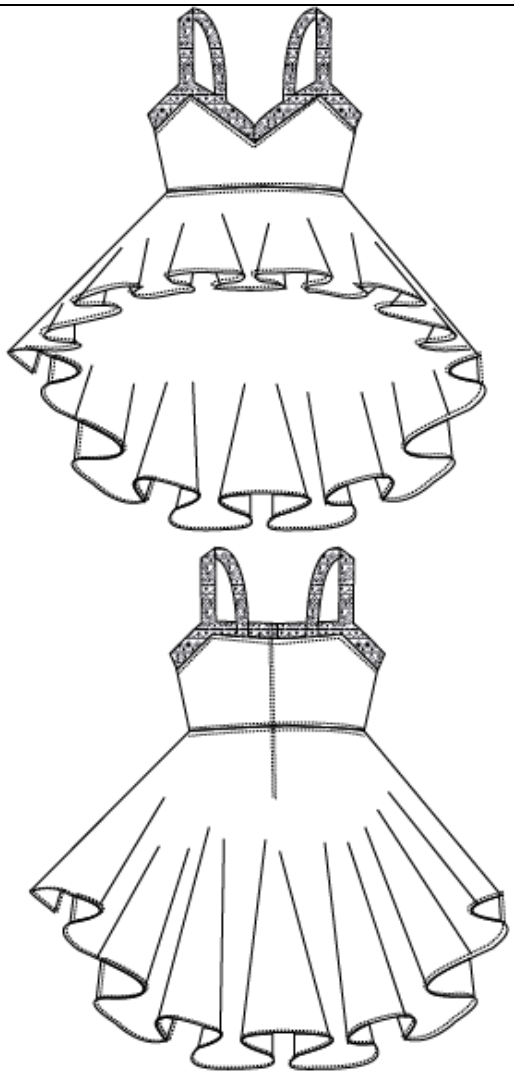
Atuendo: 1
Prenda: Vestido



Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Atuendo: 1
Prenda: Vestido
Referencia: 001

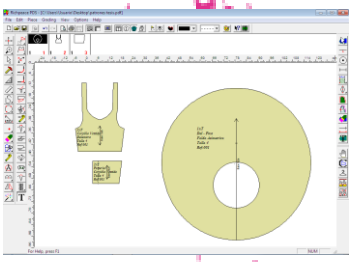


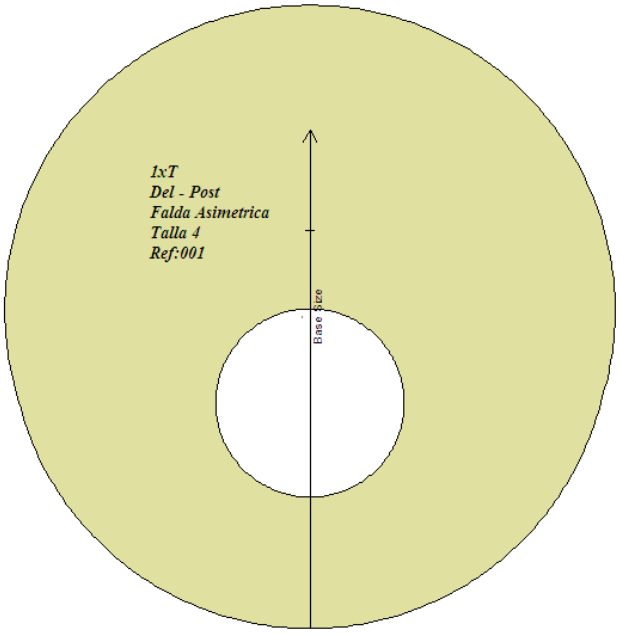
Talla	5	Boton 1		Cantidad	
Contorno de pecho	66	Boton 2		Cantidad	
Contorno de cintura	54	Hombrera		Cantidad	
Contorno de cadera	66	Bolsillo		Cantidad	
Ancho espalda	25.75	Hebila		Cantidad	
Ancho pecho	24.75	Cierre	30 cm	Cantidad	1
Largo de talle	28.625				
Largo de hombro	9.25				
Largo de manga	26.75				

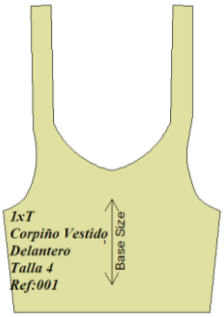
Nombre del alumno: Katherine Co

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE REALIZADA EN EL PROGRAMA REACH PEACE

Atuendo: 1
Prenda: Vestido
Referencia: 001







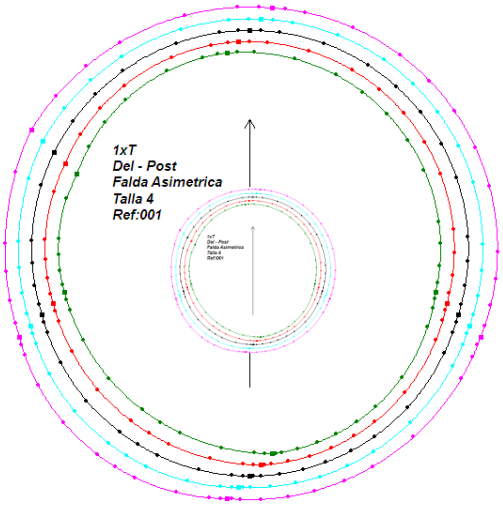


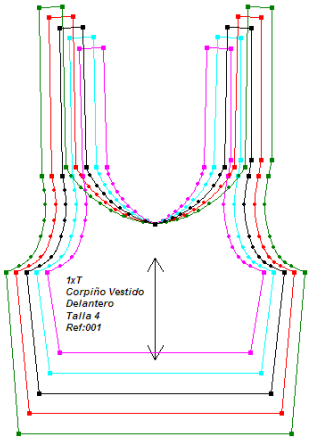
CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

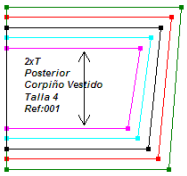
Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y GRADUACIÓN

Atuendo: 1
Prenda: Vestido
Referencia: 001







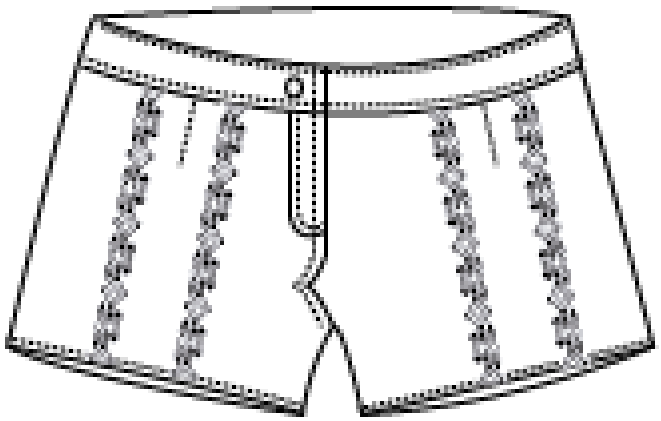
Números de elementos o piezas de la prenda	
Delantero	1
Espalda	2
Falda	1
Normas de Graduación	
Contornos	1pp
Anchos	½ pp
Talles	¼ pp

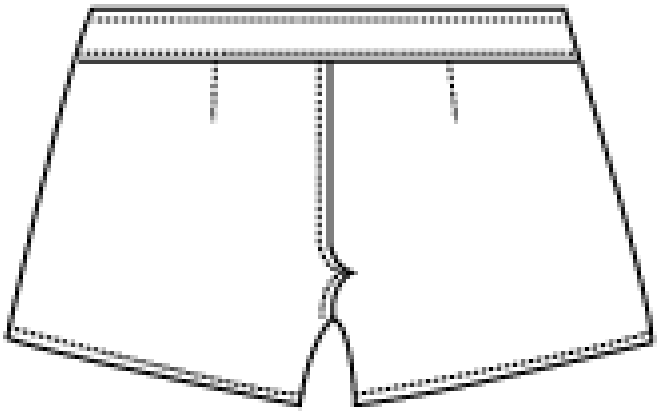
Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA DE TEXTILES E INSUMOS				
Atuendo: 1 **Prenda:** Vestido **Referencia:** 001				
Telas	**Descripción de la tela**	**Proveedor**	**Precio Unitario**	**Color**
Tela Principal	Cerrutina	Lafayette	18,00	Fucsia
Tela	Romanzza	Comercial Legal	22,00	Gris / Plata
Forro	Carola	Merylan	4,00	Gris
Hilos	**Referencia color**		**Descripción**	
Despunte	3327		Costuras	
Bobina	3327		Costuras	
Filete				
Insumos	**Descripción**		**Dimensiones**	**Unidades**
Botón	De color gris/plata		1 cm	**1**
Marquilla	Instrucciones de lavado y marca		3 x 4 cm	1
Etiqueta	Con la marca		5 x 2 cm	1
Cierre	**Nylon**		**25 cm**	**1**
Acabados	----------			
Ojales	----------			
Macramé	Bordado			
Nombre del alumno: Katherine Cola				

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Atuendo: 1
Prenda: Short
Referencia: 002



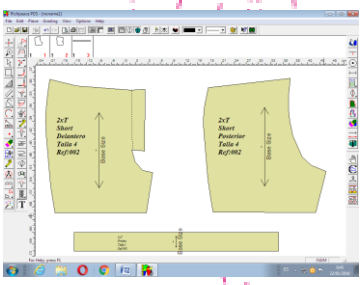


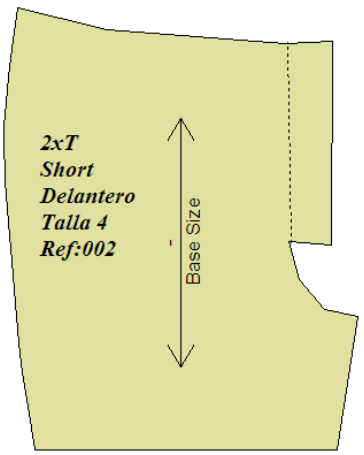
Talla	5	Boton 1		Cantidad	
Contorno de pecho	66	Boton 2		Cantidad	
Contorno de cintura	54	Hombrera		Cantidad	
Contorno de cadera	66	Bolsillo		Cantidad	
Ancho espalda	25.75	Hebila		Cantidad	
Ancho pecho	24.75	Cierre	30 cm	Cantidad	1
Largo de talle	28.625				
Largo de hombro	9.25				
Largo de manga	26.75				

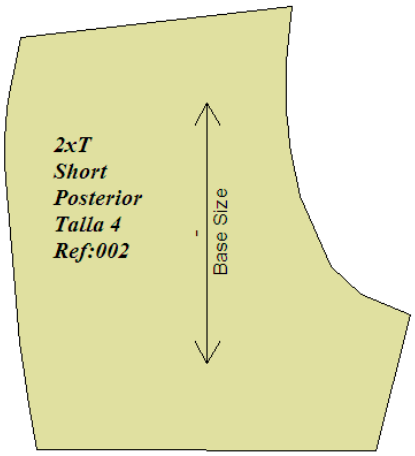
Nombre del alumno: Katherine Cola

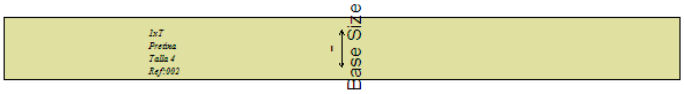
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE REALIZADA EN EL PROGRAMA REACH PEACE

Atuendo: 1
Prenda: Short
Referencia: 002







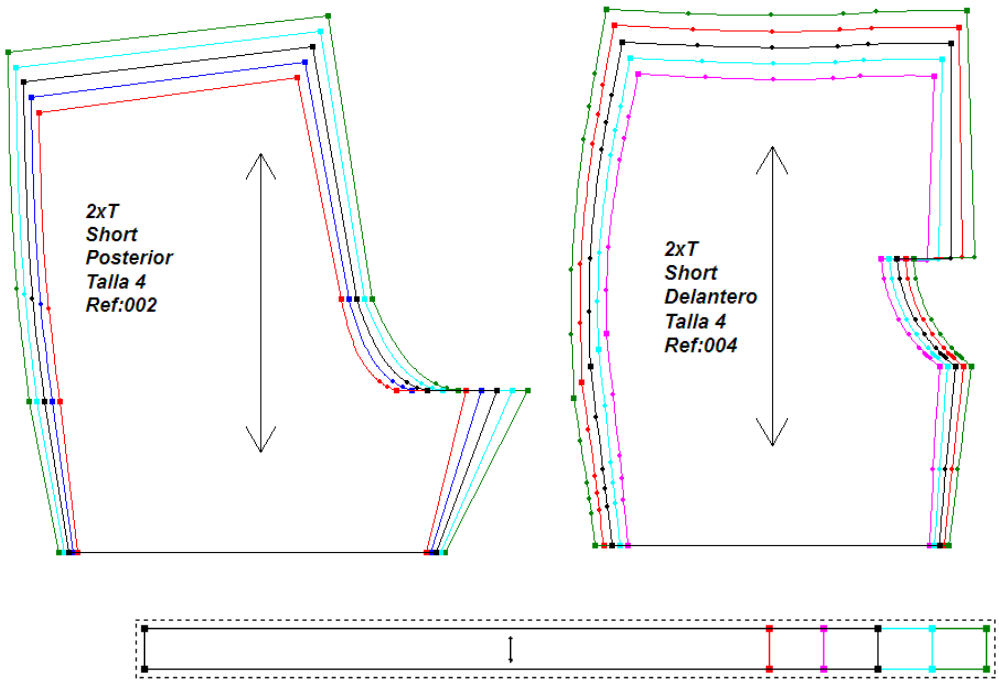


CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y GRADUACIÓN

Atuendo: 1
Prenda: Short
Referencia: 002



Números de elementos o piezas de la prenda	
Delantero	2
Espalda	2
Pretina	1
Normas de Graduación	
Contornos	1pp
Anchos	½ pp
Talles	¼ pp

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA DE TEXTILES E INSUMOS				
Atuendo: 1 **Prenda:** Vestido **Referencia:** 001				
Telas	**Descripción de la tela**	**Proveedor**	**Precio Unitario**	**Color**
Tela Principal	Romanzza	Comercial Legal	22,00	Gris / Plata
Tela	----------	----------	----------	----------
Forro	----------	----------	----------	----------
Hilos	**Referencia color**		**Descripción**	
Despunte	3327		Costuras	
Bobina	3327		Costuras	
Filete				
Insumos	**Descripción**		**Dimensiones**	**Unidades**
Botón	Color gris/plata		1,5 cm	**1**
Marquilla	Instrucciones de lavado y marca		3 x 4 cm	1
Etiqueta	Con la marca		5 x 2 cm	1
Cierre	**Nylon**		**10 cm**	**1**
Acabados	----------			
Ojales	----------			
Macramé	Bordado			
Nombre del alumno: Katherine Cola				

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Atuendo N°: 1
Prenda: Vestido

BASE TEXTIL E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE CONSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
TELAS	METROS	1	2,00	40,00	**80,00**
MARQUILLA	MILLARES	1000	1,00	35,00	**0,04**
ETIQUETA	MILLARES	1000	1,00	50,00	**0,05**
HILO POLIÉSTER (TURQUESA)	METROS	2800	180,00	3,50	**0,23**
HILO POLIÉSTER (GRIS)	METROS	2800	110,00	3,50	**0,14**
BOTONES	UNIDADES	1	8,00	0,30	**2,40**
HILOS MACRAMÉ	UNIDADES	1	3,00	0,70	**2,10**
FORRO TURQUESA	METROS	1	0,60	4,00	**2,40**
SUBTOTAL DE BASE TEXTIL E INSUMOS					**87,35**

MANO DE OBRA

OPERARIO	# OPERARIOS	SALARIO MENSUAL	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
KATHERINE COLA (RECTA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (OVERLOCK)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (OJALADORA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (BOTONADORA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
CORTADORA KATHERINE COLA	**1**	**450**	24,09	**9**	2,68
TOTAL OPERARIOS	**12**	**SUBTOTAL MANO DE OBRA**			**13,38**

MÁQUINAS Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TARIFA POR HORA	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
MÁQUINA PUNTADA RECTA	1	0,44	0,44	9	0,049
MÁQUINA OJALADORA	1	1	1	9	0,111
MÁQUINA OVERLOCK	1	0,21	0,21	9	0,023
MÁQUINA BOTONADORA	1	1	1	9	0,111
CORTADORA	1	1	1	9	0,111
HERRAMIENTAS 3%					0,406
	SUBTOTAL MAQUNARIA Y HERRMIENTAS				**0,41**

SERVICIOS ESPECIALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	COSTO UNITARIO
Macramé	1	1,5	**1,5**
SUBTOTAL SERVICIOS ESPECIALES			**1,5**
TOTAL COSTOS DIRECTOS			**102,64**

COSTOS INDIRECTOS

IMPREVISTOS	**5%**	5,13
GASTOS GENERALES	**2%**	2,12
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**5%**	5,13
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		**12,38**

TOTAL COSTO DIRECTOS	102,64	**180,35**
TOTAL COSTO INDIRECTO	12,38	
UTILIDAD 30%	46,01	
12% IVA	19,32	
TOTAL PRECIO DE LA PRENDA	180,35	

Atuendo: 2
Prenda: Vestido



Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Atuendo: 2
Prenda: Vestido
Referencia: 003



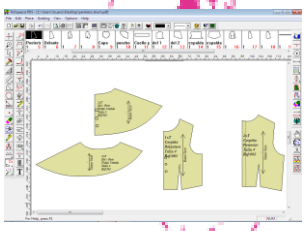


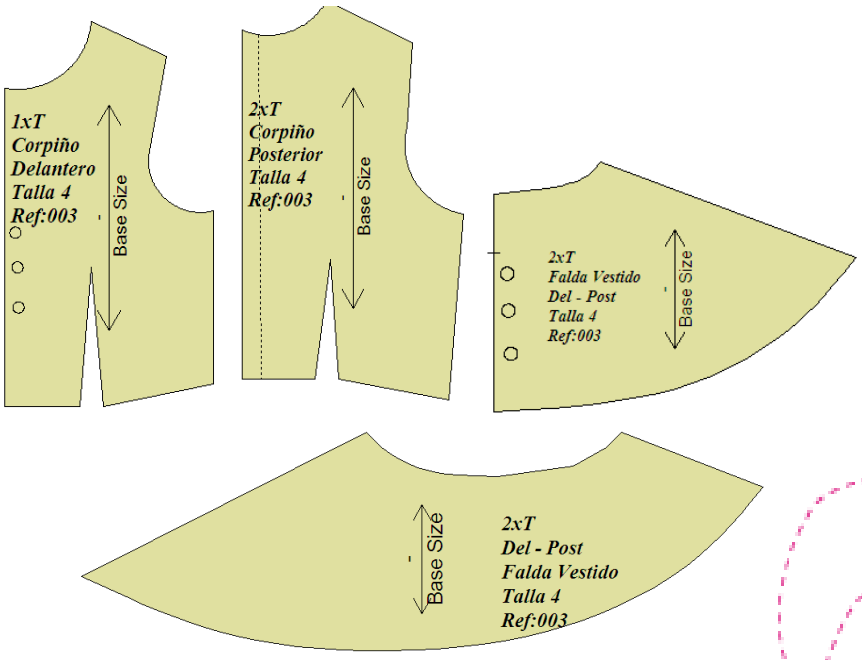
Talla	5	Boton 1		Cantidad	
Contorno de pecho	66	Boton 2		Cantidad	
Contorno de cintura	54	Hombrera		Cantidad	
Contorno de cadera	66	Bolsillo		Cantidad	
Ancho espalda	25.75	Hebila		Cantidad	
Ancho pecho	24.75	Cierre	30 cm	Cantidad	1
Largo de talle	28.625				
Largo de hombro	9.25				
Largo de manga	26.75				

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE REALIZADA EN EL PROGRAMA REACH PEACE

Atuendo: 2
Prenda: Vestido
Referencia: 003



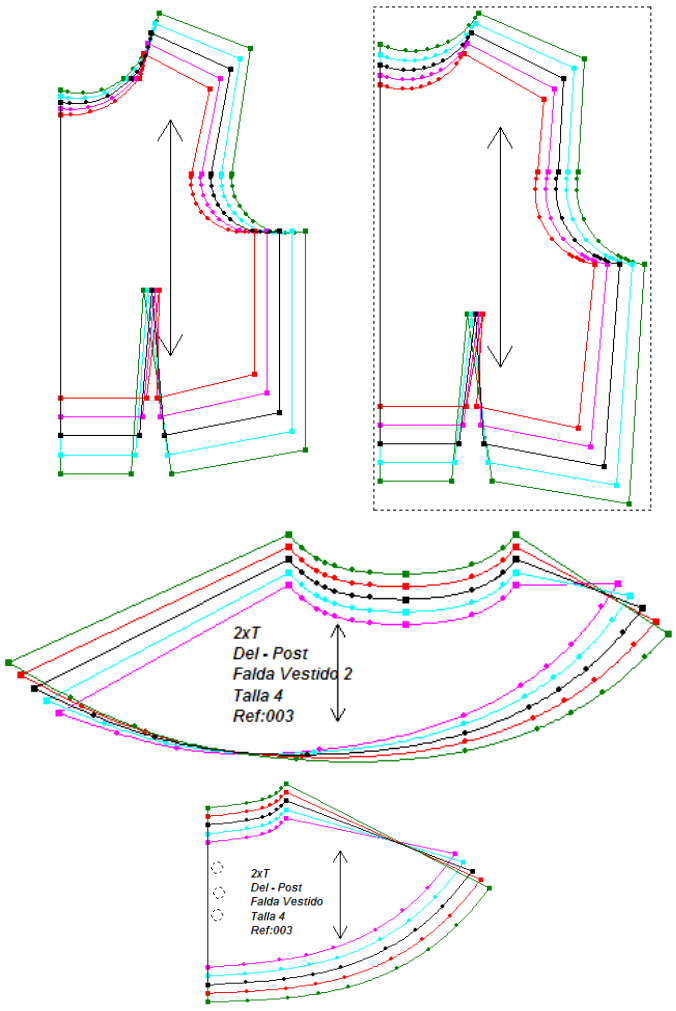


CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y GRADUACIÓN

Atuendo: 2
Prenda: Vestido
Referencia: 003



Números de elementos o piezas de la prenda	
Delantero	1
Espalda	2
Falda 1	2
Falda	2

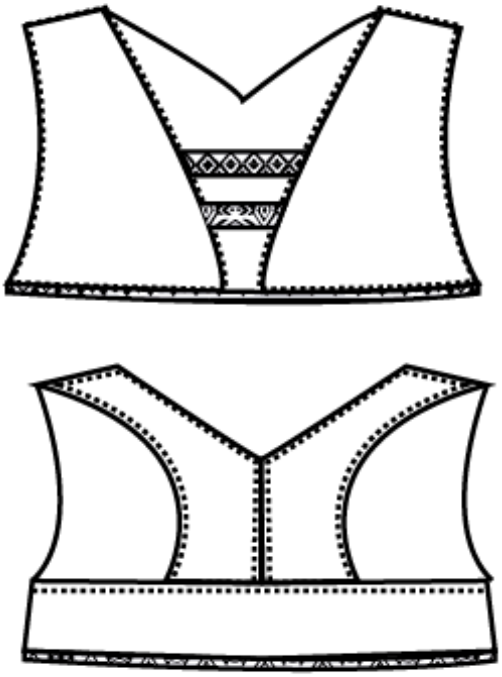
Normas de Graduación	
Contornos	1pp
Anchos	½ pp
Talles	¼ pp

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA DE TEXTILES E INSUMOS				
Atuendo: 2 **Prenda:** Vestido **Referencia:** 003				
Telas	**Descripción de la tela**	**Proveedor**	**Precio Unitario**	**Color**
Tela Principal	Cerrutina	Lafayette	18,00	Rosa
Tela	Romanzza	Comercial Legal	22,00	Gris / Plata
Forro	Carola	Merylan	4,00	Gris
Hilos	**Referencia color**		**Descripción**	
Despunte	3014		Costuras	
Bobina	3014		Costuras	
Filete				
Insumos	**Descripción**		**Dimensiones**	**Unidades**
Botón	De color gris/plata		1 cm	**1**
Marquilla	Instrucciones de lavado y marca		3 x 4 cm	1
Etiqueta	Con la marca		5 x 2 cm	1
Cierre	Nylon		25 cm	1
Acabados	----------			
Ojales	----------			
Macramé	Bordado			
Nombre del alumno: Katherine Cola				

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Atuendo: 2
Prenda: Chaleco
Referencia: 004

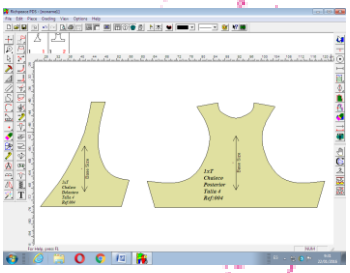


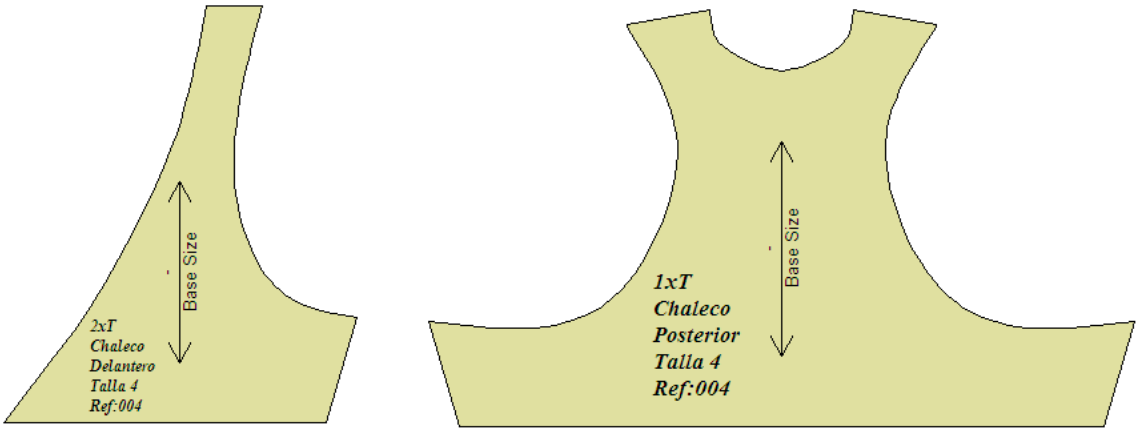
Talla	5	Boton 1		Cantidad	
Contorno de pecho	66	Boton 2		Cantidad	
Contorno de cintura	54	Hombrera		Cantidad	
Contorno de cadera	66	Bolsillo		Cantidad	
Ancho espalda	25.75	Hebila		Cantidad	
Ancho pecho	24.75	Cierre		Cantidad	
Largo de talle	28.625				
Largo de hombro	9.25				
Largo de manga	26.75				

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE REALIZADA EN EL PROGRAMA REACH PEACE

Atuendo: 2
Prenda: Chaleco
Referencia: 004



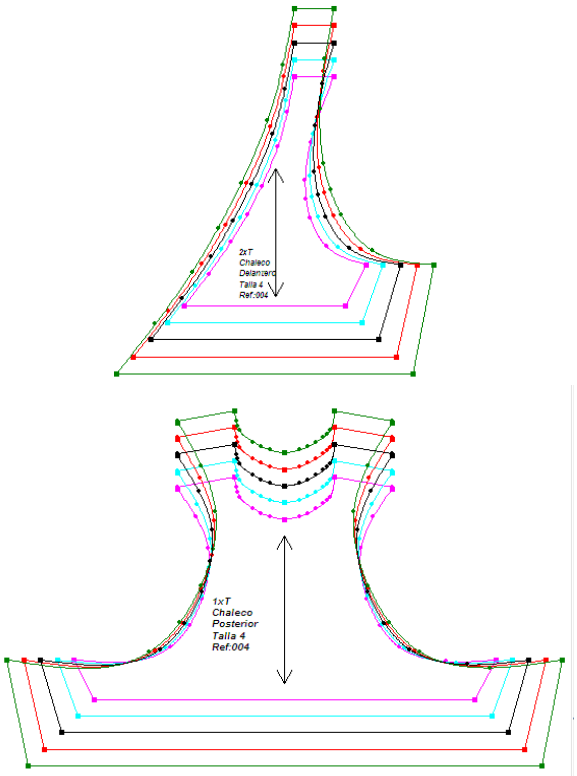


CONVENCIONES		
HILO DE TELA	DOBLEZ	TRAVÉS
COSTURA	PIQUETE	SESGO

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y GRADUACIÓN

Atuendo: 2
Prenda: Chaleco
Referencia: 004



Números de elementos o piezas de la prenda	
Delantera pieza 1	2
Delantera pieza 2	2
Hombrera	1
Espalda	1

Normas de Graduación	
Contornos	1pp
Anchos	½ pp
Talles	¼ pp

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA DE TEXTILES E INSUMOS

Atuendo: 2
Prenda: Chaleco
Referencia: 004

Telas	**Descripción de la tela**	**Proveedor**	**Precio Unitario**	**Color**
Tela Principal	Cerrutina	Lafayette	18,00	Rosa
Tela	----------	----------	----------	----------
Forro	Carola	Merylan	4,00	Rosa
Hilos	**Referencia color**		**Descripción**	
Despunte	3014		Costuras	
Bobina	3014		Costuras	
Filete				
Insumos	**Descripción**		**Dimensiones**	**Unidades**
Botón	----------		----------	----------
Marquilla	Instrucciones de lavado y marca		3 x 4 cm	1
Etiqueta	Con la marca		5 x 2 cm	1
Cierre	----------		----------	----------
Acabados	----------			
Ojales	----------			
Macramé	Bordado			

Nombre del alumno: Katherine Cola

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Atuendo N°: 2
Prenda: Vestido

BASE TEXTIL E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DE CONSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
TELAS	METROS	1	2,00	35,00	**70,00**
MARQUILLA	MILLARES	1000	1,00	35,00	**0,04**
ETIQUETA	MILLARES	1000	1,00	50,00	**0,05**
HILO POLIÉSTER (TURQUESA)	METROS	2800	180,00	3,50	**0,23**
HILO POLIÉSTER (GRIS)	METROS	2800	110,00	3,50	**0,14**
BOTONES	UNIDADES	1	8,00	0,30	**2,40**
HILOS MACRAMÉ	UNIDADES	1	3,00	0,70	**2,10**
FORRO TURQUESA	METROS	1	0,60	4,00	**2,40**
SUBTOTAL DE BASE TEXTIL E INSUMOS					**77,35**

MANO DE OBRA

OPERARIO	# OPERARIOS	SALARIO MENSUAL	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
KATHERINE COLA (RECTA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (OVERLOCK)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (OJALADORA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
KATHERINE COLA (BOTONADORA)	**1**	**354**	24,09	**9**	2,68
CORTADORA KATHERINE COLA	**1**	**450**	24,09	**9**	2,68
TOTAL OPERARIOS	**12**	**SUBTOTAL MANO DE OBRA**			**13,38**

MÁQUINAS Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TARIFA POR HORA	COSTO POR DÍA	RENDIMIENTO DIARIO	COSTO UNITARIO
MÁQUINA PUNTADA RECTA	1	0,44	0,44	9	0,049
MÁQUINA OJALADORA	1	1	1	9	0,111
MÁQUINA OVERLOCK	1	0,21	0,21	9	0,023
MÁQUINA BOTONADORA	1	1	1	9	0,111
CORTADORA	1	1	1	9	0,111
HERRAMIENTAS 3%					0,406
	SUBTOTAL MAQUNARIA Y HERRMIENTAS				**0,41**

SERVICIOS ESPECIALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	COSTO UNITARIO
Macramé	1	1,5	**1,5**
SUBTOTAL SERVICIOS ESPECIALES			**1,5**
TOTAL COSTOS DIRECTOS			**92,64**

COSTOS INDIRECTOS

IMPREVISTOS	**5%**	4,63
GASTOS GENERALES	**2%**	1,91
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**5%**	4,63
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		**11,17**

TOTAL COSTO DIRECTOS	92,64	**162,77**
TOTAL COSTO INDIRECTO	11,17	
UTILIDAD 40%	41,52	
12% IVA	17,44	
TOTAL PRECIO DE LA PRENDA	162,77	

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.3.1 Costos Variables

4.3.1.1 Materiales

Los materiales dependen de la prenda a producirse, pues aquí se encuentran los textiles e insumos utilizados, acorde a esto se calcula y estima un valor aproximado.

4.3.1.2 Mano de obra directa

Es aquella que se encuentra empleada por los trabajadores que trabajan directamente con la empresa.

4.3.2 Costos fijos

4.3.2.1 Gastos Generales

Los gastos generales son todos aquellos que incluyen servicio público, teléfono, luz, agua, teléfono, transporte, correspondencia, ya que estos gastos se utilicen o no, se pagaran mensualmente por lo que siempre hay que tomarlos en cuenta.

4.3.2.2 Depreciación

El gasto de depreciación representa el valor usado de un activo fijo. Una compañía compra equipo y registra el elemento como activo fijo, lo que significa que el equipo otorga valor a la firma por muchos períodos contables. Los contadores calculan la depreciación siguiendo una guía específica en

principios contables aceptados generalmente (GAAP, por sus siglas en inglés). El IRS también provee lineamientos para depreciar los activos fijos.(Hilton, 2006)

4.3.2.3 Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos corresponden a toda el área administrativa de la empresa, es decir aquí interviene la gerencia, secretaria, diseñadora, e incluso relaciones públicas, es decir son todos los colaboradores que ayudaron a que el proyecto o producto salga adelante.

4.2.3.4 Costo total

El costo total es la suma de costos fijos y costos variables para así poder sacar un precio total, y tener el valor exacto de cada una de las prendas a elaborar.

4.2.3.5 Utilidad

La utilidad es aquel porcentaje que queda de ganancia por decirlo así para la empresa o persona particular que elabora la propuesta, esta puede variar acorde a lo que desea obtener de ganancia.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se analizó las propuestas similares a las del proyecto y se las tomó como punto inicial para partir con la elaboración de este porque así se concluyó lo que no existe actualmente en el mercado y lo que poseería una mayor aceptación en el mismo.
- De acuerdo al proyecto realizado se concluye que es factible la realización de indumentaria formal infantil con detalles en macramé ya que se analizó los requerimientos y características del cliente.
- Una vez estudiado el mercado objetivo al cual se dirige se ha estimado que un 84% de los clientes desean prendas que posean acabados manuales dato obtenido de las encuestas realizadas a los padres de familia de las niñas.
- Se ha determinado las tendencias en las que se centró dicho proyecto, para partir de estas tomando en cuenta colores, formas y siluetas.
- Se elaboró un proceso de fabricación de indumentaria formal para niñas decorada con detalles en macramé mediante bocetos, ilustraciones, estudio de mercado, aplicación de formas, textiles y siluetas mientras se confeccionó cada una de las prendas.
    - Se identificaron las variables para competir en el mercado como es precio en comparación con la competencia, lugar de producción y distribución de la prenda hacia el mercado, publicidad

para ofertar el mismo y dar a conocer ante la sociedad., y se analizó cada una de las mismas para el lanzamiento del producto.

5.2 Recomendaciones

- Realizar procesos de investigación más a fondo acerca de hilatura o bordados manuales en el exterior.
- Proponer nuevos detalles de acabados en la indumentaria para que se diferencien de las que existen comúnmente.
- Realizar investigaciones para actualizar al país en cuanto a moda se refiere.

6. ANEXOS

6,1 Cuadro del Consumidor

	Tipo	**Términos Claves**
Consumidor Contemporáneo	Es un consumidor, versátil, dinámico y de acoplamiento fácil a los lugares donde va, es amante del confort, comodidad, le gusta sentirse bien consigue mismo es curioso y tecnológico.	Activo Versátil Cambiante Curioso Sofisticado Interesante Complaciente Auténtico Intenso Evolucionado Citadino Sensible Relajado Joven Buscador Actual Adaptable Enérgico Multicultural Práctico Entusiasta Urbano Flexible Independiente

Comportamiento Generacional	**Posh Tweens**	Son amantes de la moda y fiel seguidores de esta, marcan su estilo y clasifican la moda y tendencias, son tecnológicos y novedosos y poseen influencia en cuanto a sus padres y el consumo de su vestimenta. En cuanto a las niñas siguen fielmente la moda de las muñecas (Barbie, bratz, winx, etc). Tienen un carácter definido, se rigen a los libros o películas de fantasía, pues su consumo se baza con la imaginación e imitando a los adultos
Valores		**Persona:** Fashion Victim pues son vulnerables a la moda Emuladores pues compiten con los demás. Glamour pues se basan en cambiar su imagen. **Lugar:** Intergeneracional pues tiene lugar en varias generaciones. Novedoso por el tiempo que se utiliza. Sorprendente por ser algo imprevisto o impresionante. **Marca:** Notoriedad pro sobresalir. Actualizada acorde a la moda. Juguetona pues tiene un toque fresco y juvenil.

6.2 Modelo de Encuesta

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

Carrera de Diseño de Modas

Objetivo: Obtener información sobre lo que desean los posibles clientes.

Cuestionario:

1. **¿Usted compra vestuario con combinación de texturas?**

   Si…….

   No……

2. **¿Al momento de comprar vestuario para sus hijas, que es lo primero que toma en cuenta?**

   Marca……

   Calidad de la tela……

   Modelo……

   Precio……. .....

3. **¿Qué marcas prefiere?**

   Nacional……..

   Extranjera……..

   Cuales…….....

4. **¿En qué lugar suele adquirir el vestuario para sus hijos?**

   Centro comercial……..

   Mercado Mayorista……..

Supermercado…….

Otros,

Especifique……

5. **¿Cuánto suele gastar en la ropa?**

Menos de 15…….

Entre 15 y 25…….

Entre 25 y 35 ……..

Entre 35 y 45…….

Más de 45……

6. **¿En que material preferiría el vestuario formal para sus hijas?**

Suaves……

Rígidos……..

Otros,

Especifique……

7. **¿Con que frecuencia compra ropa para sus hijas?**

Semanal……

Quincenal……

Mensual……

De 3 a 6 meses……

Anual…….

Mayor a un año……

Otras,

Especifique……

8. **¿Conoce la técnica del macramé (bordado manual) ?**

   Si…….

   No……

9. **¿Estaría dispuesto a comprar vestuario con propuestas innovadoras?**

   Si…….

   No……

10. **¿Prefiere que el vestuario de sus hijas tenga bolsillos?**

    Si…….

    No……

6.3 Tabla INEC 2010

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	3.829	0,2%	1.619	0,1%
De 90 a 94 años	6.294	0,3%	4.639	0,2%
De 85 a 89años	11.092	0,5%	10.760	0,4%
De 80 a 84 años	17.445	0,7%	20.187	0,8%
De 75 a 79 años	25.513	1,1%	27.990	1,1%
De 70 a 74 años	35.569	1,5%	40.040	1,6%
De 65 a 69 años	43.818	1,8%	57.014	2,2%
De 60 a 64 años	54.407	2,3%	72.702	2,8%
De 55 a 59 años	66.296	2,8%	94.397	3,7%
De 50 a 54 años	92.256	3,9%	114.630	4,4%
De 45 a 49años	247.627	10,4%	142.926	5,5%
De 40 a 44 años	110.756	4,6%	154.206	6,0%
De 35 a 39 años	141.919	5,9%	180.504	7,0%
De 30 a 34 años	163.413	6,8%	208.179	8,1%
De 25 a 29 años	182.114	7,6%	238.668	9,3%
De 20 a 24 años	204.363	8,6%	246.050	9,6%
De 15 a 19 años	249.075	10,4%	238.705	9,3%
De 10 a 14 años	246.651	10,3%	241.334	9,4%
De 5 a 9 años	243.651	10,2%	244.844	9,5%
De 0 a 4 años	242.729	10,2%	236.893	9,2%
Total	2.388.817	100,0%	2.576.287	100,0%

6.4 Ficha de Comunicado de Prensa

COMUNICADO DE PRENSA
Nombre de la Colección: Flor de lirio

Tendencia: Pop Suave
Inspiración: El lirio como se sabe existe de varios colores, con el cual a cada color se le otorga un significado, esta posee un aroma inigualable que e expande con el viento y da una sensación de libertad y armonía, al igual que las prendas diseñadas, consta de seis pétalos voluminosos y constan de pequeñas manchas en estas los cuales en la indumentaria pasarían a ser los pequeños decorados en macramé que son aquellos que brindan la exclusividad necesaria.

Escenarios y ocasiones de uso: La colección flor de lirio está diseñada para usar en eventos formales, ya que consta de chaquetas, blusas, y vestidos para niñas elaborados con rigurosos detalles, y decorados en macramé que dan un toque detallado pero simple a la vez a quien lo usa

Categorías de prenda y número de prendas La presente colección está conformada de dos vestidos totalmente amplios, y un short realizado en base romanzza para proporcionar comodidad a la persona que lo usa. Estas prendas se encuentran realizadas con colores que van acorde a su tendencia.
Nombre del alumno: Katherine Cola



7. BIBLIOGRAFÍA

- SENPLADES. (s.f.). Formato para la presentación de perfiles de proyectos. Quito: senplades.

- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., Edición del Tricentenario, [en línea]. Madrid: Espasa, 2014

- CEGARRA, J. (1970). Nylon Técnicas de Macramè. Españas: Sandoz S:A.

- INEC. (2013). Ecuador en Cifras. Anuario de Estadísticas Vitales: Nacimiento y Defunciones. Quito, Ecuador: Administración Central.

- SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. (2012). Transformación de la matriz productiva. Revolución Productiva a través del conocimiento y el talento humano. Quito, Pichincha, Ecuador: ediecuatorial.

- GILLEN, J. G. (2012). Nuevos Desarrollos de Fibras Químicas. Mexico D:F:: Biblioteca Luis Barragán.

- CONGRESO NACIONAL. (2003). Código de la Niñez y la Adolescencia. Quito: Registro Oficial 3 de Enero de 2003

LINKOGRAFÌA

- Tipos de Investigación (2013) Obtenido de : https://explorable.com/es/investigacion-cuantitativa-y-cualitativa

- Jimenez. R. Carlo,(23 de Noviembre de 2012). *Textiles Inteligentes*. Obtenido de Slide Obtenido de : http://suscipite.com/2013/05/03/10-pasos-para-realizar-un-estudio-de-mercado-previo-a-lanzar-nuestra-marca-o-producto-1a-parte/

- Registrar una marca (2015) Obtenido de : http://www.marcaria.ec/como-registrar-una-marca.htm

- FOSCHIA, F. (s.f.). Creación y Producción en Diseño y Comunicación. Recuperado el 19 de Junio de 2015, dehttp://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=400&id_articulo=8610

- Revista de investigación Europea. (s.f.). Industria Textil. Recuperado el 19 de Junio de 2015, de Tejido Inteligente:http://ec.europa.eu/research/rtdinfo/45/01/print_article_2492_es.html