

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS



TEMA: “El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos”

Proyecto de graduación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas

Autor:

Ivette Andrea Montalvo Poveda

Tutor:

Ing. Sandra Varela

Ambato- Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el Tema **“El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos”**, de la señorita Montalvo Poveda Ivette Andrea, 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, 11 de Febrero del 2016

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros de Tribunal del Grado, APRUEBAN el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos”**, presentado por la señorita Montalvo Poveda Ivette Andrea, de la investigadora de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 11 de Febrero del 2016

Para constancia firman:

.....
PRESIDENTE

.....
MIEMBRO

.....
MIEMBRO

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación titulado: “**El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de absoluta responsabilidad de la autora.

Ambato, 11 de Febrero del 2016

AUTORA

.....
ANDREA MONTALVO POVEDA

C.I 0201879962

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, 11 de Febrero del 2016

AUTORA

.....
ANDREA MONTALVO POVEDA

C.I 0201879962

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a Dios porque él me ha dado la guía y las fuerzas a lo largo de mi carrera universitaria para seguir en el camino y nunca rendirme, a mi madre Lorena Poveda que me brinda su apoyo y amor incondicional día tras día, a mis hermanos que con su alegría me ayudan me muestran lo sencillo y hermoso de la vida.

Andrea Montalvo Poveda

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a los directivos de la Universidad Técnica de Ambato por darme la oportunidad de continuar con mis estudios universitarios y brindarme una excelente educación, además un reconocimiento especial a mi tutora la Ingeniera Sandra Varela, quien me transmitió su conocimiento y me dio su valiosa asesoría y orientación en el desarrollo de este trabajo de investigación. A mis abuelos que son mi soporte y apoyo en todo momento y aspecto de mi vida, a mi incondicional madre, que ha respetado, valorado e incentivado cada proyecto en mi vida.

A mi familia y a mis amigos leales, que me apoyaron en todo momento.

ANDREA MONTALVO POVEDA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	2
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	3
AUTORÍA.....	4
DERECHOS DE AUTOR	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN EJECUTIVO	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I.....	18
1.1 Tema de investigación.....	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.2.1 Contextualización.....	18
1.2.2 Análisis crítico	19
1.2.3 Prognosis.....	20
1.2.4 Formulación del problema:.....	21
1.2.5 Preguntas directrices:	21
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	21
1.3 JUSTIFICACIÓN	21
1.4 OBJETIVOS.....	22
1.4.1 Objetivo General.....	22
1.4.2 Objetivos Específicos	22
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	23
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	23
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	24

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	28
2.4.1 Redes conceptuales.....	28
2.4.2 Desarrollo de las categorías:	31
2.5 HIPÓTESIS	49
2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	49
2.6.1 Variable independiente.....	49
2.6.2 Variable dependiente	49
CAPÍTULO III.....	50
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.1 ENFOQUE.....	50
3.1.1 Cualitativo	50
3.1.2 Cuantitativo	50
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.2.1 Bibliográfico-documental	50
3.2.2 De campo.....	51
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.3.2 Descriptivo	51
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	51
3.4.1 Población.....	51
3.4.2 Muestra	52
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	55
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	60
3.6.1 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	61
MARCO ADMINISTRATIVO.....	62
3.7 RECURSOS.....	62
3.7.1 Institucionales.....	62
3.7.2 Humanos	62
3.7.3 Materiales	62
3.7.4 Económicos	63
3.7 CRONOGRAMA	64
CAPÍTULO IV	67

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	67
5.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	67
5.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	91
CAPÍTULO V	96
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
5.1 CONCLUSIONES.....	96
5.2 RECOMENDACIONES.....	97
CAPÍTULO VI.....	99
PROPUESTA	99
6.1 DATOS INFORMATIVOS	99
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	100
6.3 JUSTIFICACIÓN	101
6.4 OBJETIVOS.....	102
6.4.1 Objetivo General.....	102
6.4.2 Objetivos Específicos	102
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	102
6.5.1 Organizacional	102
6.5.2 Ambiental.....	102
6.5.3 Económico- Financiera	103
6.5.4 Socio-cultural.....	103
6.6 FUNDAMENTACIÓN TÉCNICO- CIENTÍFICA	103
6.7 METODOLOGÍA: MODELO OPERATIVO	109
6.7.1 Modelo Gráfico.....	109
Desglose de la Cultura ecuatoriana	109
Para retratar la cultura ecuatoriana como tal, se estableció el siguiente diagrama que grafica los sectores más representativos, datos obtenidos de la investigación realizada a las partes concernientes.	109
6.7.2 Modelo Gráfico.....	140
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	193

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Determinación de la población.....	53
Tabla 2: Cuadro de producción del nivel de confianza.....	54
Tabla 3: Datos para calcular la muestra.....	55
Tabla 4: Matriz de operacionalización variable independiente.....	57
Tabla 5: Matriz de operacionalización variable independiente II.....	58
Tabla 6: Matriz de operacionalización variable dependiente.....	59
Tabla 7: Matriz de operacionalización variable dependiente II.....	60
Tabla 8: Plan de recolección de información.....	61
Tabla 9: Plan de procesamiento de la información.....	62
Tabla 10: Cronograma.....	66
Tabla 11: ¿Cuántos productos expende diariamente?.....	69
Tabla 12: ¿Los principales consumidores de que origen son?.....	70
Tabla 13: ¿Sus consumidores que características buscan en sus productos?.....	71
Tabla 14: ¿Cuál es la técnica que más llama la atención a sus clientes?.....	73
Tabla 15: ¿Cuál es el tipo de producto que más acogida tiene?.....	74
Tabla 16: ¿Cuál es el rango de precios que tienen sus productos?.....	76
Tabla 17: ¿Qué tipo de materiales utiliza para la elaboración de sus productos?.....	77
Tabla 18: ¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar sus productos?.....	79
Tabla 19: ¿Considera que un mejor diseño mejorara la venta de sus productos?.....	80

Tabla 20: ¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?.....	82
Tabla 21: ¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones del país?...	84
Tabla 22: ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?.....	85
Tabla 23: ¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas cultura-.. Les ancestrales?.....	86
Tabla 24: ¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u Originales del Ecuador.....	87
Tabla 25: ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?.....	88
Tabla 26: ¿Recomendaría usted los productos artesanales ecuatorianos?.....	89
Tabla 27: Tabla de frecuencias observadas.....	92
Tabla 28: Tabla de frecuencias esperadas.....	92
Tabla 29: Cálculo de valor tabulado.....	93
Tabla 30: Tabla de cálculo de Chi cuadrado.....	94
Tabla 31: Modelo operativo.....	186
Tabla 32: Previsión de la evaluación.....	195

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Redes conceptuales.....	29
Gráfico 2: Manufacturas Culturales.....	30
Gráfico 3: Promoción Turística del País.....	31
Gráfico 4: Esquema de la factura.....	64
Gráfico 5: Pastel de acuerdo a ¿Cuántos productos expende diariamente?.....	69
Gráfico 6: Pastel de acuerdo a: ¿Los principales consumidores de que origen son?.....	70
Gráfico 7: Pastel de acuerdo a: ¿Qué características buscan en sus productos?.....	72
Gráfico 8: Pastel de acuerdo a: ¿Cuál es la técnica que más llama la atención de sus clientes?...73	
Gráfico 9: Pastel de acuerdo a: ¿Cuál es el tipo de producto que más acogida tiene?.....	75
Gráfico 10: Pastel de acuerdo a: ¿Cuál es el rango de precios que tienen sus productos?.....	76
Gráfico 11: Pastel de acuerdo a: ¿Qué tipo de materiales utiliza para la elaboración de sus productos?.....	78
Gráfico 12: Pastel de acuerdo a: ¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar sus productos?.....	79
Gráfico 13: Pastel de acuerdo a: ¿Considera que un mejor diseño mejorará la venta de sus productos?.....	81
Gráfico 14: Pastel de acuerdo a: ¿Las artesanías son motivo para visitar el país?.....	83
Gráfico 15: Pastel de acuerdo a: ¿Le atraen los souvenirs que reflejan los paisajes y tradiciones del país?.....	84
Gráfico 16: Pastel de acuerdo a: ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?.....	85
Gráfico 17: Pastel de acuerdo a: ¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?.....	86
Gráfico 18: Pastel de acuerdo a: ¿Considera que las artesanías están construídas con materiales típicos u originarios del Ecuador?.....	87

Gráfico 19: Pastel de acuerdo a: ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?.....	88
Gráfico 20: Pastel de acuerdo a: ¿Recomendaría usted los productos artesanales ecuatorianos?.....	89
Gráfico 21: Organigrama.....	188

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS
MODALIDAD PRESENCIAL

TEMA:

“El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos”

AUTORA: Montalvo Poveda Ivette Andrea

TUTORA: Ing. Sandra Varela

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto hace referencia al turismo en el Ecuador como un motor económico, social y cultural que está moviendo e incentivando varios sectores del país, creando oportunidades de desarrollo, estableciendo espacios de intercambio cultural y estrechando lazos de conocimiento cultural y social, lo que ha incentivado a que varios aspectos de comercio y tradición evolucionen en esta dirección, para presentarse al destino más atractivo para los turistas.

La cultura de un país, es clave para atraer visitantes, debido a la transmisión de información y conocimiento que ofrece al viajante, enfocando como punto de referencia la artesanía. Tomándola como una mezcla de cada aspecto que hace único el destino, esos colores irrepetibles y las formas notables que muestran en conjunto las mejores características del lugar.

Parte clave de promover el turismo y dar a conocer la cultura del mismo, es incentivar la venta de artesanías ecuatorianas, que son material comercial con carga informativa, que llevan al mundo no solo un objeto, sino toda una historia de tradición y cultura.

INTRODUCCIÓN

Los procesos de transformación y cambio que se viene dando en el Ecuador y el mundo, en los ámbitos turístico y productivo, demandan por parte de los empresarios una permanente búsqueda de mejoras en su producción; sin embargo, la escasa competitividad en el área internacional, la limitada producción nacional de materia prima e insumos nacionales y la falta de incentivos para el despegue de la manufactura nacional han ocasionado que los empresarios del área textil busquen otros nichos de mercado para lograr ventas tanto nacionales como internacionales.

En el área turística se están abriendo varios mercados y oportunidades de inversión debido a los atractivos que presenta el país, por esta razón, al fusionarlo con el área productiva encontramos que se puede explotar la manufactura cultural del país.

De esta manera, se puede avanzar su paso evolucionando las artesanías, hasta convertirlas en producción e incluso ropa de autor y exclusiva, creando nuevas oportunidades de negocio para el sector, y llegando a un grupo objetivo diferente que no compita con las cadenas de ropa internacionales, que tienen el mercado inundado de ropa de fácil acceso.

La posición que se adopta para el proyecto está basado en un nicho de mercado no explotado, con un tipo de producto que no se está explotando por el momento, por lo que podría generar notables ingresos para la empresa, donde se está aplicando el proyecto. Esta investigación se sustenta con la elaboración de encuestas y entrevistas a artesanos, empresarios y diseñadores expertos en el área, lo cual nos permite profundizar en el problema.

En el primer capítulo, es importante destacar la identificación del problema a resolver, además destacar los diferentes aspectos sobre la contextualización, maso, meso y micro de la problemática del tema. El análisis crítico se realizó en función de las causas y efectos detectados en el contexto. La justificación de la investigación que sirvió para determinar la importancia, la necesidad y la utilidad del presente trabajo investigativo. La formulación de las preguntas directrices que se utilizaron como guías para el planteamiento de los objetivos. El planteamiento del problema

exigía una respuesta la misma que sirvió para establecer la hipótesis planteada de esta investigación.

El segundo capítulo en el que se desarrolla el marco teórico, iniciando con los antecedentes y la fundamentación filosófica, sicopedagógica y legal, hasta llegar a la fundamentación conceptual a partir de la cual se desarrollan los conceptos básicos necesarios para la comprensión de las variables a estudiarse.

El tercer capítulo se desarrolla los conceptos esenciales de la metodología que se aplicó para el desarrollo de la investigación, así como las unidades de observación y operacionalización de las variables.

El cuarto capítulo dedicado al análisis e interpretación de resultados a partir de la información recolectada a través de diferentes instrumentos para la recolección de datos, cuyo análisis sirvió para establecer conclusiones y recomendaciones.

En el quinto capítulo se plantea las conclusiones y recomendaciones de manera concreta, necesaria para los antecedentes de la propuesta y la verificación de la propuesta.

En el sexto capítulo, se plantea la propuesta detallada de manera sencilla indicando la factibilidad de aplicación en el contexto como una solución al problema.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de investigación

El Diseño de Modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador y su impacto cultural en mercados turísticos

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

El turismo a nivel mundial, es una de las actividades económicas y culturales más importantes para un país o región, según se define la página web www.importancia.org/turismo.php (fecha de ingreso 7 de junio del 2015), por este motivo los puntos de mayor tránsito turístico, como Francia, Estados Unidos y España, invierten millones de dólares en infraestructura, salud, cultura y seguridad para brindarle al turista una experiencia inolvidable, de acuerdo al artículo publicado por Claudia Ruíz, diario *El Economista*, México D.F., 2015, México regresa al top ten de países más visitados, (16 de abril del 2015). Una de las características que hacen a estos lugares predilectos por los turistas es la gran riqueza cultural que poseen, cada artículo que el visitante adquiere tiene identidad propia del país y es un claro recuerdo de la experiencia que vivió. Desde el glamour parisino hasta el *Street style* de las calles de New York, caracteriza estos destinos turísticos y les proporciona una identidad.

Latinoamérica resalta a nivel mundial por su atractivo natural y exótico, ofrece bio diversidad, eco turismo, multiculturalidad y variedad de etnias, que resulta fascinante para el visitante. A nivel de América Latina, el destino turístico predilecto es México, según el barómetro publicado por la organización Mundial de Turismo (OMT), en el año 2014, a través de su página web www.unwto.org, en este destino se vive la cultura mexicana desde las calles hasta las exposiciones de arte, donde saben que su

tradición es lo que los hace tan especiales, donde los artesanos creativos muestran las varias facetas de su cultura.

Actualmente Ecuador, se caracteriza por un turismo natural, donde el eco turismo y el turismo sostenible, son los principales atractivos que quieren fomentar la importancia que tiene, para su conservación, la práctica de un Turismo Consciente, una propuesta que nació en el país, cuya esencia se fundamenta en el respeto y el amor por la vida, argumento que se encuentra recopilado en el libro Turismo Consciente, publicado en el 2012, Quito-Ecuador, Ministerio de Turismo. El objetivo del país, al igual que el de muchos otros destinos turísticos es captar la mayor cantidad de visitantes e incrementar este número anualmente, lo cual se va a lograr mostrando todos los aspectos que hacen único al país, dándole una identidad única e irrepetible, mostrando los atributos positivos que se ganan al viajar al Ecuador.

1.2.2 Análisis crítico

El turismo es una de las actividades más importantes a nivel mundial por la gran carga económica que genera a la economía de un país, como por el intercambio cultural que se despliega, el idioma, la vestimenta, las costumbres, la gastronomía y la tradición que constituyen la fortaleza de un destino turístico, son los elementos que forman en canje cultural que muchos viajeros buscan en un nuevo destino.

En el Ecuador, se puede apreciar la gran carga cultural que existe y el desinterés de los artesanos y profesionales en explotarlo, debido a la falta de interés en innovar los productos que ofrecen y el cerrado conocimiento en exhibirlo de manera atractiva para el cliente. Además, se evidencia repetitividad en las artesanías, lo que disminuye la capacidad de competitividad entre comerciantes, donde no se le ofrece al cliente diversidad de productos para elegir.

El turismo es una fuente de empleo directo para un amplio sector del país, del cual depende la industria hotelera, gastronómica, de transporte, artesana y comercial, adicionalmente de otros sectores que se ligan indirectamente a esta actividad, por esta razón es lo idóneo potencializar el turismo en el Ecuador, encontrar la identidad del país y promocionarla, para recibir cada año más y más turistas no solo con la finalidad de aumentar nuestros ingresos si no de vender la imagen del país como saludable, única y biodiversa.

1.2.3 Prognosis

El turismo en el Ecuador, no ha venido evolucionando, como lo hacen otros países de Sudamérica, debido a varias razones; entre ellas, la limitada promoción de los aspectos culturales que ofrece, no existe una fuerte participación del sector textil en ferias internacionales, ni propaganda de la diversidad étnica que posee el país.

Si Ecuador se limita a un turismo natural, basado en los atractivos propios de la geografía, cordilleras, montañas, volcanes y nevados, generará que los viajeros vengan a visitar el país con la única finalidad de hacer excursionismo o relajación.

Por este escaso número de ofertas turísticas, Ecuador podría posicionarse entre los destinos menos apetecidos por los turistas internacionales, ya que mientras el país se limita a ofrecer paisajes inigualables, en otros destinos de Sudamérica, como Brasil y Argentina se ofrece una experiencia completa de viaje, que incluye artesanía, paisajes, gastronomía y compras todo conjuntamente le da al paseante una experiencia irrepetible.

Ecuador al no explotar su potencial manufacturero, no promocionar su biodiversidad cultural y no incentivar la producción nacional ocasionara que el turismo genere menos ingresos cada año, y que el turista no infiera en lo que se denomina turismo de compra, cuando visita el país, uno de los beneficios que más liquidez proporciona a un destino turístico, además las manufacturas culturales del país no son identificadas, valoradas ni adquiridas por el visitante lo que ocasiona que los artesanos abandonen

su oficio y no se explore a profundidad esta actividad perdiendo valor histórico y cultural en nuestra identidad como país.

1.2.4 Formulación del problema:

¿De qué manera la degradación turística en el Ecuador incide en el desconocimiento de las manufacturas culturales?

1.2.5 Preguntas directrices:

1.2.5.1 ¿De qué manera se desarrolla la promoción turística del Ecuador?

1.2.5.2 ¿Qué importancia tienen las manufacturas culturales del país?

1.2.5.3 ¿Una colección de indumentaria puede aportar en el enriquecimiento cultural del país mediante la utilización de manufacturas culturales propias de la región?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

- CAMPO: Arte y cultura
- ÁREA: Diseño de modas
- ASPECTO: Manufacturas culturales del Ecuador
- TIEMPO: Año 2015
- ESPACIO: Ecuador
- UNIDADES DE OBSERVACIÓN: Artesanos y productores de la industria textil

1.3 JUSTIFICACIÓN

La cultura es la característica más importante de un país o región, debido a que estructura su identidad y se convierte en la esencia de su imagen, que pretende ser

único e inigualable, lo que impulsa el turismo internacional, brindándole ingresos importantes a la economía local. Por esta razón la cultura nacional debe ser vigorizada y desarrollada en varios aspectos para crear una imagen seductora que incentive la visita de extranjeros.

Esta investigación pretende fortalecer el atractivo cultural del Ecuador, a través de las manufacturas propias de la región, pretendiendo estrechar los lazos de comunicación entre artesanos y productores conjuntamente con el Ministerio de Turismo del Ecuador (M.T.), de esta manera crear un ambiente de cooperación que beneficie a la imagen cultural del país.

Las manufacturas culturales del país, son una fuente de empleo para decenas de familias artesanas y varios productores nacionales que se dedican a rescatar y reconstruir la imagen del país, el objetivo de este proyecto es que el Ministerio de Turismo incentive a estos pequeños productores y artesanos mediante ferias y capacitaciones para que la manufactura del Ecuador no se pierda con el transcurso del tiempo, al contrario se fortalezca y cree vínculos de conexión turística y de exportación de los productos nacionales.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Determinar de qué manera el aumento de turistas en el Ecuador se relaciona con la promoción de las manufacturas culturales.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Examinar cómo se desarrolla la promoción turística del país
- Analizar la importancia de las manufacturas culturales de una región
- Demostrar como las manufacturas culturales de un país aportan en la promoción turística del Ecuador

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El libro Turismo sostenible, publicado por el Ministerio de Turismo, Año de la publicación 2012. Es un texto que relata los motivos por los cuales el turismo en el Ecuador no ha despegado y explica la pauta para brindar a los visitantes del país una nueva experiencia de viaje, dándoles a conocer la cultura tal cual es, las tradiciones en comunidad y sobre todo el conocimiento del país de manera amigable con el medio.

Turismo sostenible, una investigación donde se explican las debilidades del Ecuador en el tema turístico, dando la pauta para el presente proyecto de las causas de estancamiento del potencial del país para darse a conocer en el mercado extranjero.

La tesis para la obtención del título de Ingeniería en Ecoturismo en la Universidad Politécnica del Chimborazo, Facultad de recursos naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, Título del proyecto: Diseño de productos turísticos del Ecuador para el mercado Alemán, elaborado por Daniela Alexandra Flor, Año de publicación 2013.

La tesis es una recolección importante de información sobre los gustos y preferencias del mercado internacional, específicamente Alemán; además, una investigación de los elementos más representativos de distintos sectores turísticos del país.

La tesis elaborada por Daniela Flor, brinda a esta investigación una descripción clara del análisis del consumidor extranjero, estableciendo una lista de requerimientos sobre lo que busca, requiere y espera de la artesanía ecuatoriana.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Toda investigación que quiera trascender debe tener una fuerte base paradigmática y filosófica, debe actuar en función del hombre con un enfoque determinado, es el marco conceptual que guía la presente investigación. Tiene como paradigma el crítico-social; éste paradigma no se conforma con oponerse o enfrentarse activamente

a la visión tecnológica- capitalistas propia del desorden neoliberal parcialmente globalizado; sino que se presenta y actúa positivamente como un eje productivo que ofrece dimensiones propias, métodos específicos y naturaleza de auténtico planteamiento contextual. La visión social-crítica parte de un disgusto y de un deseo. Disgusto por una sociedad injusta y deseo de transformarla, pero se anota que nada es transformable, ni la economía, ni la producción, ni la persona, ni el empresario, ni el artesano, si no existe una conciencia de clase cuya finalidad sea la justicia social.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

- Reglamento General a la Ley del Turismo

Decreto Ejecutivo 1186

Registro Oficial 244 de 05-ene-2004

Última modificación: 09-ene-2008

Estado: Vigente

TITULO SEGUNDO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

CAPITULO I DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje; b) Servicio de alimentos y bebidas Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento; c) Transportación Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación; d) Operación La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) Intermediación La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales. Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial; y, f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Extraído de la página oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec

En el Reglamento General a la Ley del Turismo, se establecen una categorización a todas las actividades que giran en torno a esta actividad, aporta especialmente a la investigación debida que identifica la comercialización de artesanías y productos expendidos en zonas turísticas y especifica las obligaciones y derechos que le otorga la ley para el desarrollo de la actividad.

- Sistema de Gestión de la Calidad NTE INEN ISO 9001, Año 2009.

Objeto y campo de aplicación

1.1 Generalidades: Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, cuando una organización: a) necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.

7 Realización del producto

7.1 Planificación de la realización del producto La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto. La planificación de la realización del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de la calidad. Durante la planificación de la realización del producto, la organización debe determinar, cuando sea apropiado, lo siguiente:

- a) los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto.
- b) la necesidad de establecer procesos y documentos, y de proporcionar recursos específicos para el producto.
- c) las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, medición, inspección y ensayo/prueba específicas para el producto así como los criterios para la aceptación del mismo.
- d) los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos.

El resultado de esta planificación debe presentarse de forma adecuada para la metodología de operación de la organización.

NOTA 1 Un documento que especifica los procesos del sistema de gestión de la calidad (incluyendo los procesos de realización del producto) y los recursos a aplicar a un producto, proyecto o contrato específico, puede denominarse plan de la calidad.

NOTA 2 La organización también puede aplicar los requisitos citados en el apartado 7.3 para el desarrollo de los procesos de realización del producto.

Extracto del Manual de las Normas ISO, actualizado al año 2015.

- Etiquetado de Prendas de Vestir RTE INEN 013 –NTE 1875, Año 2015.

5. REQUISITOS DE ETIQUETADO

5.1 Etiquetas permanentes

5.1.1 La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.

5.1.2 Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.

5.1.3 La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima, la cual debe estar acorde con lo establecido en la NTE INEN 1875

5.1.3.1 Talla para prendas y complementos de vestir.

5.1.3.2 Dimensiones para ropa de hogar.

5.1.3.3 Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizados.

5.1.3.4 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.

5.1.3.5 País de origen.

5.1.3.6 Instrucciones de cuidado y conservación.

5.1.4 La información mínima requerida en el numeral

5.1.3 del presente reglamento, puede colocarse en una o más etiquetas permanentes.

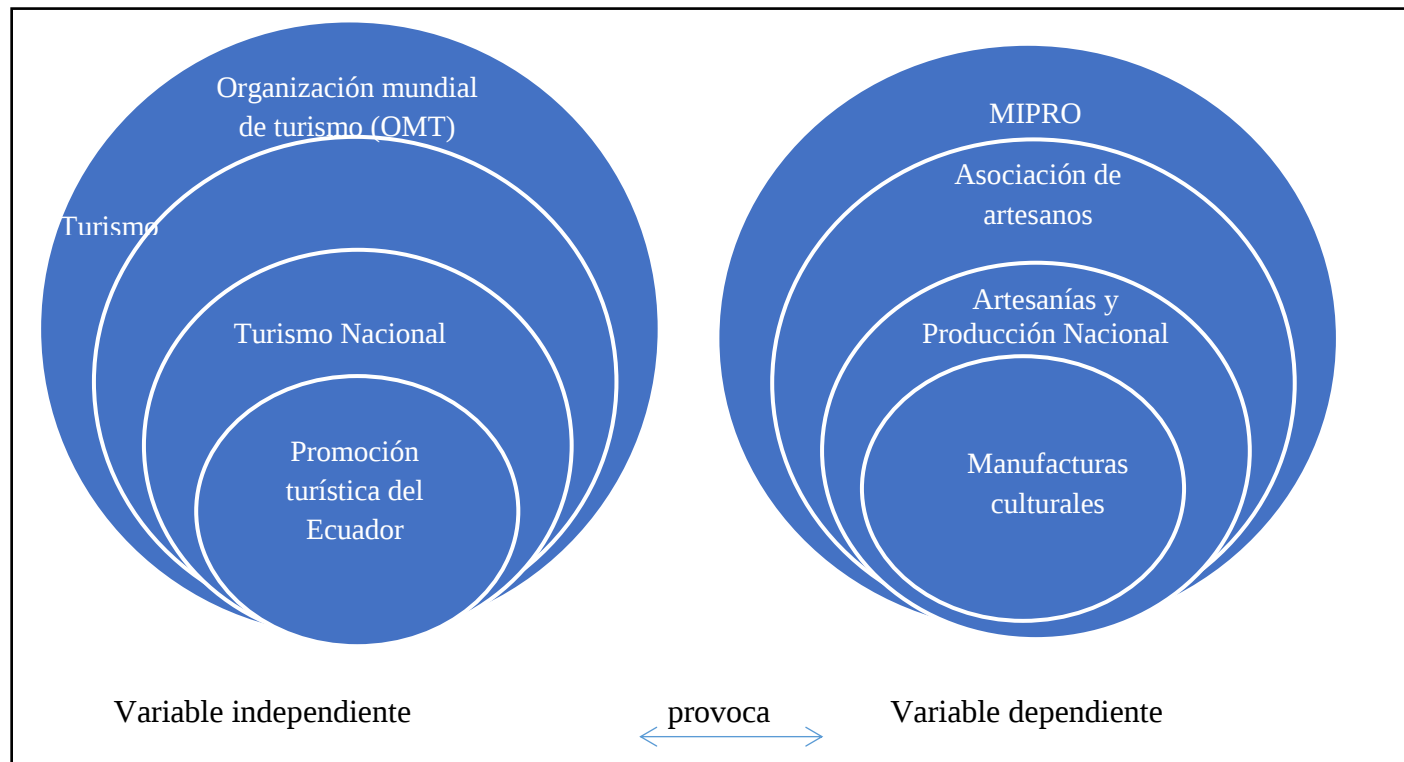
Extraído del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 013:2013.

Esta ley es de suma importancia en el desarrollo del proyecto, porque las prendas deben cumplir con los requisitos de etiquetado para no correr riesgos en el mercado de ser procesados como mercadería ilegal; además certifica que la prenda está elaborada en el país y cumple con las normas establecidas, proporcionándole al usuario la información necesaria para el cuidado y uso de las prendas.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.4.1 Redes conceptuales

Gráfico 1: Redes Conceptuales

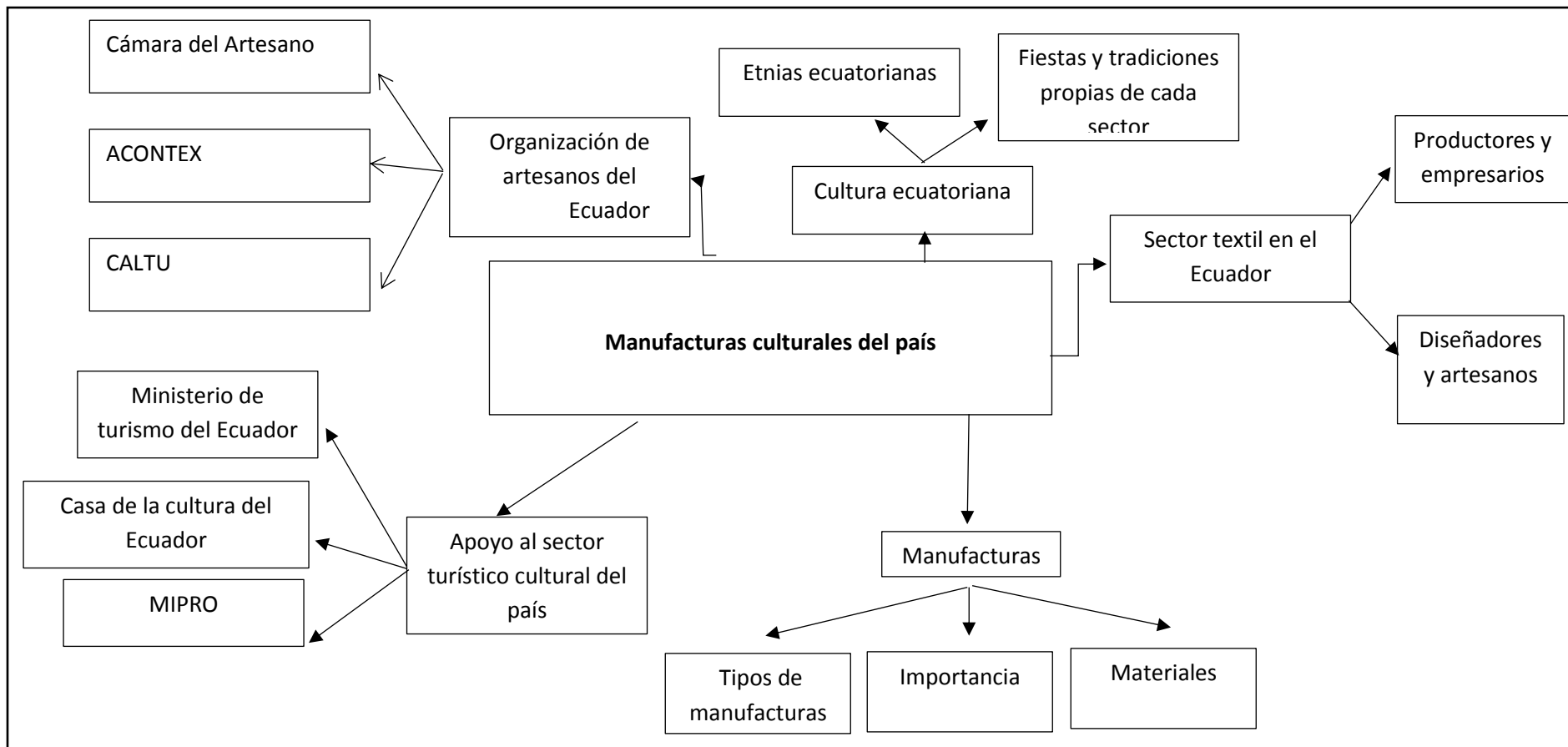


Fuente: Páginas web MIPRO y Ministerio del turismo

Elaborado por: La Autora

CONSTELACIÓN DE IDEAS

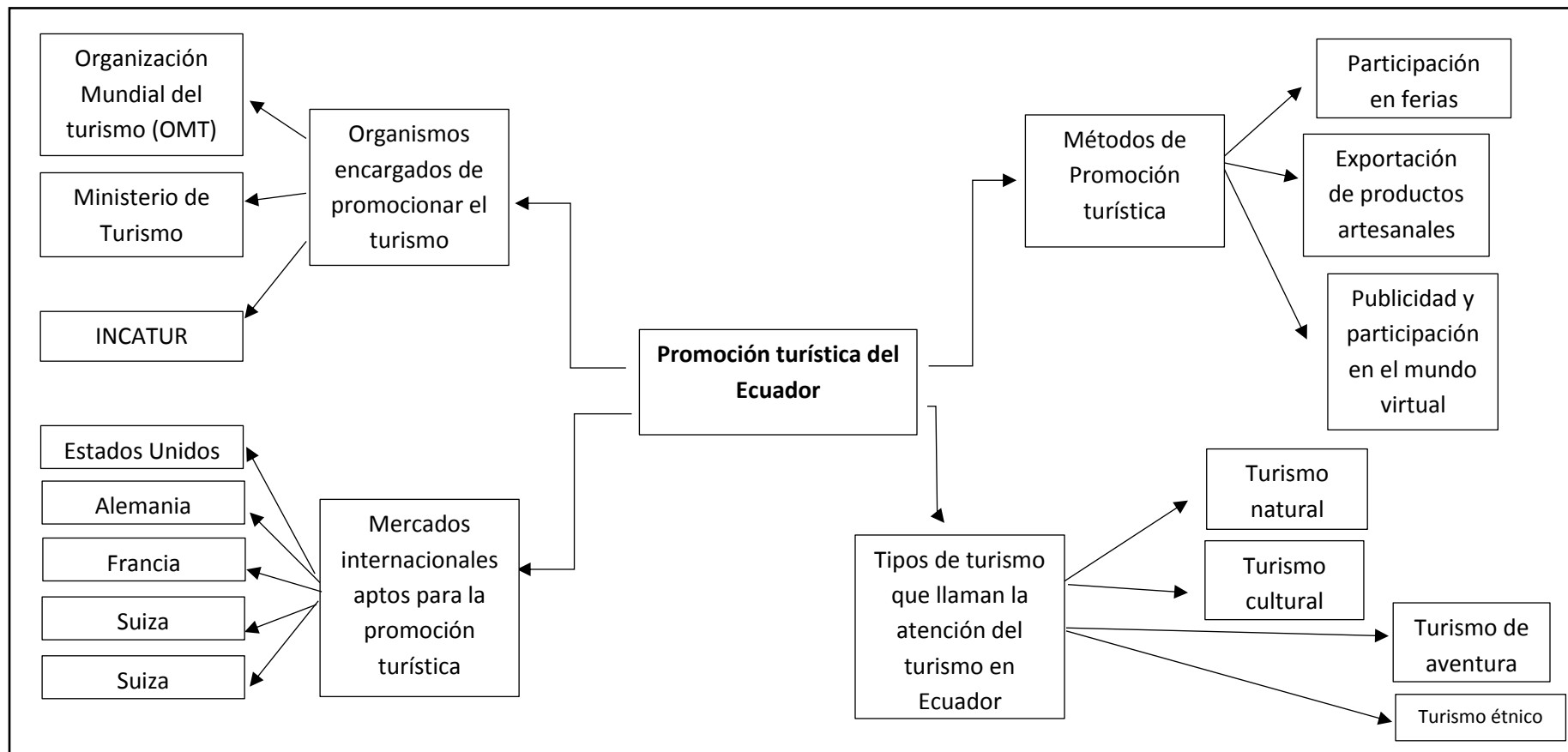
Gráfico 2: Manufacturas Culturales



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3: Promoción Turística del Ecuador



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

2.4.2 Desarrollo de las categorías:

2.4.2.1 MANUFACTURAS

De acuerdo al diccionario de la Lengua Española, publicado en el año 2014, una manufactura es un producto industrial; es decir es la transformación de materias primas en un producto totalmente terminado y destinado a la venta.

Inicialmente la manufactura significa una etapa del desarrollo del capitalismo en que la producción era a mano, es decir, producción de los objetos sin intervención de las máquinas; en esta forma de producción a diferencia del taller artesanal, el objeto no es producido por una sola persona, sino por un grupo de ellas, cada una de las cuales ejecuta una u otra operación, lo que conduce a un rápido incremento de la productividad del trabajo, en comparación con el artesano.

El término puede referir a una variedad de la actividad humana, desde la artesanía a la alta tecnología, pero es más comúnmente aplicado a la producción industrial, en la cual las materias primas son transformadas en bienes terminados a gran escala y con la utilización de máquinas y fuentes de energía más allá del simple trabajo del hombre.

En el Antiguo Régimen, la denominación manufactura, y específicamente las Manufacturas Reales se oponía en la práctica tanto a las instalaciones propias de los talleres gremiales como a las primeras fábricas que fueron el ámbito donde se desarrolló la Revolución industrial. La manufactura en el sentido de fabricación se produce bajo todos los tipos de sistemas económicos; y es una actividad tan propia del ser humano que lo define como especie, siendo los restos de cultura material del Paleolítico los primeros testimonios de la presencia humana sobre la tierra, al ser más resistentes incluso que los restos anatómicos.

En el sistema económico capitalista, la fabricación se dirige, a través del mercado libre y la libre empresa, hacia la fabricación en serie de productos para la venta a un

mercado masivo de consumidores (sociedad de consumo). En los países del denominado socialismo real, que pretendían la construcción de un modo de producción socialista, la fabricación estaba dirigida por una agencia estatal (planificación), y se privilegiaba la industria pesada sobre la de bienes de consumo. En las economías modernas, la fabricación discurre bajo algún grado de regulación gubernamental.

La fabricación moderna incluye todos los procesos intermedios requeridos para la producción y la integración de los componentes de un producto. El sector industrial está estrechamente relacionado con la ingeniería y el diseño industrial.

El proceso puede ser manual (origen del término) o con la utilización de máquinas. Para obtener mayor volumen de producción es aplicada la técnica de la división del trabajo, donde cada trabajador ejecuta sólo una pequeña porción de la tarea. Así, se especializa y economiza movimientos, lo que va a repercutir en una mayor velocidad de producción.

Aunque la producción artesanal ha formado parte de la humanidad desde hace mucho tiempo (desde la Edad Media), se piensa que la manufactura moderna surge alrededor de 1780 con la Revolución industrial británica, expandiéndose a partir de entonces a toda la Europa Continental, luego a América del Norte y finalmente al resto del mundo.

El Arsenal de Venecia ofrece uno de los primeros ejemplos de una empresa manufacturera en el sentido moderno, fundada en 1104 en Venecia producía casi un barco todos los días y en su apogeo tenía 16.000 empleados especializados.¹

La manufactura se ha convertido en una porción inmensa de la economía del mundo moderno. Según algunos economistas, la fabricación es un sector que produce riqueza en una economía, mientras que el sector servicios tiende a ser el consumo de la riqueza.

2.4.2.2 TIPOS DE MANUFACTURAS:

De acuerdo a la publicación de Ana Lucía Cabrera Hidalgo, Ingeniera de manufactura, en la Universidad del Valle en Guatemala, en el año 2011, existen cuatro clases de manufacturas según la productividad, estas son:

A. Manufactura de clase mundial

Se refiere a aquellas cosas que están entre lo mejor del mundo en su tipo y se enfoca en seis aspectos críticos:

- La satisfacción al cliente
- La innovación constante en los productos y servicios
- Sincronización continua en la cadena de valor
- Cultura de mejora continua: optimización de recursos y minimización de pérdidas.
- Adaptación constante
- Crecimiento general de la empresa

Como ejemplo, tenemos a la empresa INDITEX S. A, acrónimo de Industria de Diseño Textil, Sociedad Anónima, es un grupo multinacional español de fabricación y distribución textil. Tiene su sede central en el Polígono Industrial de Sabón, en Arteijo, La Coruña, España.

Inditex opera 6.248 tiendas bajo las marcas Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Oysho, Kiddy's Class, Uterqüe o Stradivarius, entre otras.

Se destaca actualmente como el mejor modelo de negocio Mundial, siendo Amancio Ortega, su propietario mayoritario, el hombre más rico del mundo, de acuerdo a la revista FORBES. INDITEX, cumple con los requisitos de crecimiento, mejora continua, satisfacción al cliente e innovación que requiere una manufactura de clase mundial. Datos recaudados de la página web oficial www.inditex.com, año 2016.

B. Manufactura Celular

Se basa en un concepto de velocidad, pretende crear la idea de una mini fábrica dentro de una fábrica, esta regula sus costos de operación, plazos de entrega y administra la estructura y determina los recursos técnicos y humanos necesarios.

Un claro ejemplo de Manufactura Celular, es la empresa Ralontex, en la ciudad de Ambato, donde el negocio se basa en la velocidad de confección de las prendas, se manejan los costos de manera cuidadosa y los plazos de entrega están previamente establecidos. Información obtenida mediante la entrevista realizada a empresarios locales.

C. Manufactura flexible:

Es un sistema integrado por máquinas herramientas enlazadas mediante un sistema de manejo de materiales automatizados con tecnología convencional o un controlado por un numérico, debido a su versatilidad son flexibles.

El modelo de manufactura flexible, es la empresa Roland, ubicada en la ciudad de Quito, tiene un proceso de producción flexible, debido a la versatilidad y automatización de maquinaria, si bien es cierto, son conocidos por su producto estrella las medias, tienen una variedad de productos que se distinguen por su tecnología y calidad.

D. Manufactura Esbelta:

Son varias herramientas que le ayudara a eliminar todas las operaciones que no le agregan valor al producto, servicio y a los procesos, el fin es aumentar el valor de cada actividad realizada y eliminar lo que no se requiere.

La filosofía de este tipo de manufactura se basa en:

- Eliminación planeada de todo tipo de desperdicio
- Respeto por el trabajador

- Mejora consistente de productividad y calidad

La marca de ropa HyM, conocida a nivel mundial, por sus colecciones de moda y utilizar a modelos de talla mundial para sus campañas, en el año 2012, empezó su línea denominada “consciente” que además de respetar al medio ambiente en los procesos de confección de las prendas, tiene políticas de trato con sus empleados y asegura que la ropa está elaborada bajo las leyes de trabajo vigentes. Extraído del artículo de prensa, publicado en el año 2012, por la revista Iprofesional, disponible en el sitio web www.iprofesional.com.

E. Manufacturas Culturales

La manufactura cultural es la creación de productos con valor histórico, ancestral y con riqueza de información sobre la persona o pueblo donde se elaboró, de acuerdo, a la información publicada por la UNESCO, en el artículo “la artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera”, explica que la artesanía, es un productos elaborado con las manos, con herramientas manuales o mecánicas, siempre que el aporte manual sea lo más importante en el acabado. Además, el artículo nos explica que pueden elaborarse una infinidad de estos productos siempre y cuando sean con materiales sostenibles para el medio ambiente y contengan características distintivas vinculadas a la cultura, estética, tradicionales, distintivas, funcionales, religiosas, etc.

Un ejemplo de manufactura Cultural, es el mercado artesanal de Salasaca, donde se fabrica desde la materia prima, hasta productos terminados en la Asociación de Artesanos de Salasaca, quienes conservan las técnicas ancestrales en sus procesos.

Importancia de las manufacturas culturales

La manufactura es parte importante del desarrollo económico de un país, debido a que es un sector que promueve el trabajo y genera fuentes de empleo para millones de personas. La manufactura cultural a su vez, además de ser una fuente importante de empleo, promueve la identidad de una región destacando sus características más

importantes, para Eutimio Tobar Rodríguez, autor del libro “Artesanía Mexicana”, las manufacturas culturales es el término medio entre diseño y arte, en el cual la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto es de vital importancia.

Materiales

En la elaboración de artesanías y productos de manufactura se utilizan distintos materiales, entre los más populares tenemos:

Textiles

Diferentes tipos de textiles se utilizan para la elaboración de manufacturas, el tejido puede ser plano; es decir, que el tejido está formado por trama y urdimbre entrelazada y este tejido se caracteriza por no tener elasticidad. Otro tipo de tela es el tejido de punto, el cual tiene como característica principal su tejido en forma de panal de abeja, que permite un cierto porcentaje de elasticidad. Otro tipo de textil son los no tejidos; es decir, que no tienen un entrelazado visible, simplemente son fibras compactadas, como el paño.

Tejidos

Los tejidos artesanales elaborados con lana o hilo, son de los predilectos para la elaboración de artesanías, por lo noble y manejable de los materiales, los tejidos son un tipo de unión de las hebras para darle la forma deseada.

No tejidos

Existen materiales empleados para la elaboración de ropa, accesorios y otros elementos que se consideran no tejidos debido a su estructura compacta y donde no se evidencia el enlace de tramas, se las denominada fibras compactadas, tenemos por ejemplo: el cuero, el paño, entre otros.

Cuero (Textil)

La materia de partida para la obtención del cuero, es la piel de animales, se obtiene de toda clase de ganado vacuno como toros, bueyes, vacas y terneros, pero actualmente el mundo de la moda consigue este cuero de distintos animales desde reptiles hasta aves.

Telar

“Máquina para tejer”, es el concepto encontrado con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 23va Edición, publicada en el año 2014.

Pero de acuerdo al mercado artesanal, los telares son tejidos elaborados de manera manual con la ayuda de máquinas que entrelazan los hilos de algodón para formar figuras y colores en el producto.

ARTESANOS

El artesano hace referencia a la persona que trabaja de manera manual y elabora piezas de gran riqueza bajo su influencia ancestral, además comercializa su producto y utiliza materiales propios de la zona donde vive, lo cual aporta un mensaje de respeto y exaltación a su sector.

Los objetos producidos suelen tener un valor estético y/o utilitario. El artesano puede vender, a título personal o a terceros sus creaciones, las cuales produce en su "taller", a pie de calle, en un puesto de artesanía o en el taller de un maestro artesano, cuando trabaja como empleado.

Los artesanos y su trabajo suelen formar parte del folclore de su lugar de origen, utilizan materiales típicos de su zona para fabricar sus productos o se inspiran en motivos tradicionalmente lugareños. Cada cual suele tener sus materiales preferentes, que en muchos casos imprimen un estilo especial a sus creaciones; entre los materiales que utilizan se incluyen: conchas marinas, algas, granos de arroz, cuarzo,

maderas específicas, piedras, huesos, incluso fósiles u otros elementos que el propio artesano recoge y elige en playas o campos, etc.

ORGANIZACIONES DE ARTESANOS DEL ECUADOR

Cámara de Artesanos del Ecuador

Es una entidad pública encargada de dar protección dentro y fuera del país a toda la comunidad de artesanos, es un organismo que se dedica a dar capacitaciones, asesoría y ayuda a sus integrantes.

ACONTEX, Asociación de confeccionistas textiles

Es un organismo que pertenece al Gobierno Provincial de Tungurahua, al departamento de planificación, tiene como finalidad reconocer, capacitar, asociar, apoyar y brindar todo tipo de ayuda al confeccionista ecuatoriano, lo hacen mediante capacitaciones y talleres en sus instalaciones, ubicados en la ciudad de Ambato.

CALTU, Cámara Nacional de Calzado

Es la organización, que tiene como objetivo “Conseguir fondos de la cooperación internacional para el desarrollo de proyectos aprovechando la representatividad del gremio y la trayectoria de sus socios”, de acuerdo a lo expresado en la página web de la Cámara Nacional de Calzado.

ORGANIZACIONES DE APOYO AL SECTOR TURÍSTICO CULTURAL DEL ECUADOR

El apoyo al sector turístico del país, es de gran importancia debido al desarrollo social y económico que implica, mientras tanto el turismo cultural, no tiene el apoyo que merece, debido a que no se conoce el gran poder para atraer turistas al país.

Ministerio de Turismo del Ecuador

Este ministerio tiene como misión “que el turismo sea un instrumento clave para el desarrollo social y económico en el largo plazo. Trascender y convertir al sector en

una fuente de riqueza intergeneracional para el país”, de acuerdo a lo expresado en la página oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Casa de la Cultura del Ecuador, Benjamín Carrión

Es uno de los organismos más importantes a nivel nacional debido al respeto, tradición y conocimiento que representa para sus miembros y para la ciudadanía en general. Su finalidad está orientada a fortalecer el devenir histórico de la patria y cuyo fundamental propósito es dirigir la cultura con espíritu esencialmente nacional, en todos los aspectos posibles a fin de crear y robustecer el pensamiento científico, económico, jurídico y la sensibilidad artística de la colectividad ecuatoriana.

MIPRO, Ministerio de Industrias y Productividad

La misión del Ministerio de Industrias y productividad es “impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo”, de acuerdo a lo establecido en la página web del ministerio.

CULTURA ECUATORIANA

La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a muchas diferentes etnias, por tanto es muy diversa. Los grupos étnicos más grandes son los mestizos y constituyen el 65 % de la población, datos encontrados en la página web <http://www.en-ecuador.com/cultura.php>, un diario en línea dirigido por periodistas anónimos.

La cultura es la base de cualquier civilización, es la manifestación material, espiritual e ideológica que representan a una o varias personas y que las identifican como parte de un conjunto mayor de individuos, de acuerdo a un artículo publicado en la página web: <http://www.importancia.org/cultura.php>.

Etnias ecuatorianas

En las tres regiones continentales del Ecuador viven 14 nacionalidades indígenas, cada uno con tradiciones diversas y sus propias convicciones.

En la Amazonia, se encuentran ocho etnias, que tienen diferente lengua, cultura y tradición, todas viven de la bondad de la tierra y tienen costumbres arraigadas, se basan en un gobierno autónomo y tienen autoridades propias, entre las más destacadas de la región, ubicaremos las siguientes:

Huaorani: Son un pueblo amerindio que habita al noroccidente de la Amazonia, al oriente de Ecuador, Su territorio ancestral está situado entre el río Curaray y el río Napo, tienen una relación estrecha con la tierra y la explotación de diversas plantas.

Shuar: Son el pueblo amazónico más numeroso, habitan en las selvas de Ecuador y Perú, los conquistadores españoles los llamaron jibaros, su economía se basa en la recolección de frutos, en la caza y en la pesca, además de la ganadería.

Tageri: Parientes de los huaorani, hacen referencia a un clan indígena aislado voluntariamente, son grupo no contactado, por lo tanto no existen muchos datos acerca de esta etnia.

En la región Sierra y Austro del país, encontramos cuatro etnias:

Otavalos: Se ubican en la provincia de Imbabura, son conocidos por una gastronomía propia de los Andes, artesanías y telares de gran valor cultural y por su vestimenta ancestral, es una de las etnias con una tradición arraigada y vida religiosa activa.

Salasacas: Etnia ubicada en la provincia de Tungurahua, en el centro de los andes del Ecuador, el idioma oficial es el Kichwa, están organizados en ayllus, integrado por el padre, madre y sus hijos y los hijos políticos. Los hijos desde muy temprana edad son miembros activos en las tareas de producción familiar. Subsisten bajo una tradición ganadera, agrícola y artesanal.

Cañaris: eran los antiguos pobladores del territorio de las provincias de Azuay y de Cañar en el territorio del Ecuador, aunque también se han encontrado pruebas de la presencia de esta etnia en otras provincias como Chimborazo, El Oro, Loja y Morona Santiago.

Saraguros: Es el nombre de un pueblo indígena, ubicados en la sierra ecuatoriana, la lengua oficial es el kichwa, se ubican en las provincias de Zamora Chinchipe y Loja, es una de las civilizaciones que sobrevivió a la colonización española, conservan su vestimenta autóctona con ponchos y sombreros blancos.

En la Costa Pacifico, encontramos las siguientes etnias:

Chachis: Son un grupo étnico indígena que habita la zona selvática del noreste de Esmeraldas, sobre la costa norte de Ecuador, también se conocen con el nombre de Cayapas, debido a su lengua original, mientras que chachi, se definen por la lengua chapalaa que también es utilizada por esta etnia.

Tsáchilas: También son llamados Colorados, habitan la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas en Ecuador, su idioma es el Tsáfiqui, de la familia lingüística barbacoana, que quiere decir verdadera palabra, de acuerdo a lo expresado en la revista digital Lenguas y Culturas del Ecuador, escrito por Montserrat Ventura, Universidad de Barcelona en el año 2010.

Huancavilcas: Son una etnia de la época precolombina y aún subsisten con el nombre de comuneros, se extendieron desde la Isla Puná cerca de la ciudad de Guayaquil, hasta las provincias de Santa Helena y Manabí, tienen una gran carga

cultural debido a los restos de artesanía y cerámica encontrados en este territorio, según lo detalla la doctora Silvia Alvarez, en su tesis “De huancavilcas a comuneros”.

Fiestas y tradiciones relevantes para el turismo, Ecuador es un país con costumbres y tradiciones arraigadas, que vienen conservándose durante años y transmitiéndose de generación en generación, estas tradiciones se mantienen más sólidas y protegidas en pueblos y culturas conservadoras, debido a la importancia familiar y comunal que mantienen.

Fiesta del Inti Raymi, Esta fiesta se basa en el agradecimiento al dios Inti (Sol) por la abundancia en las cosechas y a la Pachamama (Madre Tierra) por cuidar y bendecir cultivos. Se lleva a cabo el 21 de junio en casi todas las poblaciones indígenas de la serranía. Las más reconocidas se registran en las provincias de Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua, Cañar, Azuay y Loja. “La fiesta popular del Inti Raymi se caracteriza por tener danzantes que llevan sus cabezas decoradas con espejos, lentejuelas y plumas; o en el camino del Aya Huma (Diablo Huma) este personaje puede girar muy cerca de ti con su máscara de dos frentes”, de acuerdo lo expresado en la página web <http://ecuador.travel/blog/10-fiestas-populares-del-ecuador>, publicada en el año 2010, bajo una autoría anónima.

La Mama Negra, Celebración conocida también como la Santísima Tragedia, se lleva a cabo en la ciudad de la Latacunga, provincia de Cotopaxi, es una muestra de culturas indígena, española y africana del Ecuador. Se lleva a cabo en el mes de septiembre, tiene una gran carga religiosa, tradicional y cultural donde se celebra a la virgen de la Merced y el mestizaje que existe en el país, estos datos se encuentran en la página oficial de la Mama Negra: <http://www.mamanegra.com.ec/>, redactado por el departamento de cultura del gobierno provincial de Cotopaxi, en el año 2013.

La Chonta en la Amazonía, Esta fiesta popular lleva el nombre de chonta, debido a una fruta amazónica, se lleva a cabo en el mes de mayo, cuando hay mayor producción de dicha fruta, es una celebración donde se agradece la cosecha de dicha fruta y reunir a las comunidades alrededor de la chonta. Todos cantan y bailan para

agradecer a la tierra por su generosidad, según lo expresado por Alfonso Tandazo, en la revista SURTREK, que es especialista en promocionar destinos turísticos en Norte América.

El Rodeo Montubio Costeño, Se realiza en la provincia de El Oro, en poblaciones de Pimocha y Vinces, o los alrededores de Vinces, es una celebración llena de color donde varios jinetes compiten en distintas competencias y luchan por la Criolla Bonita, esta celebración es la expresión más rica y característica de la cultura montubia, nacida en la Colonia, en la época de la explotación cacaotera, y resultado de la mezcla entre los pueblos originarios del litoral con esclavos negros, así como con españoles, criollos y mestizos, según datos recopilados por SURTREK, en el año 2014.

El Carnaval de Guaranda, El carnaval es la fiesta mayor de los guarandeños, que nació en la época de las tribus gurangas donde se realizaba una celebración en honor al cacique, para dar gracias a la Pachacamac y a la naturaleza por sus bondades, en esta fiesta participa todo el pueblo con danzas, comida y bebida propias de la zona, la alegría y la buena voluntad son claves en esta celebración, donde la finalidad, aun en estos días, es compartir con los vecinos, conocidos y darle al turista una experiencia cálida y amigable. Datos extraídos de la entrevista realizada al Taita Carnaval 2014, Ing. William Fierro, “El carnaval de Guaranda y su historia”.

Las fiestas de las Flores y de las Frutas, Es una fiesta popular, se lleva a cabo en el mes de febrero y marzo de cada año en la provincia Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato, la fiesta se realizó con características únicas por su contenido: aroma de frutas, perfume de flores, belleza de las mujeres, manifestaciones de arte, cultivo de tradiciones: todo sobre una base de tradiciones, respeto y solidaridad.

La Diablada de Píllaro, La diablada, es una celebración que se lleva a cabo en la provincia de Tungurahua, en el cantón Píllaro, para recordar la llegada del Diablo a América con el cristianismo.

SECTOR TEXTIL EN EL ECUADOR

El sector textil en el Ecuador se remonta a la época de la colonia, donde se utilizaba la lana de oveja en los obrajes para los tejidos, y las primeras industrias se dedicaron al procesamiento de lana de oveja, a lo largo de los años se ha ido desarrollando el sector textil, ubicándose en gran porcentaje en las provincias de Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación ha permitido que se fabriquen gran número de productos, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen, actualmente más de 50 000 personas se encuentran laborando en este sector, de acuerdo a la investigación realizada por la AITE, Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, en el año 2012.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada.

Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos.

Productores y Empresarios

Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores. Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada. Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

No existen datos sobre producción nacional de textiles y confecciones, información que al existir, beneficiaría tanto al sector como a las diversas entidades públicas para poder implantar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector en temas puntuales. Datos obtenidos del Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones, elaborado por Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Dirección de Promoción de Exportaciones de PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, elaborado en el año 2012.

Los empresarios y productores ecuatorianos son el potencial de la producción nacional, que llevara a desarrollar el campo de la confección en el país, la Cámara de la Industria, es de los organismos que protege y ampara a los empresarios y productores, dándoles la oportunidad de formar sus empresas legalmente, brindándoles regulación, capacitación y oportunidad de abrir nuevos mercados, de

acuerdo a lo expresado en el Diario El Ciudadano, publicado en marzo del 2015, escrito por Kate Morejón, periodista independiente.

Diseñadores

Un diseñador es un profesional que ejerce la profesión del diseño. Un profesional de este tipo puede dedicarse o especializarse en una gran variedad de objetos o áreas del diseño. Los diseñadores son responsables del desarrollo, en cuanto al proyecto, de un objeto, producto, o concepto.

Los diseñadores trabajan según un proceso de diseño que comienza con la interpretación o detección de un problema o necesidad y culminan con la producción o construcción de la solución a este problema. En este proceso intervienen, entre muchas otras, habilidades que se relacionan con el manejo y conocimiento de las ciencias, auxiliares del diseño la tecnología, la psicología, la forma, la ergonomía, el lenguaje, la comunicación visual, la cultura general y una gran capacidad creativa.

Normalmente el ejercicio de la actividad implica un contrato profesional entre el diseñador y el cliente, que suele ser un fabricante o una empresa, aunque también la puede desarrollar por cuenta propia y sin relación de dependencia, tanto en equipo como individualmente. En todos los casos la práctica conlleva una gran responsabilidad y dominio de las implicancias éticas del ejercicio.

Los diseñadores en el Ecuador, son un elemento poco valorado y atendido por los organismos de control, debido a que no existen asociaciones que beneficien a estos profesionales para su desarrollo y mejoramiento continuo. Los diseñadores son la fuente creativa que debe tener toda empresa de moda para su mejoramiento e identidad.

Artesanos

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro,

San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles. Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentran en los cantones de Alausí, Chunchi, Colta, Guamote, Guano, Penipe y Riobamba y es donde se elaboran ponchos, teñidos con la técnica ancestral “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros. En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat. A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montúfar.

La provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño. Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, dedicada a la producción de sacos de lana, shigras, ponchos y bayetas.

Los artesanos son los productores de la cultura y artistas de nuestra tradición, son la mezcla entre productor y comerciante, que elabora artículos mayoritariamente con sus manos y con la ayuda de herramientas manuales, busca plasmar sus conocimientos y cultura en un objeto utilitario.

2.5 HIPÓTESIS

La promoción de las manufacturas culturales incide en el turismo de Ecuador.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

2.6.1 Variable independiente

Promoción en mercados turísticos internacionales

2.6.2 Variable dependiente

El diseño de modas a través de las manufacturas tradicionales del Ecuador

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENFOQUE

La elaboración del informe, se logró una vez culminada la consulta de todos los puntos de cada capítulo; de esa manera se consiguió un documento con la debida fundamentación bibliográfica y con el aporte personal de las experiencias.

3.1.1 Cualitativo

La investigación sostiene un enfoque dentro del paradigma cualitativo, porque trata de explicar las múltiples relaciones de la comunidad artesana e industrial del país, las implicaciones filosóficas, epistemológicas, humanas que están presentes en un contexto que no es generalizable, que se manifiesta de manera holística asumiendo una realidad única y dinámica, según lo citado en el libro “Políticas Públicas en Salud y su Impacto en el Seguro Popular de Culiacán, Sinaloa, México” escrito por Manuel Ildefonso Ruiz Medina, año 2005.

3.1.2 Cuantitativo

El proyecto se basa en el paradigma cuantitativo porque buscó causas de los hechos, estableció consecuencias, asumió una realidad estable y cuantificable por partes, poniendo énfasis en el resultado final para la verificación de la hipótesis planteada.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Bibliográfico-documental

Se trató de una investigación bibliográfica porque la información requerida se obtuvo, y amplió utilizando el criterio, las teorías, conceptualizaciones de diferentes autores, de fuentes documentales como libros, folletos, tesis.

3.2.2 De campo

La investigación de campo, constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, según el libro Metodología, de RENA.EDU, publicado en el 2012.

La presente investigación fue de campo porque el estudio sistemático de los hechos se realizó en el lugar en que se producen, tomando contacto con la realidad de los artesanos, diseñadores y empresarios textiles con la finalidad de obtener información.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.2 Descriptivo

La Investigación es del tipo descriptiva se trató de una investigación de tipo descriptivo, porque se conoció de manera detallada y concreta el problema que guarda característica de medición precisa, porque es una investigación de interés social. El presente trabajo demostró una asociación de variables y buscó Se trató de una investigación de tipo descriptivo porque se conoció de manera detallada y concreta el problema que guarda características de medición precisa, porque es una investigación de interés social. El presente trabajo demostró una asociación de variables y buscó medir el grado de relación entre ellas en los mismos sujetos, determinando las tendencias y modelos de comportamiento mayoritario.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Población, según Pascal Lara (2005), “es el conjunto conformado por todos los individuos, objetos o hechos requeridos a cierto tiempo y a un espacio previamente determinado”.

Para la presente investigación, la población, motivo de estudio, está conformado por artesanos de la provincia de Tungurahua, que se encuentren desarrollando las actividades comerciales o de producción y que estén afiliados a la Cámara de Artesano, habiendo sido seleccionados por la naturaleza de su actividad, técnica y desempeño laboral.

Tabla 1: Determinación de la población I: Artesanos

N°	UNIDADES DE OBSERVACIÓN	POBLACIÓN
1	Artesanos pertenecientes a la Cámara del Artesano de la provincia de Tungurahua	800
TOTAL:		800

Fuente: Cámara del Artesano
Elaborado por: Andrea Montalvo

Determinación de la población II: TURISTAS

La segunda población, que se toma de referencia para la elaboración del segundo bloque de encuestas son los turistas que visitan Ecuador, específicamente la provincia de Tungurahua, en lo que va del año 2015 se registró un ingreso de 152 mil extranjeros que visitaron el país, de este porcentaje de acuerdo a lo planteado por el Ministerio de Turismo, los visitantes que van a la provincia de Tungurahua es el 20% de la cifra planteada; lo que corresponde a 30,400 personas extranjeras que ingresan a la provincia.

3.4.2 Muestra

Artesanos

En esta investigación la población es de 800 personas, el cálculo de la muestra que se empleará es el muestreo simple, esto indica que cualquier artesano tiene la misma oportunidad de quedar incluido en la muestra, con esta población se estima un 95% de nivel de confianza y un 5% de proporción al error y una probabilidad de ocurrencia del 50%.

Tabla 2: Cuadro de Producción del nivel de confianza

NC (%)	AREA	Z
95	0.45	1.65
99	0.49	2.33

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

SIMBOLOGÍA

n= Tamaño de la muestra

PQ= Constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0,5) (0,5)= 0,25

N= Universo

E= Error de muestreo

K= Coeficiente de corrección del error (2)

N= es el tamaño de la población

NC= nivel de confianza

z= 1- nivel de confianza (tabla)

DATOS PARA CALCULAR LA MUESTRA

Tabla 3: Datos para calcular la muestra

N	800
E	5%=0.05
NC	95%
PQ	0,25
K	2
Z	1.65

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

CÁLCULO

FÓRMULA

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

$$n = \frac{(0,25)(800)}{\frac{(800-1)(0,0025) + (0,25)}{4}}$$

$$n = \frac{200}{0,74}$$

$$n = 270,27 \text{ artesanos}$$

Conclusiones:

Después de realizar los cálculos correspondientes, de acuerdo a lo que dicta la fórmula estadística de la población para una muestra finita, se ha definido una muestra de doscientas setenta y un Artesanos, para el objeto de investigación, y con quienes se llevara a cabo las encuestas correspondientes.

Cálculo de la muestra II: Turistas

Para determinar la segunda muestra poblacional de individuos a los que se va a realizar las encuestas, se decidió tomar el número de 384, que es un estándar estadístico, que se utiliza y es válido en poblaciones de gran tamaño.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La operacionalización de las variables está constituida por una serie de procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida conceptualmente. En la definición operacional se debe tener en cuenta que lo que se intenta es obtener la mayor cantidad de información posible de la variable seleccionada. La operacionalización de las variables está estrechamente vinculada al tipo de técnica o metodología empleadas para la recolección de datos y deben ser compatibles con los objetivos de la investigación, a la vez que responden al enfoque empleado.

Tabla 4: Matriz de operacionalización de la variable independiente

Variable independiente: Promoción en mercados turísticos internacionales				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas Instrumentos
La promoción del turismo en mercados internacionales es un medio para dar a conocer los atractivos del país e incentivar la visita de viajeros al destino, además es un motor económico potencialmente activo, que solo espera aumentar la actividad económica de los diferentes sectores del país.	Promoción	Venta de artículos y experiencias	¿Los consumidores de sus productos de qué origen son?	Encuesta a artesanos
	Atractivos	Cultura Paisajes Tradiciones	¿Qué características buscan sus clientes en los productos?	Encuesta a artesanos
	Economía	Aporte al nivel económico del país	¿Cuántos productos expende diariamente? ¿Cuál es el rango de precios que maneja en sus productos?	Encuesta a artesanos

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Tabla 5: Matriz de operacionalización de la variable independiente II

Variable independiente: Promoción en mercados turísticos				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas Instrumentos
La promoción del turismo en mercados internacionales es un medio para dar a conocer los atractivos del país e incentivar la visita de viajeros al destino, además es un motor económico potencialmente activo, que solo espera aumentar la actividad económica de los diferentes sectores del país.	Turismo	Motores	¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?	Encuestas realizadas a turistas
	Economía	Tradición Paisaje Cultura Idioma	¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones de un país?	Encuestas realizadas a turistas

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Tabla 6: Matriz de operacionalización de la variable dependiente

Variable dependiente: Manufacturas culturales del país				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e Instrumentos
La cultura del Ecuador, se representa visualmente la estética con las manufacturas que elaboran los artesanos de nuestro país, debido a que son productos que combinan información cultural, mediante las técnicas y materiales utilizados, pero a la vez se muestran comercialmente y accesible al turista.	Estética	Diseño Apariencia	¿Considera que un mejor diseño mejoraría sus ventas? ¿Qué tendencias utiliza para el lanzamiento de sus productos?	Encuesta a artesanos Entrevista a diseñadores y empresarios
	Información cultural	Técnica Materiales	¿Cuál es la técnica que más llama la atención en sus productos? ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar sus productos?	Encuesta a artesanos
	Comercialización y accesibilidad	Precio Tiempos de producción	¿Cuál es el rango de precios que maneja en sus productos? ¿Qué tiempo se tarda en elaborar sus productos?	Encuesta a artesanos

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Tabla 7: Matriz de operacionalización de la variable dependiente II

Variable dependiente: Manufacturas culturales del país				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e Instrumentos
La cultura del Ecuador, se representa visualmente la estética con las manufacturas que elaboran los artesanos de nuestro país, debido a que son productos que combinan información cultural, mediante las técnicas y materiales utilizados, pero a la vez se muestran comercialmente y accesible al turista.	Información cultural Trascendencia	Identidad	Según su opinión, ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultura? ¿Recomendaría usted los productos artesanales ecuatorianos?	Encuestas a turistas
	Información cultural	Técnicas Materiales	¿La artesanía que se oferta actualmente representa técnicas culturales ancestrales? ¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?	Encuesta a turistas
	Ambiente	Ecología Medio ambiente	¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?	Encuesta a turistas

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Tabla 8: Cuadro de Plan de Recolección de Información

PERSONAS U OBJETOS	PARA QUE	SOBRE QUE ASPECTO	CUANDO	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	CON QUÉ INSTRUMENTO
Artesanos Turistas Empresarios	Determinar cómo se lleva a cabo la promoción turística del Ecuador en mercados internacionales	Promoción turística	Julio	Entrevista Encuesta	Guía de entrevista Cuestionario
Diseñadores	Establecer como las manufacturas culturales del país intervienen en la promoción del turismo del país en mercados internacionales	Manufacturas culturales	Julio	Entrevista Encuesta	Guía de entrevista Cuestionario

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

3.6.1 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Tabla 9: Cuadro de Plan de Procesamiento de la Información

ACTIVIDAD	INSTRUMENTO	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	REPRESENTACIÓN	FECHA DE ELABORACIÓN
Estudio de la información	Entrevista	• Análisis crítico • Obtención de conclusiones	• Informe	Julio
	Encuesta	• Tabulación • Análisis	• Cuadros • Gráficos • Informe	Julio

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

MARCO ADMINISTRATIVO

3.7 RECURSOS

3.7.1 Institucionales

- Universidad Técnica de Ambato
- Cámara del Artesano
- Empresa ID Moda Ecuador
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Ministerio de Industrias y Productividad

3.7.2 Humanos

- Investigadora: Srta. Andrea Montalvo Poveda
- Diseñador Gráfico Roberto Rodríguez
- Tutor guía: Ing. Sandra Varela
- Turistas internacionales
- Gremio de la cámara del artesano
- Empresarios del área textil
- Diseñadores de moda que trabajan de manera independiente

3.7.3 Materiales

- Computadora Corel I7
- Papel Bond
- Lápiz
- Esferos
- Mobiliario de oficina
- Libros y tesis físicas y digitales
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española

3.7.4 Económicos

- **Presupuesto (Esquema de factura)**

Gráfico 4: Esquema de Factura

EMPRESA DE CONFECCIÓN ID MODA ECUADOR		
AMBATO-ECUADOR		
AV. YANAYACU Y ALAHUA		
Fecha:	Número de Factura:	Proyecto:
20/08/2015	0012	Elaboración de Tesis
Materiales de oficina		\$50
Impresiones		\$40
Materiales de bocetaje		\$20
Materiales de confección		\$200
Uso de instalaciones y maquinaria		\$100
Subtotal:		\$410
IVA:		\$49.20
Total:		\$459.20

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

- **Financiamiento** El proyecto se elabora de manera auto financiado la parte investigativa y el desarrollo de la información, mientras la otra parte es financiada por la empresa donde se va a aplicar el proyecto; es decir, la parte de confección.

3.7 CRONOGRAMA

Tabla 10: Cronograma

N°	ACTIVIDAD	MAYO			JUNIO				JULIO				AGOSTO			
		Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
		11-15	18-22	25-29	1-5	8-12	15-19	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28
1	Generalidades e ideas de temas, Capítulo I, análisis y tema. • Planteamiento del problema contextualización • Árbol de problemas, análisis crítico y prognosis • Formulación del problema e interrogantes. Variable-propuesta • Delimitación, Justificación y planteamiento de los objetivos.															

2	Capítulo II, Antecedentes, fundamentación filosófica y legal. Categorías fundamentales, constelación de ideas, hipótesis y señalamiento de variables.														
3	Capítulo III, Metodología, enfoque, modalidad, tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de variables. Plan de recolección y procesamiento de la información.														
4	Capítulo IV, Marco administrativo, recursos, cronograma, Análisis de resultados, verificación de hipótesis.														
5	Capítulo V, conclusiones y recomendaciones.														
6	Capítulo VI, propuesta, datos, antecedentes, justificación, objetivos, factibilidad y fundamentación. - Metodología, administración - Previsión de la evaluación,														

	bibliografía, anexos.															
--	-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos mediante la encuesta que fue aplicada a los artesanos pertenecientes a la Cámara del Artesano, ubicados en distintos lugares, uno de ellos en el Mercado Artesanal, de la ciudad de Ambato, otro lugar donde se encontró a los artesanos, es en una capacitación en la Cámara del Artesano, ubicado en la Av. Cevallos de la misma ciudad, las encuestas se llevaron a cabo con el propósito de presentar una respuesta al aporte que tiene la cultura artesanal en la afluencia de turistas en el país, la cantidad de productos que se expende diariamente, las características que buscan los clientes, el rango de precios en que se venden los productos y otros puntos importantes que aporten en el desarrollo de este trabajo de investigación.

A continuación se presenta un detalle de cada pregunta realizada a la muestra, con el análisis de frecuencia y porcentaje de las respuestas obtenidas en la elaboración de la investigación.

Pregunta 1: ¿Cuántos productos expende diariamente?

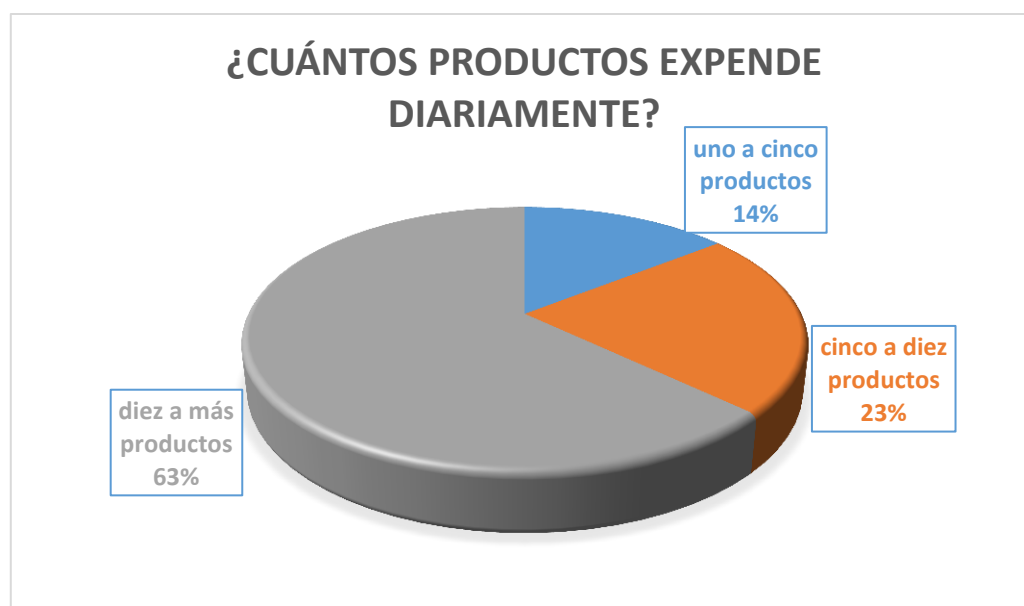
Tabla 11: ¿Cuántos productos expende diariamente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Uno a cinco productos	46	14%
Cinco a diez productos	73	23%
Diez en adelante	152	63%

Fuente: Encuestas realizadas a Artesanos

Elaborado por: La Autora

Gráfico 5: Pastel de acuerdo a ¿Cuántos productos expende diariamente?



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: De los 271 artesanos encuestados 152 de ellos contestaron que venden de diez o más productos diarios. 73 artesanos contestaron que

sus ventas corresponden de 5 hasta 10 productos diarios y 46 personas encuestadas respondieron que sus ventas va de 1 a 5 productos diarios.

Interpretación: De acuerdo a lo observado en las encuestas existe una concurrencia constante de compradores y una demanda de sus productos.

Pregunta 2: ¿Los principales consumidores de que origen son?

Tabla 12: ¿Los principales consumidores de que origen son?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Extranjeros	160	51%
Nacionales	111	49%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6: Pastel sobre el origen de los principales consumidores



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: 160 de las personas encuestadas respondieron que la mayoría de sus clientes eran de origen internacional, y 111 artesanos nos dijeron que la mayor parte de su clientela es nacional.

Interpretación: La mayoría de personas que compran artesanías son de origen internacional; es decir, provienen de distintos países diferentes al nuestro.

Pregunta N°3: ¿Sus consumidores que características buscan en sus productos?

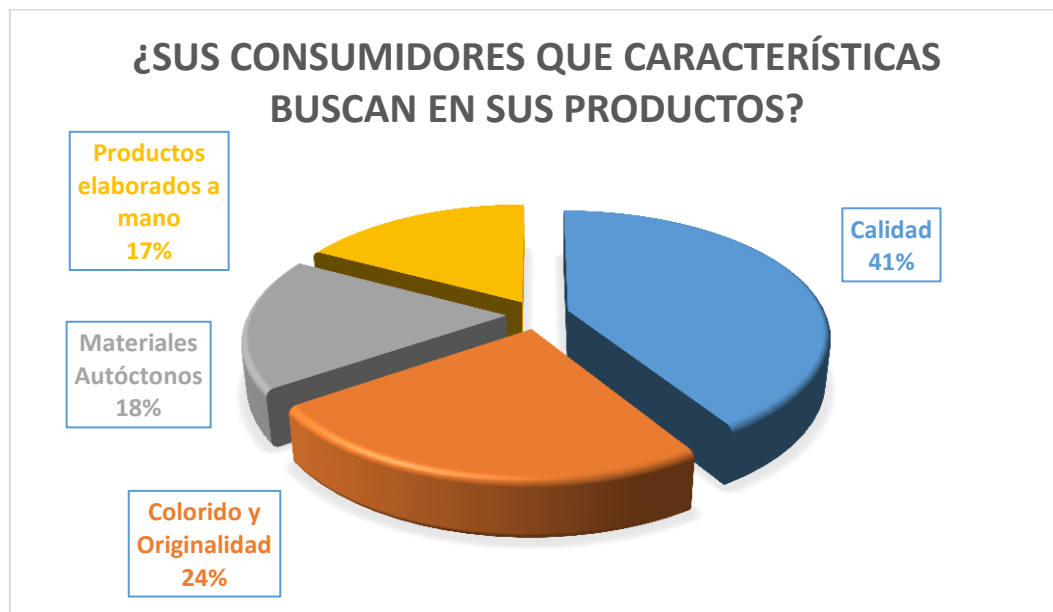
Tabla 13: ¿Sus consumidores que características buscan en sus productos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Productos de calidad	120	41%
Productos elaborados a mano	29	17%
Elaboración con materiales autóctonos	51	18%
Colorido y originalidad	71	24%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7: Pastel que revela los porcentajes de las características predilectas en los productos



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: De todas las personas encuestadas 120 artesanos están de acuerdo en que sus clientes buscan productos de calidad, 71 artesanos concordaron que el colorido y la originalidad es lo que llama la atención en sus productos, 51 encuestados respondieron que sus clientes buscan materiales autóctonos. Mientras 29 de ellos contestaron que los compradores buscan productos elaborados a mano.

Interpretación: La calidad es la característica que más busca el cliente en los productos, seguida del colorido que llama la atención de los clientes.

Pregunta N°4: ¿Cuál es la técnica que más llama la atención a sus clientes?

Tabla 14: ¿Cuál es la técnica que más llama la atención a sus clientes?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pintura a mano	86	34%
Telar	40	14%
Tejido	98	52%
Cuero	36	11%
Técnicas Mixtas	11	6%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8: Pastel que explica las técnicas de elaboración de las artesanías



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: 98 artesanos respondieron que el tejido es la técnica más buscada por los compradores, 86 encuestados están de acuerdo en que la pintura a mano es una de las técnicas que más llama la atención, 40 artesanos coinciden que el telar es el favorito por los compradores, 36 artesanos escribieron que la técnica que buscan sus clientes son las elaboradas en cuero y 11 de las personas encuestadas dicen que usan técnicas mixtas para sus artesanías. Las técnicas más buscadas por los compradores de artesanías son los tejidos, muy seguido de la pintura a mano, que es una técnica muy aceptada en el mercado.

Pregunta N°5: ¿Cuál es el tipo de producto que más acogida tiene?

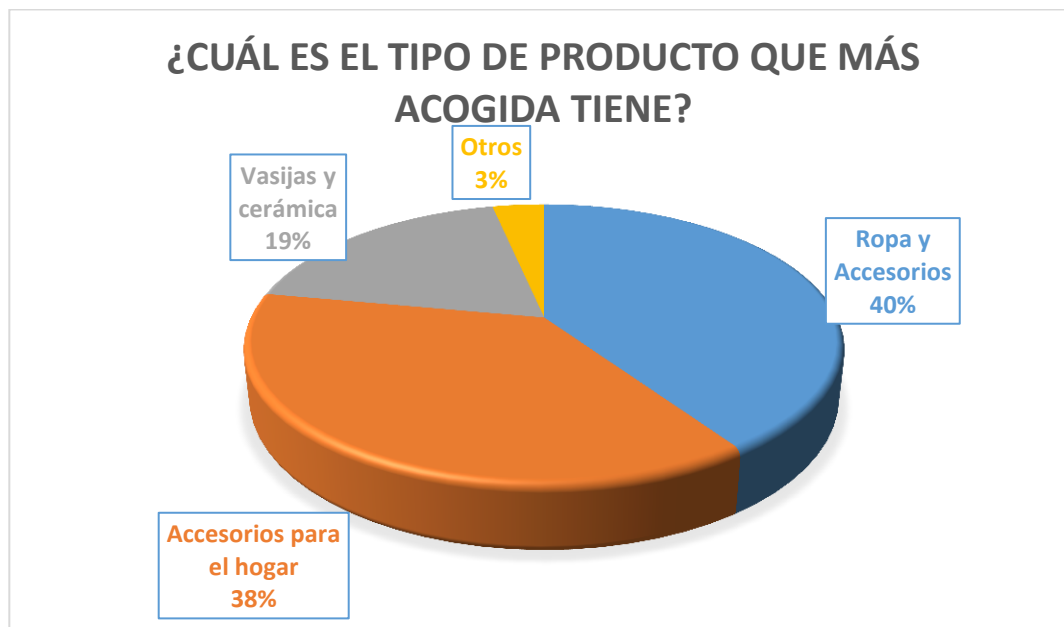
Tabla 15: ¿Cuál es el tipo de producto que más acogida tiene?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ropa y accesorios	108	40%
Vasija y accesorios	50	19%
Accesorios para el hogar	100	38%
Otros	13	3%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9: Pastel que identifica el tipo de producto que más acogida tiene



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las respuestas de los artesanos, 108 personas coinciden en que el producto que más acogida tiene es la ropa y los accesorios, 100 respondieron que el producto más vendido son los accesorios para el hogar, 50 artesanos contestaron que las vasijas y el trabajo en cerámica son los productos que más acogida tienen, 13 encuestados están de acuerdo en que sus clientes prefieren otro tipo de productos.

Interpretación: Los productos que más acogida tienen son la ropa y los accesorios.

Pregunta N° 6: ¿Cuál es el rango de precios que tienen sus productos y especifique el producto?

Tabla 16: ¿Cuál es el rango de precios que tienen sus productos y especifique el producto?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$1-\$10	75	27%
\$10-\$50	119	43%
\$50-\$100	45	16%
\$100 en adelante	32	14%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10: Pastel indicativo del porcentaje del rango de precios de los productos



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: 119 artesanos contestaron que sus productos van en un rango de \$10 a \$50 cada uno, 75 de las personas encuestadas respondieron que sus productos oscilan en un rango de \$1 hasta \$10 cada uno, 45 personas encuestadas tienen productos que van desde los \$50 hasta los \$100 y 32 comerciantes nos contestaron que sus productos van de los \$100 en adelante. Las artesanías más vendidas van en un rango de \$10 a \$50, debido a la accesibilidad de sus precios.

Pregunta N°7: ¿Qué tipo de materiales utiliza para la elaboración de sus productos?

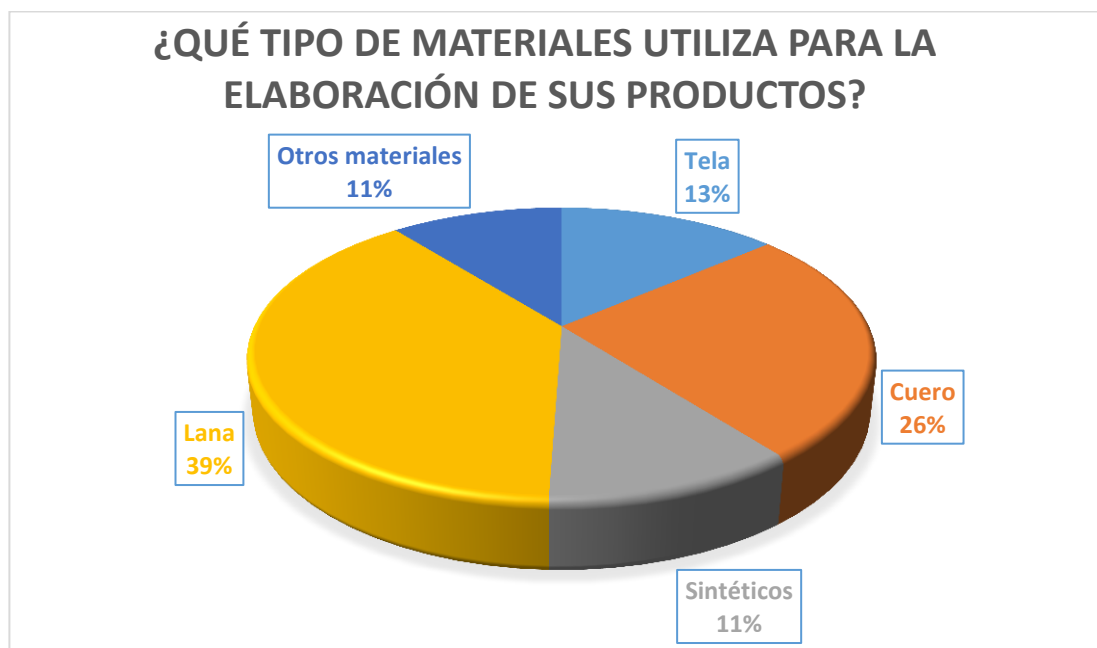
Tabla 17: ¿Qué tipo de materiales utiliza para la elaboración de productos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tela	37	13%
Lana	105	11%
Cuero	70	30%
Sintéticos	30	5%
Otros materiales	29	8%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11: Pastel que identifica la incidencia de materiales en la confección de productos



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: 105 artesanos respondieron que la lana es el material que más utilizan para elaborar sus productos, 70 artesanos contestaron que el cuero es el material predilecto para la confección de artesanías, 37 encuestados afirman que la tela es el material que emplean, 30 personas emplean sintéticos como materia prima, mientras 29 artesanos del total aseguran que lo que utilizan son otros materiales con el yute, el metal, entre otros.

Interpretación: El material más utilizado es la lana, seguido del cuero y la tela para elaborar las artesanías.

Pregunta N° 8: ¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar sus productos, especifique el producto?

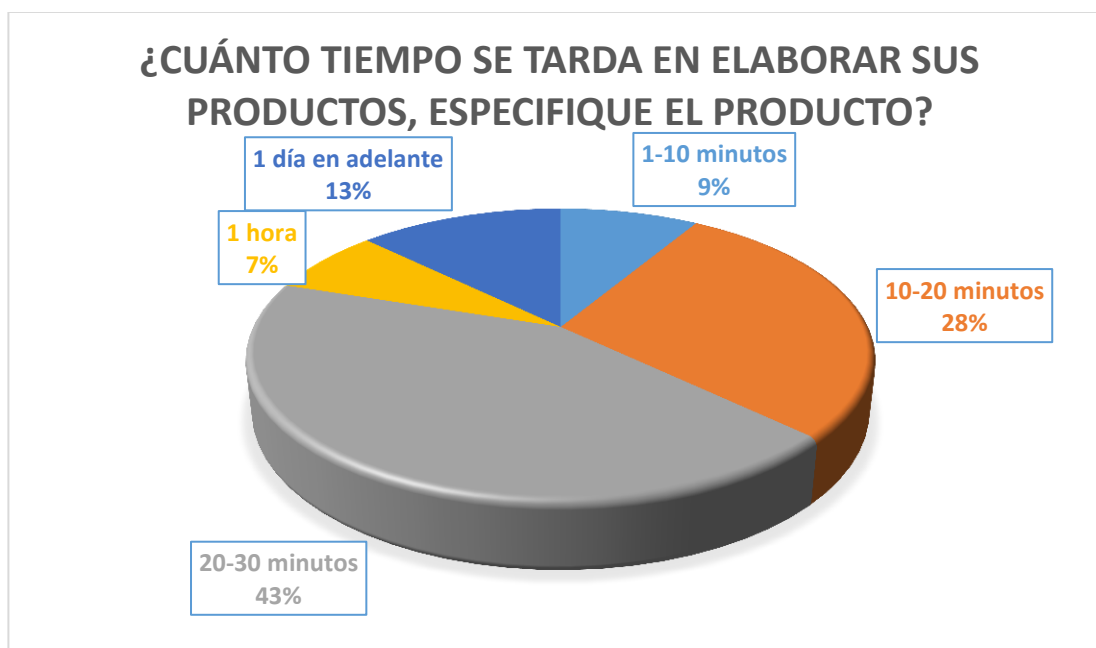
Tabla 18: ¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar sus productos, especifique el producto?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-10 minutos	25	9%
10-20 minutos	83	28%
20-30 minutos	125	43%
1 hora	21	7%
1 día en adelante	17	13%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 12: Pastel con los porcentajes de tiempo que utilizan los artesanos en elaborar sus productos



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: 125 personas encuestadas tardan entre 20 a 30 minutos en elaborar sus artesanías, 83 artesanos aseguran que el tiempo de producción es de 10 a 20 minutos, 25 encuestados respondieron que emplean más de un día en la confección de sus productos, 21 personas tardan entre 1 a 10 minutos en elaborar sus productos, 17 personas emplean más de una hora en cada producto.

Interpretación: La mayoría de artesanos emplean entre 20 y 30 minutos en elaborar cada producto.

Pregunta N°9: ¿Considera que un mejor diseño mejorara la venta de sus productos?

Tabla 19: ¿Considera que un mejor diseño mejorara la venta de sus productos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	174	73%
NO	97	27%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 13: Pastel donde se explica si los artesanos están de acuerdo en que el diseño mejora la venta de los productos.



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: 174 artesanos están de acuerdo que un mejor diseño ayudaría a incentivar las ventas de sus productos, mientras 97 personas respondieron que el diseño no aportaría un incremento en sus ventas.

Interpretación: De acuerdo a lo evidenciado en las encuestas un mejor diseño mejoraría las ventas.

El segundo bloque de preguntas, que se presenta a continuación, se realizó en lugares turísticos de la provincia de Tungurahua, como la ciudad de Baños, específicamente en el mercado artesanal, restaurants y hoteles que reciben diariamente a viajeros, también se elaboró el cuestionario en la parroquia de Quisapincha, Pinllo, Patate y Salasaca, que son sitios que también reciben cierta cantidad de turistas.

El objetivo de elaborar una segunda encuesta dirigida a turistas es conocer a fondo la influencia que tiene las manufacturas culturales del Ecuador en la incidencia de visitas que recibe, además de analizar los gustos y preferencias de los turistas, también es importante saber si el comprador de artesanías busca estética solamente o carga informativa cultural en su adquisición.

De esta manera se planteó la encuesta que esta tabulada y analizada a continuación:

Pregunta 1: ¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?

Tabla 20: ¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	340	89%
NO	44	11%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 14: Pastel que explica si la Artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis: Se cuestionó a una muestra de 384 personas extranjeras, si las artesanías ecuatorianas era uno de los motivos para que visitará el destino, de los cuales 340 personas respondieron afirmativamente, mientras solo 44 de ellas dijeron que no era uno de los motivos para estar en ese momento en el país.

Interpretación: Las artesanías es uno de los motivos para que turistas de varios destinos visiten el país.

Pregunta 2: ¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones del país?

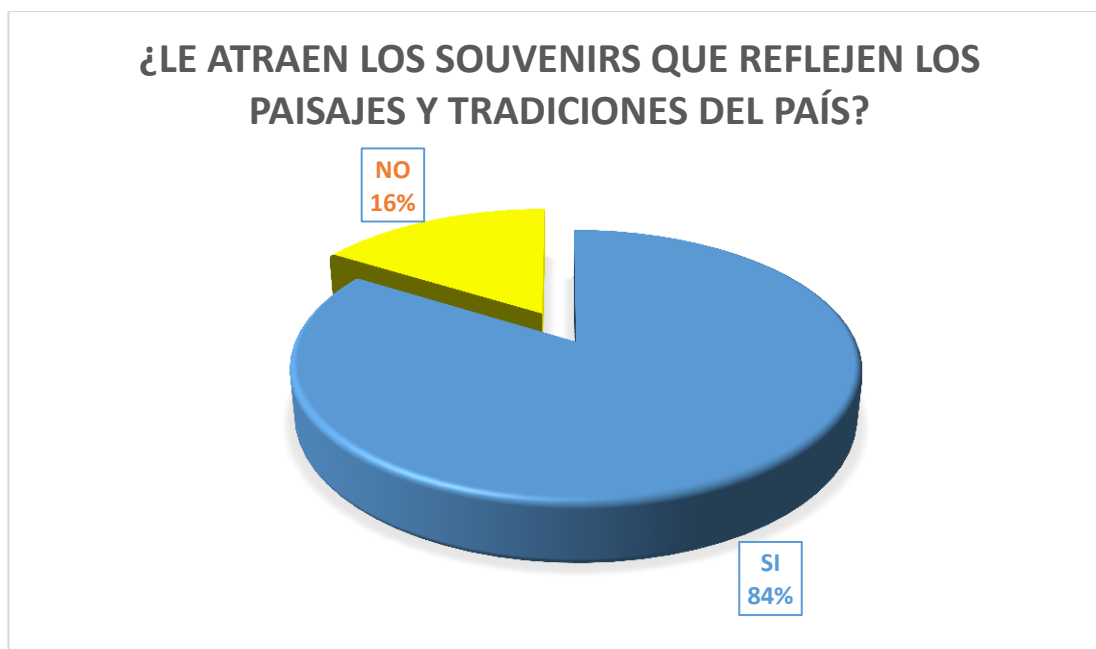
Tabla 21: ¿Le atraen los souvenirs que reflejan paisajes y tradiciones del país?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	322	84%
NO	62	16%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15: Pastel que muestra si los souvenirs que reflejan paisajes y tradiciones del país son atractivos



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: De toda la población encuestada, 322 turistas respondieron que si le atraen artesanías con paisajes o tradiciones del país, mientras 62 personas afirman que este tipo de souvenirs no le llaman la atención.

Pregunta 3: Según su opinión, ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?

Tabla 22: ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	344	90%
NO	40	10%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 16: Pastel que visualiza si los productos artesanales tienen identidad cultural, de acuerdo a la opinión de turistas.



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: de acuerdo a la opinión de los encuestados, 344 de ellos aseguran que las artesanías si tienen identidad cultural, mientras 40 estén de acuerdo que no hay identidad cultural en los productos.

Pregunta 4: ¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?

Tabla 23: ¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	328	85%
NO	56	15%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 17: Pastel que identifica si las artesanías que se ofertan representan técnicas ancestrales



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas, 328 personas respondieron que las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales, mientras que tan solo en 15% considera que no se aplican estas técnicas en los productos.

Pregunta 5: ¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?

Tabla 24: ¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	349	91%
NO	35	9%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Gráfico 18: Pastel que explica si las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del país



Fuente: La Autora

Fuente: La Autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a la opinión de los encuestados, 349 personas respondieron que las artesanías si están elaboradas con materiales propios del

Ecuador, mientras que 35 turistas dijeron que no están contruidos con materiales originarios del país.

Pregunta 6: ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?

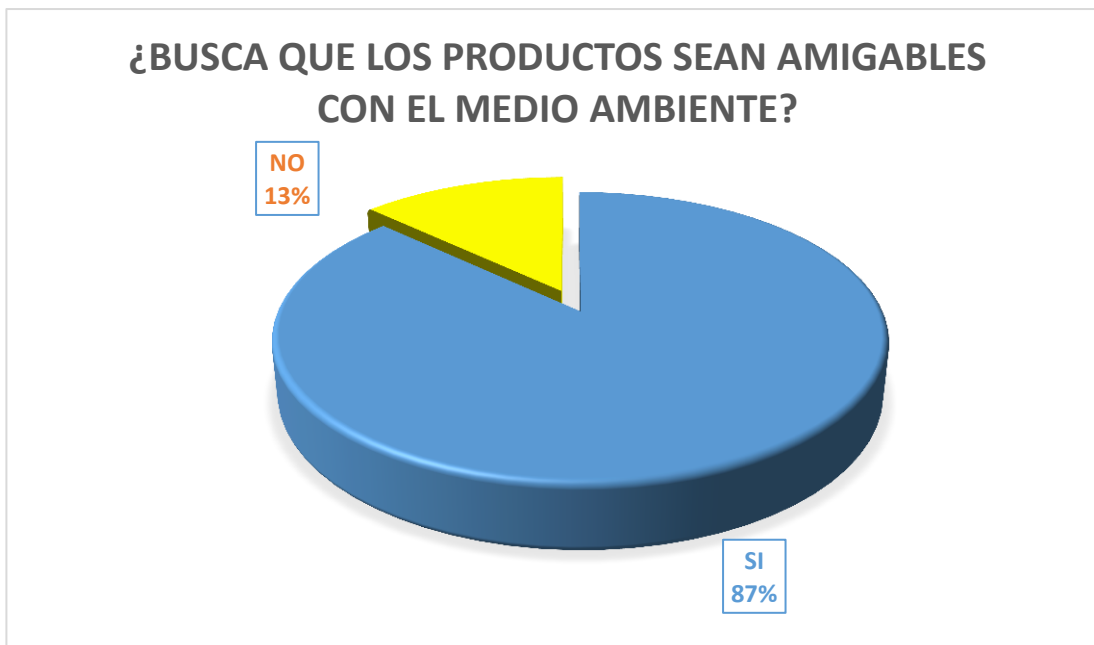
Tabla 25: ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	334	87%
NO	50	13%

Fuente: La Autora

Fuente: La Autora

Gráfico 19: ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación: De todos los sujetos investigados, 334 personas respondieron que si prefieren productos amigables con el medio ambiente y 50 de ellos afirman que no buscan esta característica en las artesanías que adquieren.

Pregunta 7: ¿Recomendaría usted los productos artesanales del Ecuador?

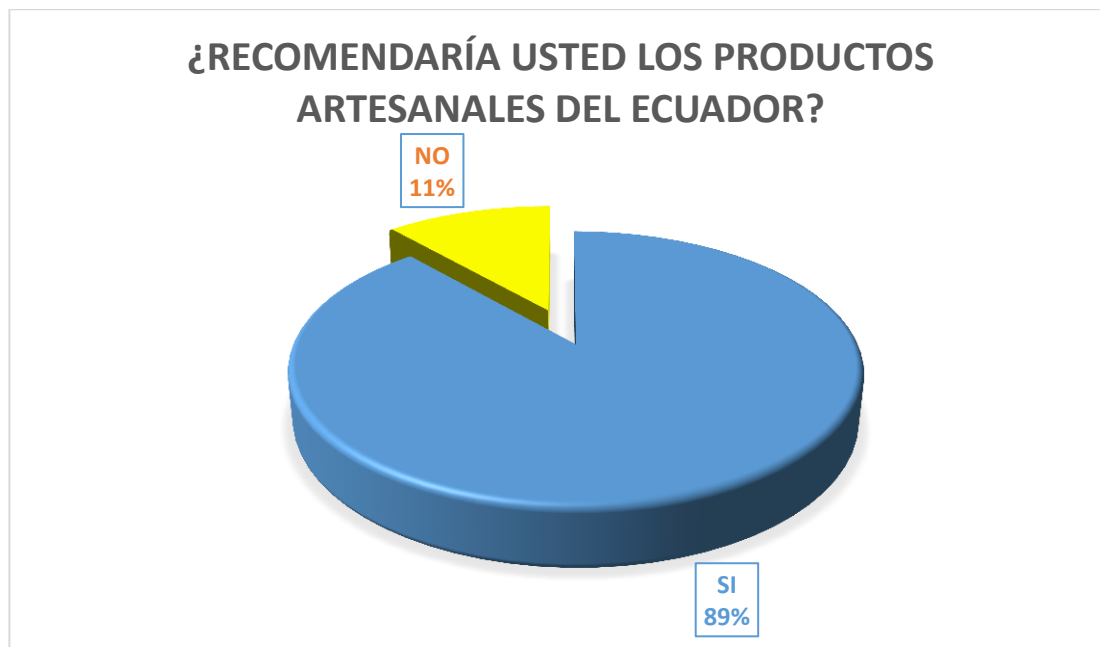
Tabla 26: ¿Recomendaría usted los productos artesanales del Ecuador?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	340	89%
NO	44	11%

Fuente: La Autora

Fuente: La Autora

Gráfico 20: ¿Recomendaría usted los productos artesanales del Ecuador?



Fuente: La Autora

Fuente: La Autora

Análisis e Interpretación: 340 turistas respondieron que si recomendarían las artesanías ecuatorianas, mientras 40 de ellos dicen que no las recomendarían.

CONCLUSIONES ENTREVISTAS:

Sujetos: Diseñadores de modas y empresarios del área textil de la provincia de Tungurahua.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a 20 diseñadores de modas, que se encuentran trabajando en el área industrial de la confección y a 10 empresarios que tienen empresas manufactureras con un éxito notable en la industria se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- La mayoría de diseñadores de moda se dedica a confeccionar ropa casual-formal, debido a que el universo de vestuario que más acogida tiene en el mercado.
- Entre los empresarios los universos del vestuario, varían entre ropa interior, casual, formal y ropa deportiva, con segmentos de mercado generalmente joven, femenino y masculino.
- Los materiales que más se utilizan en la confección de ropa, según nuestros sujetos entrevistados, son los de origen nacional y de preferencia que tengan elasticidad para darle comodidad al usuario.
- Se concluyó que todos los entrevistados se manejan con las tendencias que rigen el mercado de la moda internacionalmente, la mayoría maneja las tendencias de INEX MODA, debido a la cercanía del país, lo parecido de la cultura y sobre todo por la ventaja del idioma.
- El cliente potencial de la mayoría de empresas son los jóvenes hombres y mujeres de 18 a 25 años de edad y los adultos de 30 a 38 años de edad, debido a la incidencia poblacional y la capacidad adquisitiva que presenta el segmento.
- Se llegó a concluir que la mayoría de productos ecuatorianos se venden en mercados o en boutiques del país, dependiendo del precio y segmento económico al que se dirige el diseño del producto.

- En conclusión, los productos ecuatorianos no se están exportando actualmente a mercados internacionales, debido a que no cumplen con las características competitivas para compararse con productos de marcas internacionales. Además, de los estándares de calidad y normas legales que deben cumplir los productos, los cuales dificultan su expendio a otros países.
- Otra conclusión importante que se logró al llevar a cabo las entrevistas, es que el diseño influye 100% en el nivel de ventas de las empresas, porque es el determinante para que se tome la decisión de compra del producto, es según, varios diseñadores el factor primordial para llamar la atención del cliente, porque lo afecta visual y sensorialmente.

5.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Tabla 27: Tabla de frecuencias observadas

TABLA DE FRECUENCIAS OBSERVADAS			
PREGUNTAS	SI	NO	
¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?	340	44	384
¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones del país?	322	62	384
¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?	344	40	384
¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?	328	56	384
¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?	349	35	384
¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?	334	50	384
¿Recomendaría usted los productos artesanales del Ecuador?	340	44	384
	2357	331	2688

Fuente: tabulación de datos formato de encuesta II

Tabla 28: Tabla de frecuencias esperadas

TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS			
PREGUNTAS	SI	NO	
¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?	336,7	47,3	384
¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones del país?	336,7	47,3	384
¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?	336,7	47,3	384
¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?	336,7	47,3	384
¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?	336,7	47,3	384
¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?	336,7	47,3	384
¿Recomendaría usted los productos artesanales del Ecuador?	336,7	47,3	384
	2357	331	2688

Fuente: tabulación de datos formato de encuesta II

Tabla 29: Cálculo de valor calculado

FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS ESPERADAS	(fo-fe)	(fo-fe)2	(fo-fe)2/fe
340	336,7	3,3	10,89	0,032343332
322	336,7	-14,7	216,09	0,641787942
344	336,7	7,3	53,29	0,158271458
328	336,7	-8,7	75,69	0,224799525
349	336,7	12,3	151,29	0,449331749
334	336,7	-2,7	7,29	0,021651322
340	336,7	3,3	10,89	0,032343332
44	47,3	-3,3	10,89	0,230232558
62	47,3	14,7	216,09	4,568498943
40	47,3	-7,3	53,29	1,126638478
56	47,3	8,7	75,69	1,600211416
35	47,3	-12,3	151,29	3,198520085
50	47,3	2,7	7,29	0,154122622
44	47,3	-3,3	10,89	0,230232558
				12,6689853

Fuente: Cálculo de Chi cuadrado

Elaborado por: La Autora

$$GL = (C-1) (F-1)$$

$$GL = (2-1) (7-1)$$

$$GL = 1 \times 6$$

$$GL = 6$$

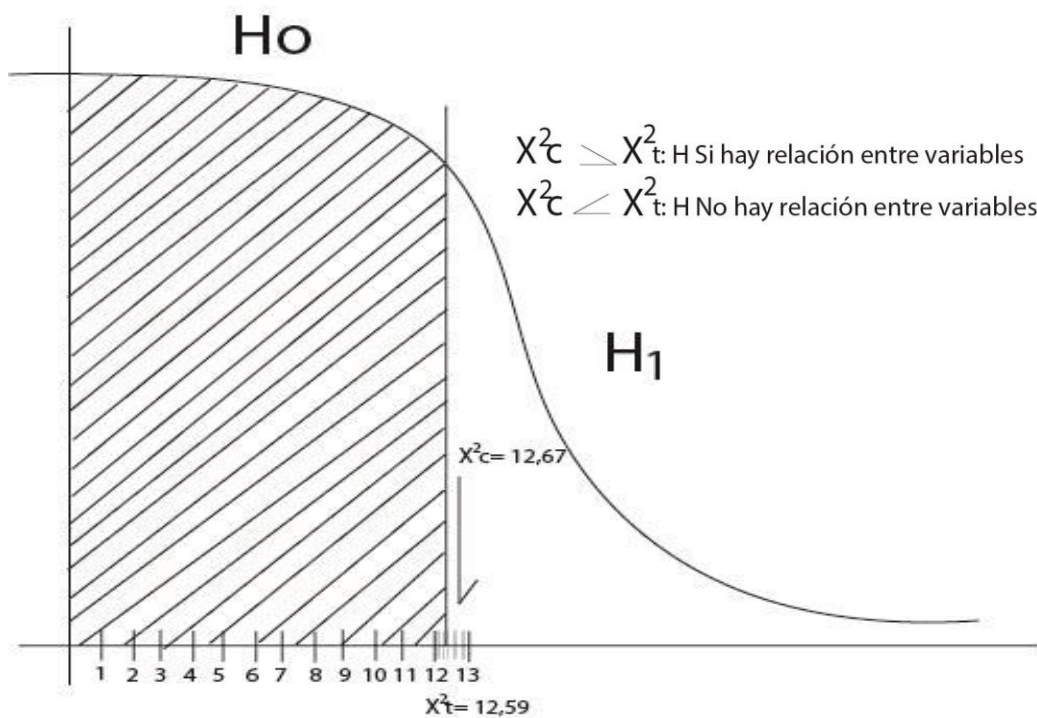
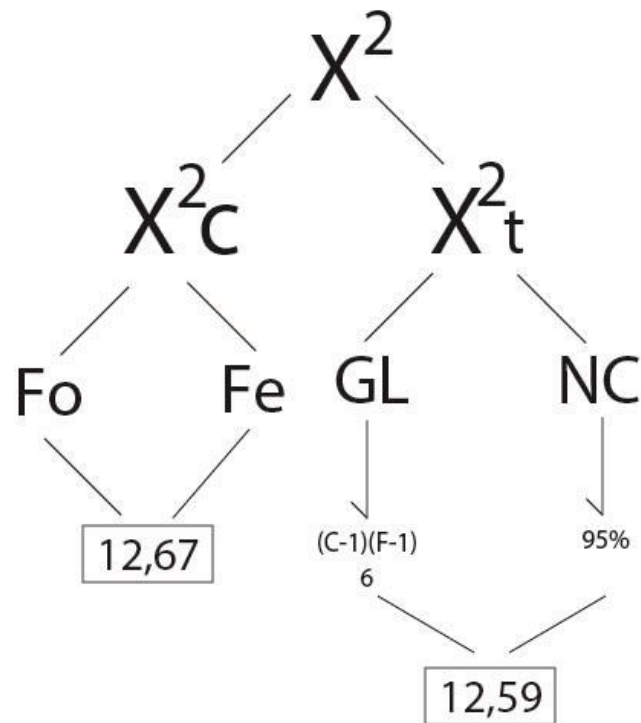
Valor Tabular= 12,59, de acuerdo a la tabla de Chi cuadrado.

Tabla 30: Tabla de Cálculo de chi cuadrado

Cálculo de chi cuadrado												
Grados de libertad	Probabilidad											
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001	
1	0,014	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83	
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82	
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27	
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47	
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,62	
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46	
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32	
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12	
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,68	16,92	21,67	27,88	
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59	

Fuente: Cálculo de Chi cuadrado

Elaborado por: La Autora



Conclusión: Se rechaza la Hipótesis nula H_0 y se acepta H_1 , que dice “Las manufacturas culturales del Ecuador”, es una hipótesis válida y existe relación con la

variable independiente Promoción turística del País, mediante el cálculo del chi cuadrado, que se consigue primero elaborando la tabulación del bloque de preguntas, se elabora el cuadro de frecuencias observadas, que están explícitas en la tabulación, luego se determina el cuadro de frecuencias esperadas, donde se obtienen los valores de las siete preguntas elaboradas, posterior, se realiza la operación del chi calculado, obtenido del cuadro de cálculo explicado anteriormente. Además se calcula el chi tabulado, a través de la fórmula de columnas menos uno y filas menos uno, donde se visualiza el número en la tabla de chi cuadrado.

De esta manera mediante el gráfico de la campana de GAUSS, donde se aprecia que la hipótesis es válida.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Mediante la investigación realizada a los miembros de la Cámara del Artesano, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. En el sector artesanal, la mayoría de comerciantes tienen ventas que exceden los diez productos diarios, lo que implica que tienen un movimiento comercial fluido, con transacciones constantes. La mayoría de compradores que adquieren las artesanías son extranjeros.
2. Los productos que se expenden en ferias y puntos artesanales deben cumplir principalmente con la característica de calidad, siendo primordial a la hora de elegir el producto, sin embargo el colorido y la originalidad también son características determinantes a la hora de elegir un producto.
3. En los productos elaborados artesanalmente se destacan las técnicas del tejido y la pintura a mano como las predilectas por los turistas a la hora de comprar. De acuerdo a la investigación realizada los materiales más utilizados para la elaboración de las artesanías son la lana, el cuero y la tela.
4. Los productos que más acogida tienen en el mercado artesanal es la ropa y accesorios. El rango de precios en que oscilan la mayoría de los productos artesanales van desde los \$10 hasta los \$50. El tiempo de producción que se emplea para llevar a cabo los productos oscila entre los 20 hasta los 30 minutos por unidad.
5. Mediante la investigación se logró concluir que el diseño es importante para promover las ventas.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas internacionales, se logró llegar a las siguientes conclusiones:

1. Las artesanías ecuatorianas si forman parte de los atractivos del país, siendo estos una de las razones para visitar Ecuador, además se logró concluir que los souvenirs que reflejan paisajes y tradiciones del país le llaman la atención a los turistas.
2. Se concluyó que las artesanías del Ecuador tienen identidad cultural, y la muestran en sus productos, a través de las técnicas y materiales que utilizan.
3. En conclusión, los turistas buscan también, que los productos artesanales sean elaborados con procesos amigables con el medio ambiente.
4. Se concluyó que todas estas características hacen que el producto sea recomendado internacionalmente, porque cumplen con las expectativas del cliente.

5.2 RECOMENDACIONES

Según el análisis de los datos se han determinado las siguientes recomendaciones, para el aporte a la presente investigación:

1. Se recomienda elaborar ropa y accesorios que cumplan con estándares de calidad, originalidad y colorido que proporcionen un valor agregado al producto para ser seleccionado por el cliente.
2. Las técnicas que se recomienda usar para elaborar los productos son el tejido y la pintura a mano, acompañado con materiales como la lana, la tela y el cuero.
3. Se recomienda también que las mercancías sean accesibles para el cliente, elaborándose con tiempos de producción controlados y generados para crear un producto estético, ergonómico y de un precio fácil de adquirir para el consumidor.
4. Se recomienda darle al cliente una visita por los sentidos, afectando directamente a su visión y gusto para llamar la atención del cliente y lograr la compra.

Mediante el segundo paquete de preguntas, elaborado con turistas internacionales, se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda promocionar la artesanía del país, porque es uno de los factores que llama la atención del turista y promueve su visita, es importante que los productos representen paisajes y tradiciones del país, porque es un recuerdo de los viajes y siempre traerán a memoria los momentos vividos en el destino visitado.
2. Se recomienda también que los productos artesanales representen técnicas ancestrales y estén elaborados con materia prima originaria del país, para que dicho producto sea original y autentico.
3. Se recomienda que las artesanías sean elaboradas con técnicas amigables con el medio ambiente, que busquen no solo la estética, sino la armonía con el entorno.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TEMA: Diseño de una colección empleando mmanufacturas culturales del país y su aporte en el turismo del Ecuador, en el año 2015.

Nombre de la Empresa:	ID Moda Ecuador
Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Ambato
Dirección:	Calle Yanayacu y Alahúa, Cdla Nuevo Ambato
Teléfono:	(03) 2841170
Actividad Económica:	Confección y comercialización de prendas de vestir
Ruc N°:	0502753775001

Beneficiarios: Entre los beneficiarios se encuentra como principal, la empresa ID Moda Ecuador, en donde se socializará la propuesta.

Otro beneficiario es el ministerio de turismo del Ecuador, porque se le otorgará de manera gratuita el producto, que se puede usar como herramienta para la promoción del turismo en el país.

Ubicación del Proyecto: El proyecto se centra en los departamentos de diseño, producción, ventas y costos de producción en una relación directa, pero de manera indirecta a afecta a cada departamento de la empresa.

Tiempo estimado de la propuesta: El proyecto tiene un lapso de proceso ejecutorio que comprende la investigación e instrucción de la línea de seis meses, completándose dicho plazo en el mes de diciembre del presente año, pero la

propuesta debe seguirse aplicando indefinidamente en la empresa, con la idea que funcione el proyecto.

Responsable: Como única responsable del proyecto es la Autora, Andrea Montalvo, bajo la tutela de la Ing, Sandra Varela y con el aporte de los integrantes de la empresa son de se ejecuta el proyecto.

Costos: El proceso investigativo tiene un costo aproximado de 50, mientras que el desarrollo de la colección tiene un valor de \$310, que cubre el bocetaje, producción, confección y socialización del proyecto.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La creciente corriente turística que se ha despertado a nivel mundial está provocando que los países se destaquen cada vez más y exploten sus atractivos para ser elegidos como uno de los destinos turísticos favoritos.

Varios sectores económicos y productivos están desplegando su aporte para que el país se convierta en un destino predilecto, el cambio que se está abriendo el país, la nueva matriz productiva y el desarrollo del sector productivo está creando espacios de trabajo y a la vez mostrando una atractivo más para que más visitantes se interesen en venir a Ecuador. El sector de la confección ha presentado un incremento del 5% en lo que va del año 2015, este sector está constituido por artesanos, empresarios y diseñadores que forman el gremio productivo.

Existen alrededor de diez organismos y organizaciones que apoyan y estimulan el crecimiento de este sector, dándole capacitación, financiamiento, promoción incluso están creando espacios para incentivar la exportación de productos ecuatorianos. Para que estos espacios sean aprovechados por el sector productivo, se requiere que los productos cumplan con las características de calidad, estética y ergonomía que son básicos para cumplir con las expectativas del usuario.

6.3 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo es importante porque se trata de una propuesta que combina el sentido artesanal con el conocimiento productivo y empresarial para crear productos únicos, que cumplan con las características de calidad que busca que el cliente, y dichas características abarcan un diseño atractivo, colores y formas que capten el sentido visual del usuario, además del confort y ajuste que sienta el comprador al momento de usar la prenda, dándole una sensación de bienestar y atacando al sentido del tacto, otro requerimiento que completa el significado de calidad es el precio justo que se le dé al producto, que acompañe de manera adecuada a la prenda.

Este proyecto es útil porque además de ser un producto de fácil acceso, reúne las propuestas de una artesanía, crear un recuerdo en quien lo compra, ser un elemento que especifique claramente porque se debe visitar el destino y a la vez es una imagen representativa de la cultura del país, creando así un elemento que cumple con varios objetivos a la vez.

El alto impacto que brinda es por el estudio de los procesos productivos que se aplican a cada elemento, tiempos, movimientos y selección de materia prima para la elaboración de estos productos, lo que implica que el costo se convierte en accesible para el usuario, con este método los productos mantienen el alma de recuerdo que busca el visitante y a la vez en su elaboración, se establecen parámetros empresariales.

Además se busca que el producto contenga un conjunto de características que le den el valor agregado que incentive sus ventas, uno de estas características es la creación de la marca que acompañe la imagen y estatus del fruto, otro añadido es que cada producto es exclusivo e irrepetible, dándole al cliente el verdadero sentido de exclusividad, pero a la vez que el producto sea accesible económicamente.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Diseñar una colección casual wear que ayude a promocione el turismo del país, mediante la representación de su cultura.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un análisis de los símbolos y señales graficas más significativas para emplearse en la elaboración de la colección.
- Desarrollar las fichas técnicas adecuadas para la producción de la colección.
- Fabricar la mordería y los prototipos de la colección que cumpla con las características que arrojo la investigación.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

El diseño de la propuesta está avalado por dos fuertes motores, como son el sustento de una investigación realizada con los artesanos, diseñadores y empresarios del sector productivo; además, de los integrantes de la empresa donde se está desarrollando la propuesta.

6.5.1 Organizacional

El presente proyecto está dirigido para incrementar la lista de productos de la empresa ID Moda Ecuador, y crear una estructura en departamentos que se encargan de llevar a cabo cada actividad y además abarquen un nuevo segmento de mercado.

6.5.2 Ambiental

El desarrollo de la propuesta está elaborado con procesos de producción amigables con el medio ambiente, mecanismos de estampación con químicos no abrasivos con el medio, y los mecanismos de limpieza y recuperación de mallas se hacen con el menor consumo de agua para evitar su desperdicio.

6.5.3 Económico- Financiera

Desde el punto económico La Propuesta aporta una alternativa productiva a la empresa, para el desarrollo de una nueva línea que puedan añadir a la lista de sus productos, dándoles una ventaja financiera a futuro y la obtención de beneficios y regalías a través de su promoción y venta.

Además este proyecto está elaborado para crear una nueva opción de compra en el consumidor e incentivar así el progreso de esta área no solo a nivel nacional sino, también internacional, abriendo una oportunidad de competitividad con marcas de ropa internacionales.

El desarrollo de la propuesta en el mercado tiene un financiamiento de \$10 000, como capital de entrada para la puesta en marcha de la línea de ropa, el presupuesto está contemplado con la producción de la primera colección y la publicidad para la venta de la misma.

6.5.4 Socio-cultural

Propuestas productivas de este tipo constituyen una inversión a largo plazo, que da resultados con el tiempo, cuya repercusión sin duda va en beneficio de la comunidad, debido a que proporciona al Ministerio de Turismo del Ecuador, una herramienta para la promoción cultural del país, mediante la presentación de prototipos que además de ser un icono del conocimiento cultural del país es un medio de desarrollo económico.

6.6 FUNDAMENTACIÓN TÉCNICO- CIENTÍFICA

Diseño: “La palabra Diseño, se refiere a una actividad que combina creatividad y técnica y tiene por misión la creación de objetos que dispongan de utilidad y estética”. De acuerdo a lo expresado en el diccionario de la lengua española ABC, publicado en el año 2009.

Elementos del Diseño Básico

Repetición

Si utilizamos la misma forma más de una vez en un diseño, la utilizamos en repetición.

La repetición es el método más simple para el diseño. Las columnas y las ventanas en arquitectura, las patas de un mueble, el dibujo sobre una tela, las baldosas de un piso, son ejemplos de repetición. A estos elementos que se repiten en el espacio, se les denominan módulos.

Este elemento del diseño se aplica en estampados dando la idea de un miniprint a la prenda, repitiendo varias veces una figura lo que nos da la idea de tapiz, este principio es realmente utilizado en el diseño de modas y confección de ropa por el efecto estético que proporciona.

Módulos

Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas idénticas o similares entre sí, se dice que está formado por módulos.

La presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente y se puede hacer uso de más de un conjunto de módulos.

Las características principales de los módulos son:

- Deben ser simples. Las formas complejas pueden destacarse como formas individuales, pudiendo perder el efecto de unidad de composición.
- Aparecen más de una vez en un diseño (mínimo dos)
- Son formas idénticas o similares
- Son formas unitarias.
- Ventajas de la repetición de módulos.
- Se aporta una sensación de armonía.

- Se genera ritmo (orden en la sucesión de formas ocupantes y espacios vacíos). La asociación del compás musical alternando notas y silencios es sustituida por formas ocupantes repetidas en el espacio estructural, alternando con el espacio vacío.
- Cuando los módulos son utilizados en gran tamaño y pequeñas cantidades, el diseño puede parecer simple y audaz.
- Cuando los módulos son muy pequeños y se utilizan en grandes cantidades, el diseño puede parecer un ejemplo de textura uniforme. Grandes cantidades en pequeñas dimensiones= textura

Los módulos son las figuras que se utilizan para representar un icono o gráfico estilizado que puede o no repetirse y se utiliza de distintas maneras, dándole un realce a las prendas, en la colección se utilizó módulos a partir de danzantes y de una conocida imagen de la fiestas el diablo huma, lo cual le da una imagen vanguardista al textil.

Adición y Sustracción

El concepto de adición y sustracción como su nombre lo menciona, es el hecho de añadir o quitar objetos de un todo, para formar nuevas figuras, nuevas formas, o nuevos conceptos dependiendo del diálogo grafico que lleve el diseño.

Como se puede observar, una figura sustraída de otra o la adición de más elementos nos puede dar la impresión de volumen y puede generar nuevos e interesantes conceptos.



Ilustración 1: imagen que muestra los usos de la sustracción y la adicción en el diseño

Diseño de Modas: “Es el proceso dedicado a la creación y confección de prendas de vestir y accesorios, capaces de resolver proyectos, su planificación y el desarrollo. El diseñador posee los conocimientos y habilidades para proyectar colecciones de ropa determinando los cortes, tallas, materiales que se utilizarán para ello”, según el libro conceptos del diseño, publicado en el 2012.

Elementos del Diseño de Modas

Línea: Casual Wear, Las prendas se presentan y se llevan dependiendo de las circunstancias o la ocasión de uno. Tiene una característica esencial; deben ser versátiles y flexibles para diferentes ocasiones dentro de períodos cortos de tiempo, para ser usadas en el mismo día, surge a partir de los años 60.

Figura o Silueta: Rectangular, La silueta es la primera impresión que nos brinda a simple vista la prenda, está formada de distintos tipos de líneas de conexión, se aplica a la forma en que la prenda se adapta al cuerpo. La silueta rectangular es básica para

cualquier género no busca acentuar las formas, sino más bien crear algo suelto y cómodo para el usuario.

Inspiración: Cultura ecuatoriana, “Es la ilustración sobrenatural que Dios o una fuerza también sobrenatural, comunica a un individuo, facilitándole la creatividad a instancias de alguna actividad, especialmente en el campo de las artes”, Definición expresada en el diccionario de la lengua española ABC, publicado en el año 2009. La inspiración elegida es la cultura ecuatoriana, debido al valor ancestral que se le quiere dar a la prenda y a la variedad de colores y formas que nos proporcionan las figuras representativas obtenidas en la investigación. “Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Su población sobrepasa los 14 millones de habitantes.

Habría que considerar la diversidad étnica y regional de Ecuador para analizar su cultura. Étnicamente esto está marcado por la presencia de mestizos, indígenas, afro ecuatorianos y blancos; así como regiones como son la costa, la sierra, el oriente y la región insular, todas estas con especificidades muy ricas”. De acuerdo a lo expresado en la página web www.wikipedia.org, información actualizada en el mes de diciembre del año 2015.

Fiestas populares: “En el Ecuador existen varias fiestas tradicionales que se remontan a la época prehispánica, a la vez que han sido capaces de enriquecerse con diversos elementos de las tradiciones mediterráneas que trajeron los colonizadores españoles. Las fiestas populares, pueden dividirse en ancestrales o indígenas, tradicionales mestizas y cívicas.” Expuesto en el libro Historia, Tiempo y Conocimiento del Pasado, escrito por Enrique Ayala Mora, publicado en el año 2015.

“Entre las primeras destacan las fiestas de los equinoccios y solsticios, que en la época colonial fueron calzadas en el calendario católico. De esta manera se destacan las fiestas del Carnaval en la provincia de Bolívar (Guaranda), en donde aparece el personaje del Taita Carnaval. Siguen las fiestas del ciclo del Inti Raymi, especialmente en el centro-norte de la sierra, que se inician con las celebraciones de

Corpus, siendo las más célebres las realizadas en Pujilí” Extracto extraído del libro Historia del Ecuador, editado por Enrique Ayala, en el año 1985.

Folklore ecuatoriano: Según su etimología, la palabra folklore se forma de dos voces: folk, que significa pueblo, y lore, conocimiento, sabiduría. Entre las diversas definiciones de la palabra folklore, una de las más ajustadas a la realidad es la de Saúl Sebilot, que dice: “Folklore significa sabiduría de las gentes del pueblo, sabiduría popular, en contraposición a conocimiento científico, a sabiduría de los sabios; se viene a suponer que es folklórico todo lo que perdura grabado en la memoria popular, en la retentiva de las gentes, guardado por tradición oral, por la capacidad conservadora de las muchedumbres”. Concepto expresado en la página web www.decuadoralmundo.com, creada en el año 2010.

Perfil del Consumidor

El consumidor apto para adquirir las prendas ID, es Étnico Fruto de la cultura de fin de milenio y con un espíritu joven y aventurero, centra su atención en el movimiento y búsqueda, ya sea físico o virtual. Mantiene su interés y lo motiva explorar otras culturas para convertirse en “habitante planetario”, se permite mezclar elementos de otras tribus, sociedades o etnias las reconoce y mezcla para tener un mayor desenvolvimiento urbano.

Segmentación del Mercado

Edad y Género: Hombres y mujeres de 18 a 25 años de edad.

Segmentación Demográfica: Turistas de distintas nacionalidades, preferentemente europea y norteamericana, debido a que son quienes más visitan el país.

Nivel Socioeconómico: Alto, con ingresos de 2000 a 3000 dólares mensuales.

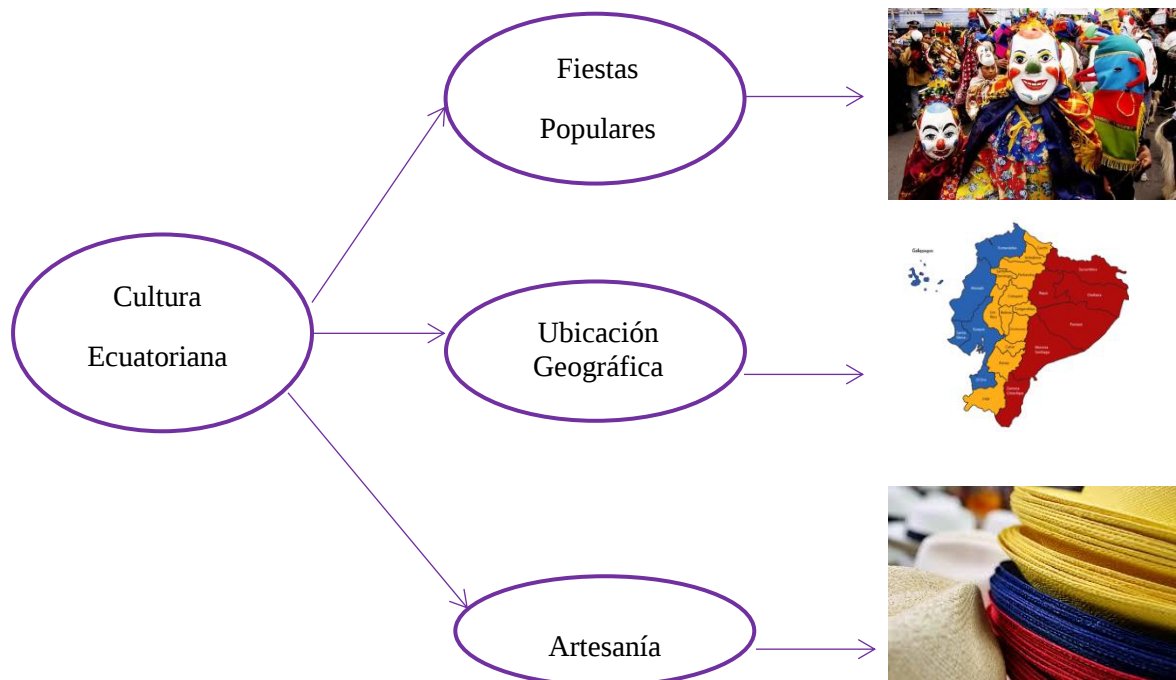
Gustos y Preferencias: El consumidor tiene gran tendencia a viajar y aventurarse por el mundo, le agradan las cosas propias de cada lugar que tengan conocimiento histórico.

6.7 METODOLOGÍA: MODELO OPERATIVO

6.7.1 Modelo Gráfico

Desglose de la Cultura ecuatoriana

Para retratar la cultura ecuatoriana como tal, se estableció el siguiente diagrama que grafica los sectores más representativos, datos obtenidos de la investigación realizada a las partes concernientes.



Fiestas Populares



Ilustración 2: Fotografía del Carnaval de Guaranda, tomada en el año 2012

“Comparsas, colores y alegría es lo que encontrarás en una de las fiestas populares del Ecuador más reconocidas: el Carnaval de Guaranda (Foto: Edu León/ Mitur).”

En cada rincón del Ecuador, se encuentra una fiesta de pueblo que llena de diversión oportuna a cada rincón y lo convierte en una fecha única del lugar para visitarlo y enamorarse de su encanto peculiar.

La fiesta de pueblo, además de ser un atractivo, tiene su historia y razón de ser, se remonta a la época de la colonia, donde los motivos religiosos, eran la base de la sociedad, como lo menciona el Diario El Comercio, en el artículo “Quito y su historia, origen de las fiestas de pueblo” “Aunque la urbanización penetra más, siempre quedará la estructura de pueblos con cabeceras parroquiales que nacieron en la Colonia y tienen su Santo Patrono para venerar. Aun así, no están exentos de que sus plazas se vieran invadidas con almacenes y restaurantes de lujo, como lunares de la subcultura llamada “Inn”. Ejemplo cercano: la cabecera de Cumbayá, quien iba a pensar, pues, que por allí bajarán los primeros conquistadores del Amazonas, ascendieran la cordillera y se perdieran en el verde ocre de la selva oriental”. Publicada en el año 2012., por autores anónimos.

Con el paso del tiempo, estas tradiciones han ido evolucionando, pero manteniendo su esencia por varios factores: la necesidad de conservar sus tradiciones de parte del pueblo, la activación de la economía del país durante esas fechas y la promoción turística que se levanta entorno a este tipo de eventos.

Las fiestas de pueblo, en el Ecuador, se caracterizan por tres hermosos factores:

- Arraigada religiosidad, cada fiesta que se celebra en los lugares más recónditos de país se originan por una base religiosa muy fuerte, que se originó en la época de la conquista española.
- El folclore, “palabra que denota variados lazos coloridos que abre un mundo cultural”, definición de Zara Carrozini, en el portal web www.ecuadortravel.com.ec, publicado en el año 2012.
- Muestran la cultura del país, como lo explica Zara Carrozini, “Es muy común encontrar en las fiestas populares o tradicionales una mezcla de manifestaciones culturales, con sus coloridos detalles, aquel compás repetitivo junto a flautas, guitarras y rondadores, que animan a todos aquellos que se inserten en estos encuentros, así sea de casualidad. Fuegos pirotécnicos, vacas locas, castillos con fuego, bebidas y comida que serán parte de estas celebraciones. Este es un listado de lo que podrás festejar en Ecuador.” En el portal web www.ecuadortravel.com.ec, publicado en el año 2012.

Estas tres características definen de manera oportuna la carga espiritual, de color y cultural que posee una fiesta popular en el país, siendo la base de unión en el pueblo, una dinámica comercial y a la vez un recordatorio del pasado.

A través de este diagrama se grafican estas características:



Fiestas Populares más importantes del Ecuador

Fiesta de Inti Raymi

“El solsticio de verano es celebrado para agradecer al dios Inti (Sol) por la abundancia en las cosechas y a la Pachamama (Madre Tierra) por cuidar y bendecir cultivos. Celebrado el 21 de junio en casi todas las poblaciones indígenas de la serranía. Las más reconocidas se registran en las provincias de Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua, Cañar, Azuay y Loja. La fiesta popular del Inti Raymi se caracteriza por tener danzantes que llevan sus cabezas decoradas con espejos, lentejuelas y plumas; o en el camino del Aya Huma (diabluma o diablo huma) este personaje puede girar muy cerca tuyo, con su máscara de dos frentes”. Extracto extraído del Libro Inti Raymi Cayambi, escrito por Pablo Guña, Pedro Camino, Quimbia Ulco, publicado en el año 1992.



Ilustración 3 Los Diablos Huma danzan en la fiesta al sol: Inti Raymi. Foto: Mitur.

Personajes y Símbolos destacados del Inti Raymi

Aya Uma: el guía, orientador, el sabio, en el caso de Otavalo, en Cotacachi este rol lo asume el capitán.



Ilustración 4: Ilustración de dñzate utilizando una máscara de diablo huma

Los Takik: los músicos, constituyen el eje de la fiesta, generadores de la armonía, el orden, la continuidad.



Ilustración 5: Fotografía de músicos en el Inti Raymi, tomada en el año 2011

Los Tushuk: los danzantes, elementos fundamentales que complementan el ciclo, guiados por los ritmos, reproducen el movimiento de traslación y rotación de la tierra, sus danzas en los corridos, imitan el movimiento de la serpiente, la misma que en el pueblo kichwa simboliza sabiduría.



Ilustración 6: Danzantes con trajes típicos en pleno espectáculo

Los Instrumentos de música: principalmente, el churo, las flautas, el rondín, bandolín, guitarra. En los últimos años se incluye el violín, charango, mandolina, etc.



Ilustración 7: Música retratado en comparsas



Ilustración 8: Trompetista con disfraz

Los músicos, los danzantes imitan la voz de la naturaleza, a fin de no ser reconocidos y unirse con el lenguaje de los vientos. La razón del disfraz, de cambiar, de unificar la voz, tiene como propósito hermanarse con la naturaleza y el ser humano.

Principales actividades de la Fiesta

El mes de mayo y las tres primeras semanas de junio se reserva un espacio significativo para preparar los ritmos de la fiesta, así como prepararse física y espiritualmente para la realización de las danzas.

En estos meses, se alista los diferentes ingredientes que permitirán la preparación de la Chicha, así como del cuy, la gallina, el mote, como platos principales de la misma. El Inti raymi, es una fiesta que se la celebra de casa en casa y de comunidad en comunidad, en todas las casas los danzantes serán atendidos con bebidas, principalmente la chicha, en algunos casos, los danzantes son atendidos con comida, sin importar la hora en que lleguen.

El Castillo: en altar principal se encuentra el castillo, nutrido de ofrendas facilitadas por los familiares y amigos, ofrendas como: pan, plátanos, licor, dinero, etc., productos de la madre tierra, productos que simbolizan el bienestar.

El ritual del baño: constituye el requisito fundamental de los danzantes, con el cual quienes participan en el mismo, logran renovar sus energías.

La misa de la víspera de la fiesta, o Misa de San Juan simboliza el sincretismo que existe entre nuestros pueblos.

La Toma de San Juan Capilla, (25-26-27, de junio) grupos de las diferentes comunidades, concentrados en un número de 30, 40, 50, 100 danzantes, avanzan por las calles de la ciudad de Otavalo, en dirección a la Plaza de San Juan, en donde se concentran y bailan formando círculos alrededor de la Plaza, en el caso de Cotacachi las comunidades se concentran en el Parque principal de la Ciudad.

La fiesta culmina con las celebraciones de San Pedro, para lo cual es necesario la existencia de uno o más priostes, a diferencia de la fiesta del Inti Raymi, la Fiesta de San Pedro, se lo realiza en la plaza principal de la comunidad y es amenizada por una banda de pueblo.

Mama Negra



Ilustración 9: Retrato de la Mama Negra, personaje principal de la fiesta

Es en Latacunga, provincia de Cotopaxi, donde la Mama Negra, “conocida como Santísima Tragedia, muestra las culturas indígena, española y africana del Ecuador. Una ceremonia mágica que devela la vida de diferentes pueblos concebidos en su mestizaje. Los vecinos de este lugar rinden también homenaje a la Virgen de la Merced como demostración de agradecimiento por los favores concedidos. Se realiza

primero en el mes de septiembre, como una fiesta de devotos y la segunda fecha se realiza en la primera semana de noviembre, tras año el aniversario de independencia o fiesta política de Latacunga”, conceptualización extraída del portal www.ecuadortravel.com, actualizado en el año 2015.

Personajes que intervienen en la Mama Negra

La Mama Negra: “Este personaje es la figura Central de la fiesta que va cabalgando con donaire y maestría, ataviada con ricos ropajes típicos del poblado y coloristas compuestos de grandes faldones, blusa bordada, adornos y hermosos pañoloneso (chalinas) que son cambiados en cada esquina del recorrido, la renovación constante la realizan dos personas mientras que una tercera persona porta un maletín lleno de estas prendas, gama completa de colores y modelos de estas prendas.” Extracto del diario El Comercio, el 26 de noviembre del 2010.

En las alforjas del caballo van introducidos dos muñecos negros que representan a los hijos de Mama Negra, en sus brazos lleva a la hija menor haciéndola bailar con gestos picarescos, de vez en cuando la Mama Negra aprieta un "chispero" lleno con leche y agua, lanzando el líquido a los boquiabiertos espectadores.

La Negra es guiada por el negro Trota frenos y el caballo es seleccionado cuidadosamente pues tiene que dominar el espantarse ante el enorme bullicio del gentío, los fuegos artificiales y las estruendosas bandas de música. Siempre será un hombre disfrazado de mujer, y se lo designa con un año de anticipación. Algunas veces, su rostro es pintado de negro o será cubierto con una careta negra muy bien adornada. La Mama Negra va siempre a caballo: en la mano derecha lleva una muñeca negra (su hija Baltasara) a la que hace bailar al ritmo de la banda del pueblo que lo acompaña; con la mano izquierda, arroja leche con agua a los espectadores.

Los Huacos: “A la cabeza de las comparsas, los "huacos" o brujos toman "voluntarios" del público (generalmente mujeres) y les aplican limpias, el personaje del "huaco" invoca la fiesta indígena precolonial de la "Citua", un rito de purificación

para alejar las epidemias que vienen con las lluvias de septiembre. La limpia consiste en un contundente soplo de trago, un baño de humo de cigarrillo y la invocación a las montañas "taitas" Imbabura, Chimborazo, y Carihuaírazo, y listo. La limpia, por supuesto no es gratuita.” De acuerdo a lo expresado en el Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

El Ángel de la Estrella: “Representa al Arcángel Gabriel: es un joven que va montado en un caballo y viste una túnica blanca adornada con encajes dorados o plateados. A la espalda lleva un par de alas de cartón igualmente blancas. Lleva también una corona en la que destaca una estrella grande, y en la mano lleva un cetro con una estrella en la punta. Este personaje es el encargado de recitar allí donde haya mayor concentración de gente las alabanzas a la Virgen”. Tomado del Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

El Rey Moro: “Siempre está muy arreglado para representar a un rey moro, es el encargado de adornar la procesión.” Según el Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

El Abanderado: “Una especie de militar adornado, encargado de entretener al público flameando coordinadamente una gran bandera a cuadros.” De acuerdo a lo expresado en el Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

El Capitán: Este es el prioste mayor, el que se gasta la fiesta, “elegantemente” uniformado y con espada a la mano. Extraído del Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

El Ashanguero: “Papel que es representado por los más fuertes, pues a sus espaldas llevan una canasta grande con alimentos como pan, frutas, gallinas, cuyes y licores, necesarios para repartir a los invitados mientras dure la fiesta”. Escrito en el Libro “El lenguaje de la Mama Negra” escrito por Marco Antonio Karolys Baca y Juan Enrique Ubilla Freire, publicado en el año 2008.

Carnaval de Guaranda



Ilustración 10: Carro alegórico fotografiado en el año 2013

A puro ritmo de comparsa se enciende la fiesta más popular del Ecuador. “Miles de personas se concentran cada año en la provincia de Bolívar, específicamente en la ciudad de Guaranda, para la fiesta que se sumerge en agua y música marcando el carnaval. Esta fiesta religiosa usualmente se celebra en el mes de febrero y permite compartir con los vecinos del lugar su alegría y hospitalidad, entre bailes, risas y juegos que hacen olvidar el tiempo”. Escrito el portal web www.ecuadortravel.com.ec, actualizado en el año 2015.

Personajes y símbolos representativos:

La preparación de los actos comienza desde la primera semana de febrero con la elección de la reina o la Mama, la Ñusta Bonita y del Taita Carnaval. Este es el

personaje mítico vestido con zamarro, pantalón de cuero, tambor y pigsha, que visita en los primeros días del mes de febrero las mesas bien puestas con abundante comida y licor. Durante los cuatro días que se celebra el carnaval, no solo simboliza la amabilidad de los guarandeños sino que, además, preside los desfiles y baila al compás de la banda de pueblo mientras degusta el tradicional licor “Pájaro Azul” preparado en los añejos alambiques de San Pedro de Guanujo”. Información obtenida en el blog: ecucarnaval.blogspot.com, en colaboración con el Municipio de la Ciudad de Guranda y el departamento de cultura de la Ciudad.

“Los Huasi Tupac, son personajes que reciben a los carnavaleros con mucha cortesía y fraternidad, y les invita a chicha o trago, además les formulan una serie de preguntas por medio de canciones propias de la época, que son o deben ser conocidas por quienes celebran estas fiestas; si estos responden bien a las preguntas, también a través de canciones; tiene acceso a la mejor comida: cuy, carne de res, frutas, etc. Por eso es muy necesario que el carnavalero sepa canciones, por lo menos 7 de las 30 que existen.” Información obtenida en el blog: ecucarnaval.blogspot.com, en colaboración con el Municipio de la Ciudad de Guranda y el departamento de cultura de la Ciudad.

Diablada de Píllaro



Ilustración 11: Danzante con traje típico de la fiesta de Píllaro

La Fiesta de la Diablada se realiza todos los años en Píllaro, provincia de Tungurahua, del 1 al 6 de enero. Según cuenta la leyenda, las comparsas representan

a un diablo que llegó a América con el cristianismo. Es en esta fiesta donde el indio salta, baila y se alegra transformado en diablo, colocando en su rostro grandes máscaras. Esta ancestral fiesta se expresa en la danza de todas las comunidades del cantón, que en círculo muestran su ritmo y en sus manos nunca falta una muñeca, la botella de licor y un pañuelo.

Personajes y Símbolos representativos

Guarichas, bailarines de línea, capariches, los músicos de la banda de pueblo y los diablos son los principales personajes de la Diablada píllareña. Esta manifestación popular y cultural tiene más de 150 años de celebrarse en el cantón Píllaro, en Tungurahua. Los festejos que se iniciaron el miércoles pasado y finalizarán el próximo martes 6 de enero. Más de 2 000 bailarines de las comunidades Tunguipamba, Guanguibana, Marcos Espinel, Chacata, El Carmen, Robalino Panda y San Vicente de Quilimbulo coparon, en la tarde, las calles y avenidas del centro de la ciudad. Sus vestimentas coloridas, estrafalarias máscaras y sus danzas fueron la atracción de más de 5 000 turistas que llegaron a este cantón ubicado al nororiente de Tungurahua. Esta fiesta fue declarada en el 2009 como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. Contenido publicado por el Diario El Comercio, en el año 2015.

Geografía Ecuatoriana

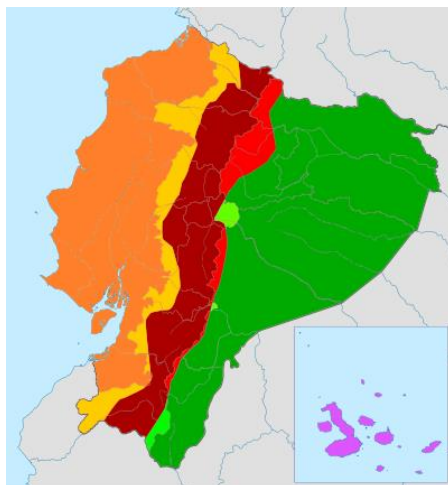


Ilustración 12: Mapa de la Geografía del Ecuador

“Ecuador, es un país situado en la parte noroeste de América del Sur. Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. El país tiene una extensión de 283.561 km². Además del territorio continental, Ecuador está formada por el archipiélago de Colón, aparte de otras cercanas al continente, como Puná, Santay, y la Isla de la Plata”. Recopilado por Edgar Tello (ed.). Ecuador su realidad (agosto 2009 edición). Fundación José Peralta.

Otro de los factores que arrojo la investigación es el privilegiado sector en el que se encuentra el País, ubicado en el centro del Planeta, donde atraviesa la línea Ecuador o Equinoccial, que divide al Mundo en dos perfectas mitades; además de ser el centro del mundo, tiene cuatro diferentes regiones que lo hacen único, en paisajes, clima, vegetación y paisajes.

Región Costa: Una de las regiones más turísticas del país porque posee un clima exquisito, vegetación abundante y variada, playas y centros turísticos únicos en el mundo.

En el litoral ecuatoriano se encuentran cinco (Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro) de las 22 provincias del país. De norte a sur presenta hermosas playas que

ofrecen descanso y diversión, y cuentan con una importante infraestructura hotelera.

Esta región se caracteriza por un clima cálido y seco al sur, y tropical húmedo al norte. Varios Parques Nacionales son los que forman parte de esta región, entre los cuales destacamos el Parque Nacional Machalilla y Manglares-Churute, los cuales ofrecen la posibilidad de realizar ecoturismo. En Guayaquil, el puerto principal, se encuentra el aeropuerto internacional José Joaquín Olmedo.

La llamada Costa Azul ecuatoriana ofrece hermosos balnearios con extraordinarias playas, límpidas arenas y brillante sol, que permiten al turista gozar de un clima agradable, de deportes acuáticos, de incomparable pesca y de toda clase de entretenimientos en confortables hoteles.

Los balnearios del Ecuador brindan todas las comodidades de vivienda y turismo. Salinas, Ayangue, Puerto López, Súa, Manta, Bahía de Caráquez, Esmeraldas, Playas, entre otros, son de gran seguridad.

Lugares turísticos predilectos:

- Playa Rosada
- Crucita
- Parque Nacional Machalilla
- Malecón 2000
- Montañita
- Salinas
- Guayaquil
- Puerto López

Región Sierra: La región interandina del Ecuador, comúnmente conocida como la Sierra, es una región natural de dicho país que se extiende de norte a sur por los Andes.

Esta región se caracteriza por sus impresionantes elevaciones montañosas, volcanes y nevados. Entre los más importantes están el Cotopaxi y el Chimborazo. Sus 10 provincias cuentan con ciudades de gran importancia histórica como Quito y Cuenca,

y centros artesanales como Otavalo. Igualmente, existen varios parques nacionales con flora y fauna muy ricas y variadas, coexisten zonas calientes, templadas y frías. Su región interandina presenta valles de diferentes altitudes y climas. En Quito, capital del Ecuador, funciona el aeropuerto internacional Mariscal Sucre, principal puerta de entrada al país.

Región Amazónica: La región amazónica una de las cuatro regiones naturales del Ecuador. Comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe. Se extiende sobre un área de 120.000 km² de exuberante vegetación, propia de los bosques húmedo-tropicales, representa el 48% del territorio ecuatoriano. Sus límites están marcados por la Cordillera de los Andes en la parte occidental de esta región, mientras que Perú y Colombia en el límite meridional y oriental, respectivamente.

Artesanía Ecuatoriana



Ilustración 13: Puesto de artesanía de la ciudad de Otavalo

Como atractivo cultural y turístico la artesanía ecuatoriana forma parte de la historia y la tradición del Ecuador, es un elemento base para el conocimiento del país, Las artesanías de Ecuador son una de las más admiradas de Sudamérica, combinando la

creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones.

Los artesanos de Ecuador expresan sus sentimientos a través de las manos creando manualidades como: pinturas, tejidos, collares, telas, etc. En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país. De acuerdo a lo planteado por el Ministerio de Turismo del País, en la página web www.turismo.gob.ec.

Tipos de artesanías

Telar: El **telar** o tejador de tejer, construido con madera o metal, en el que se colocan unos hilos paralelos, denominados urdimbres, que deben sujetarse a ambos lados para tensarlos (función que suelen cumplir las pesas) y mediante un mecanismo, estos hilos son elevados individualmente o en grupos, formando una abertura denominada calada, a través de la cual pasa la trama.^{1 2}

Puede ser artesanal o industrial. Los telares artesanales se clasifican en tres grandes familias: bastidores, verticales y horizontales. Los telares industriales se clasifican según el tipo de tejido que producen; hay planos, circulares, triaxiales.

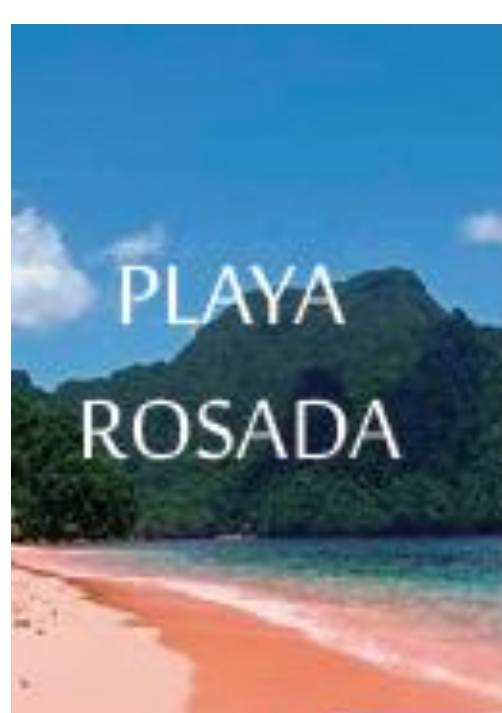


Ilustración 14: Elaboración del telar manual realizado por manos artesanas

Tejido: Se llama tejido a una estructura resultante del entrelazado de hilos. Podemos encontrar diferentes tipos de tejido, que se distinguen por el tipo de técnica usada para

el entrelazado de fibras. Hay dos grandes grupos de tejidos, los tejidos de punto y los tejidos de telar.

Un tejido es la estructura que resulta de entrelazar hilos de cualquier material, sin importar el sistema empleado.



Collage
Inspiracional



Desarrollo de Marca

El desarrollo de la marca se realizó en cooperación con la empresa, debido a que no poseían manual de marca, identidad corporativa y otros aspectos que son importantes para la imagen y manejo de la empresa, entre las actividades que se llevaron a cabo están:

- Creación de una marca, que identifique el producto, y le dé realce y nombre a la empresa.
- Diseño del logotipo, colores y formas que vayan de acuerdo a la marca.
- Elaboración del manual de marca de la empresa, dimensiones y correcta utilización del logotipo y de la marca.
- Definición de la identidad corporativa de la empresa, identificación del material de oficina, tarjetería y otros documentos importantes para la empresa.

Manual de marca

Logo

1

ID

IDENTIDAD

Isotipo

Especificaciones del logo

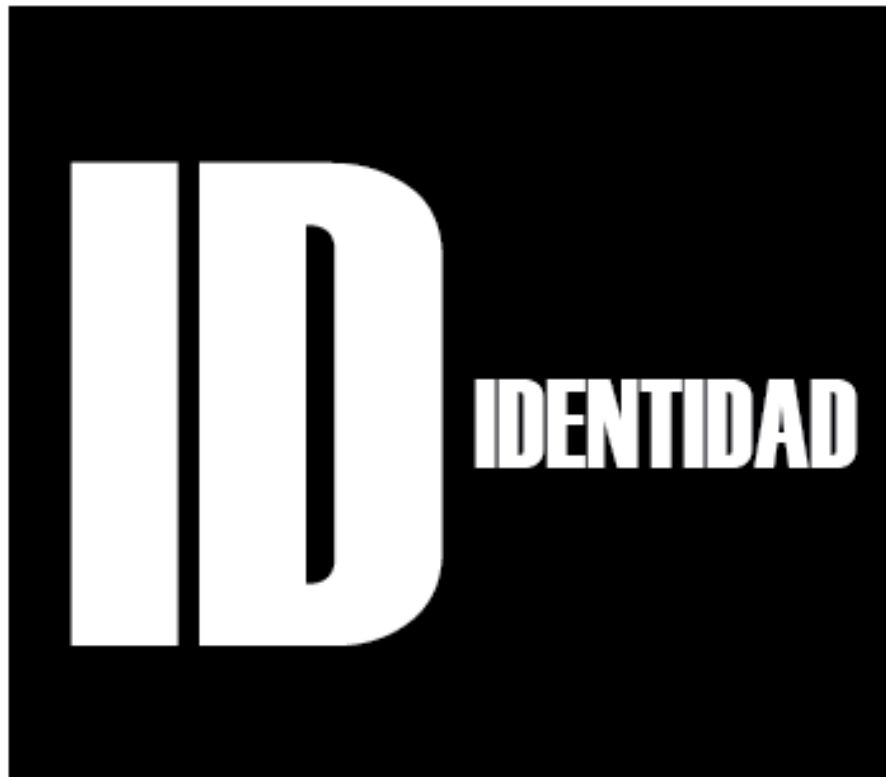
1

ID **IDENTIDAD**

TIPO DE LETRA: Haettenschweiler
ESTILO DE FUENTE: Regular

Aplicación del logo

1



Negativo

Tamaños

3

ID IDENTIDAD

Original

ID IDENTIDAD

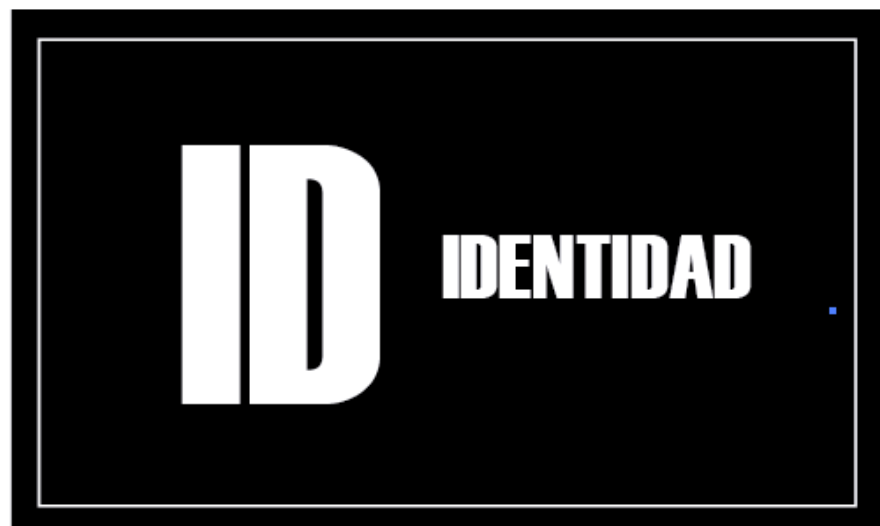
Mínimo

Identidad Corporativa

Tarjetas de Presentación

Tarjetas de Presentación

1



Hojas Membretadas

ID

Identidad



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

Siluetas



Panel de Tendencias

Prendas básicas



Colores de temporada



Bases Textiles



Accesorios



6.7.2 Modelo Gráfico

Ilustraciones



Native



Native

Fichas Técnicas de Diseño, Producción y Materiales

ILUSTRACIÓN

FT001

Referencia: Abrigo capas		Descripción: Abrigo sin mangas capas inferiores
Tejido: Telar Artesanal		Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: M/38	Observaciones: Sesgos de cuero de 1,5 cm



Gama de colores

Telar



Cuero

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

FT002

Referencia: PF 001	Tela: Tejido
Descripción: Prenda superior asimétrica	Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: L

Gama de colores



Negro



Fucsia



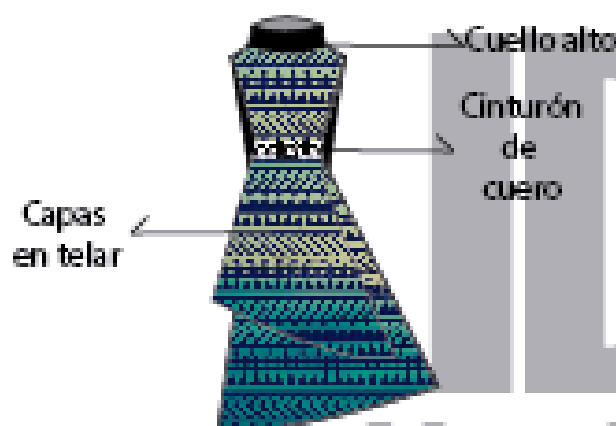
Gris
claro



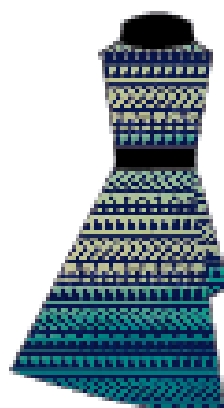
Turquesa

Planos Técnicos

Delantero



Posterior



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Telar	Artesanal
Forro	Pat Primo
Cuero	Yolanda S.
Aplique metálico	Marquillas y accesorios
Marquilla	Marquillas y accesorios
Hilos	Distribuidora Carolina
Etiqueta	Chifón
Empaque	Chifón

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



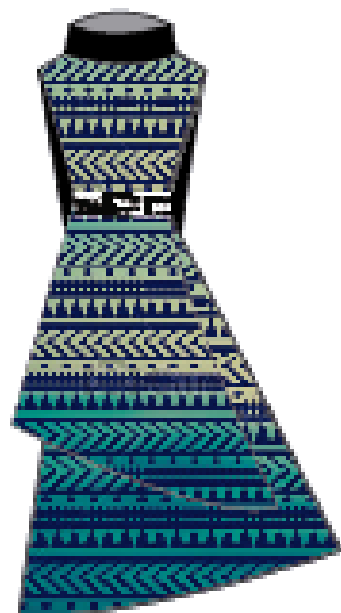
Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT003

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Pegar cuello	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
003	Ribetear faldas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128/GAS(80)
004	Cerrar costados	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
005	Pegar faldas inf	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Pegar faldas sup.	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128/GAS(80)
008	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

FT004

Referencia: PF001

Línea: Femenina

Tipo de Producto: Prenda superior

Descripción del producto: Prenda superior asimétrica



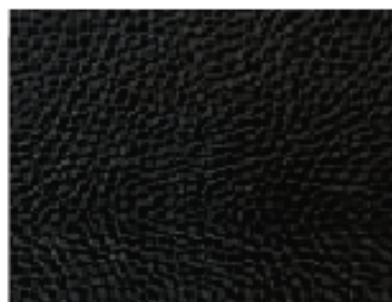
Telar

Composición: 100% algodón



Forro

Composición: 65% Poliéster, 30% Alg, 5% elastano



Cuero



Marquilla



Aplique metálico



Hilos

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/ 12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

ILUSTRACIÓN

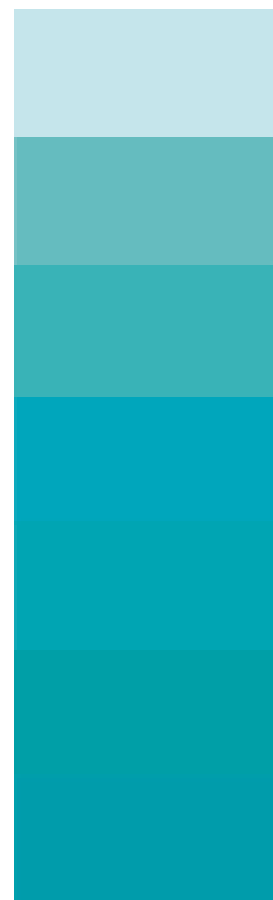
FT007

Referencia: Top femenino		Descripción: Top con escote posterior y estampado	
Tejido: Tela algodón		Composición: 93% algodón 7% elastano	
Línea: Femenina	Tallas: S/36	Observaciones: Estampado tintas de agua	

Gama de colores



Tela Algodón



Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

FT008

Referencia: CF 002	Tela: Lycra algodón esmerilada
Descripción: Top Femenino con escote posterior	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: S

Gama de colores

			
Turquesa	Fucsia	Morado	Blanco

Planos Técnicos

Delantero



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Tela algodón	S.J. Jersey
Aplique metálico	Marquillas y acces.
Marquilla	Marquillas y acces.
Hilos	Distribuidora Carolina
Etiqueta	Chiffón
Empaque	Chiffón

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT009

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Colocar sesgo cuello	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
003	Colocar tira	RECTA	301	12	1H.	135X5 (80)
004	Colocar sesgo sisas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
005	Cerrar costado derecho marquillando	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Cerrar segundo costado	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
009	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

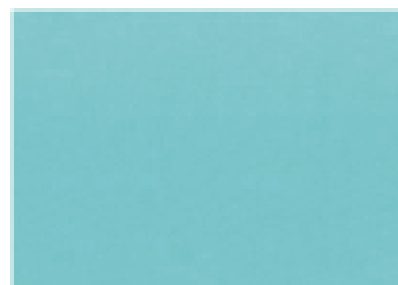
FT010

Referencia: CF002

Línea: Femenina

Tipo de Producto: Top

Descripción del producto: Top Femenino con escote posterior



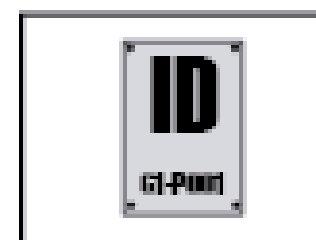
Tela Algodón

Composición: 93% alg, 7% elastano

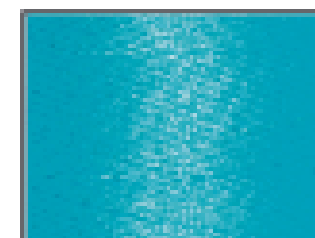
ID
Identidad



Marquilla



Aplicación metálica



Hilos

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/ 12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

ILUSTRACIÓN

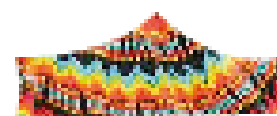
FT014

Referencia: Mini vestido jean		Descripción: Mini vestido con pedrería en la cintura
Tejido: Denim		Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: M/38	Observaciones: Cuello en V delantero

Gama de colores



Tela



Pedrería

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

FT015

Referencia: CF 003	Tela: Lycra algodón esmerilada
Descripción: Mini vestido con pedrería en la cintura	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: S

Gama de colores



Azul
Marino



Blanco



Naranja



Amarillo

Planos Técnicos

Delantero



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Denim	Distritex
Aplicue metálico	Marquillas y acces.
Marquilla	Marquillas y acces.
Hilos	Distribuidora Carolina
Etiqueta	Chiffón
Empaque	Chiffón

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT016

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Colocar cuello	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
003	Colocar tira	RECTA	301	12	1H.	135X5 (80)
004	Pegar mangas	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
005	Cerrar costado derecho marquillando	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Cerrar segundo costado	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
008	Recubrir mangas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
009	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfono: (03) 7341170 / 0309-65646

Dirección: Calle Nueva América (Calle Yaguasu y Abba)

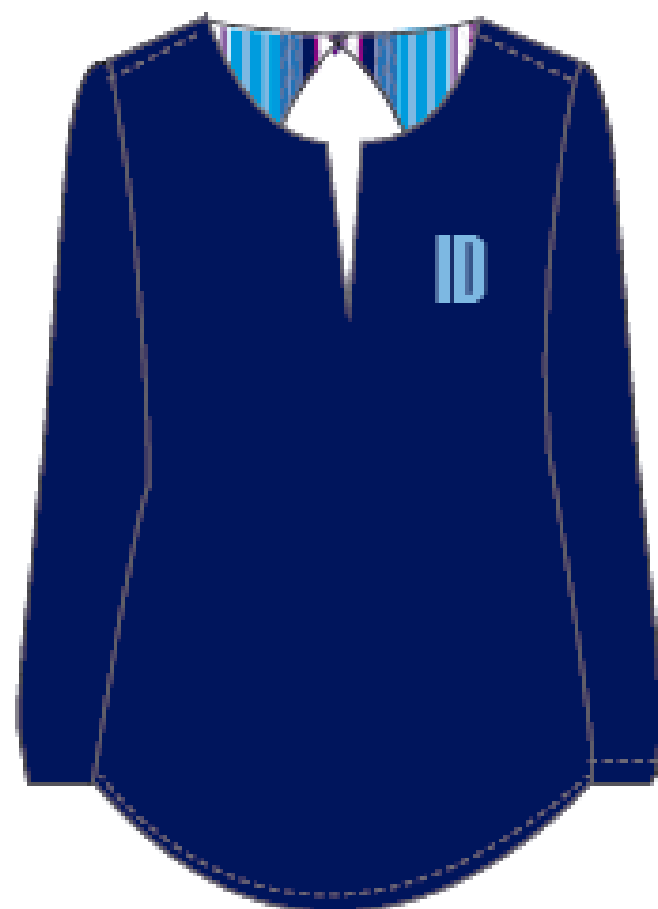
idmodacultural@gmail.com

ILUSTRACIÓN

FT020

Referencia: Buso escote post.		Descripción: Buso mangas largas escote posterior
Tejido: Telar/ Tela algodón		Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: M/38	Observaciones: Cuello en V delantero

Gama de colores



Telar



Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

FT021

Referencia: CF 001	Tela: Lycra algodón esmerilada
Descripción: Camiseta Femenina con estampado central	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: M

Gama de colores

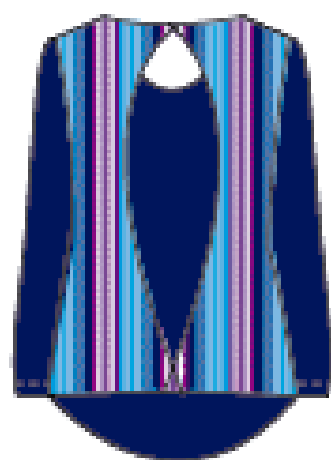


Planos Técnicos

Delantero



Posterior



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Tela algodón	SJ. Jersey
Aplique metálico	Marquillas y acces.
Marquilla	Marquillas y acces.
Hilos	Distribuidora Carolina
Etiqueta	Chifón
Empaque	Chifón

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT022

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Colocar cuello	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
003	Colocar tira	RECTA	301	12	1H.	135X5 (80)
004	Pegar mangas	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
005	Cerrar costado derecho marquillando	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Cerrar segundo costado	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
008	Recubrir mangas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
009	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

--

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

FT023

Referencia: CF001

Línea: Femenina

Tipo de Producto: Buso

Descripción del producto: Buso Femenino con estampado



Tela Algodón

Composición: 93% alg, 7% elastano

ID
Identidad



Marquilla



Apliche metálico



Hilos

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/ 12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

ILUSTRACIÓN

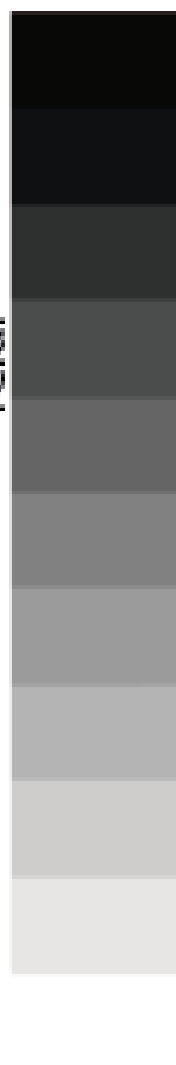
FT026

Referencia: Abrigo oversize		Descripción: Abrigo con mangas y cuello tortuga	
Tejido: Telar Artesanal		Composición: 100% algodón	
Línea: Femenina	Tallas: M/38	Observaciones: Sesgos de cuero de 1,5 cm	

Gama de colores



Telar



Cuero

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

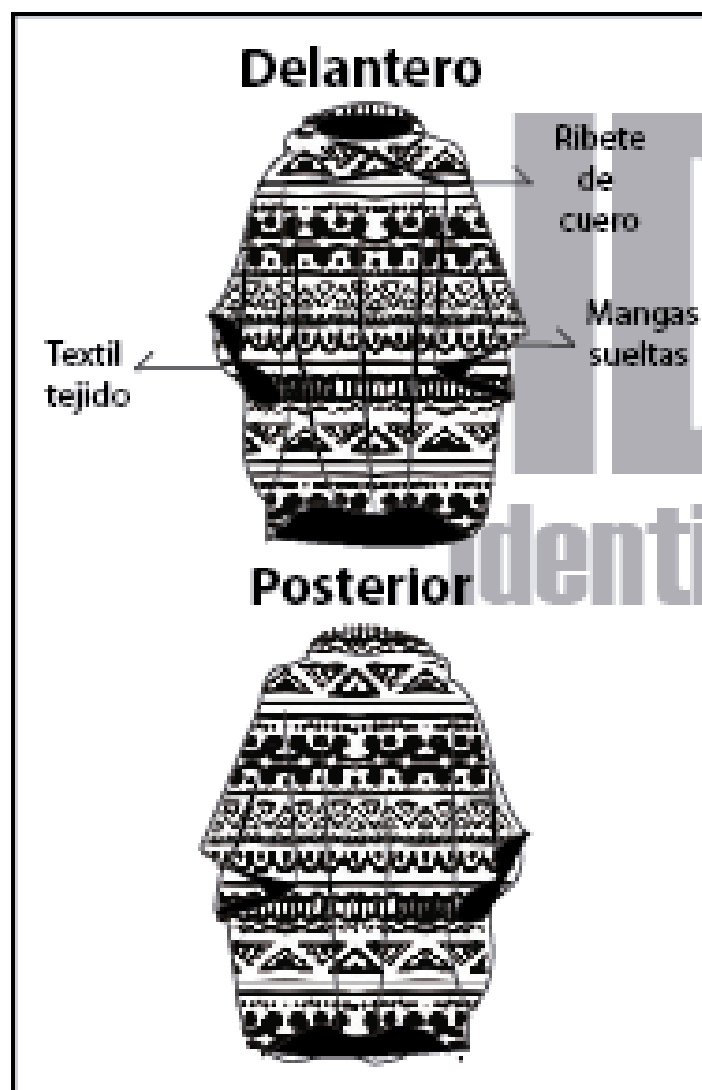
FT027

Referencia: PF001	Tela: Telar
Descripción: Poncho tejido con detalles en cuero	Composición: 100% algodón
Linea: Femenina	Tallas: M

Gama de colores



Planos Técnicos



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Telar	Artesanal
Forro	Pat Primo
Cuero	Yolanda S.
Aplique metálico	Marquillas y acces.
Marquilla	Marquillas y acces.
Hilos	Distruuidora Carolina
Etiqueta	Chiffón
Empaque	Chiffón

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



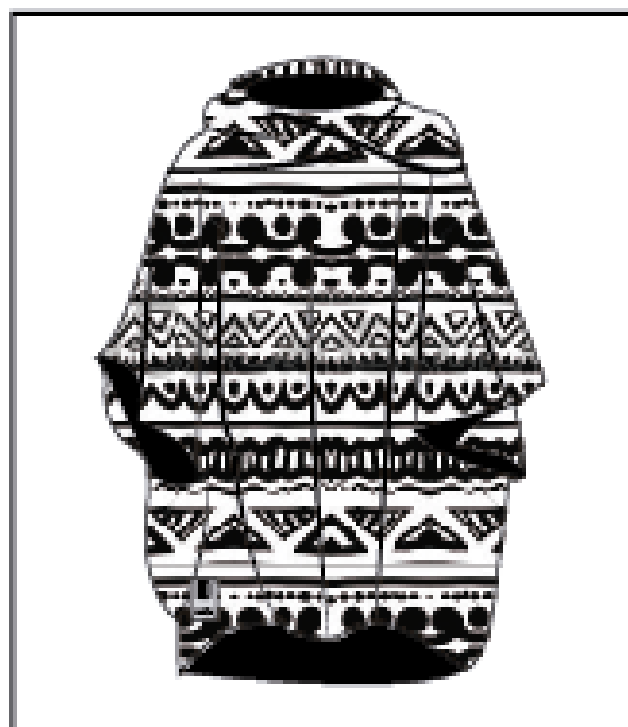
Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT028

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Pegar cuello	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
003	Ribetear cuello	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
004	Ribetear mangas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
005	Pegar mangas	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Cerrar costados	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
008	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

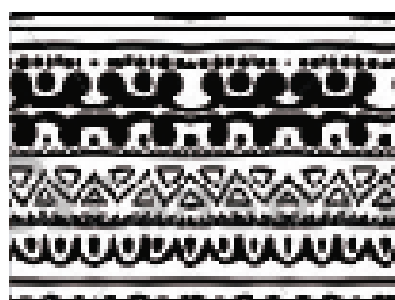
FT029

Referencia: PF001

Línea: Femenina

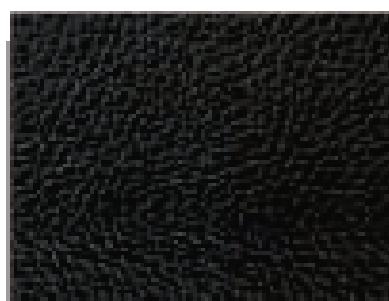
Tipo de Producto: Poncho

Descripción del producto: Poncho tejido con detalles en cuero

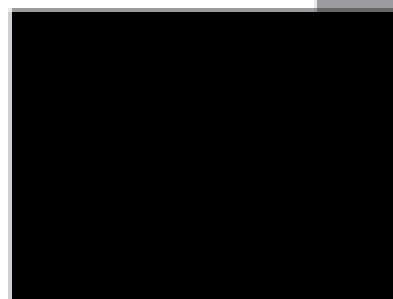


Telar

Composición: 100% algodón

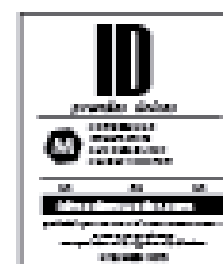


Cuero

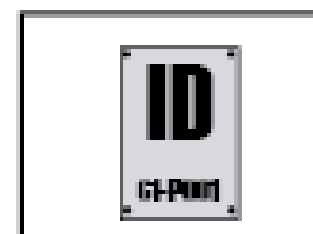


Forro

Composición: 65% Poliéster, 30% Alg, 5% elastano



Marquilla



Aplique metálico



Hilos

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/ 12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

ILUSTRACIÓN

FT032

Referencia: CM001		Descripción: Abrigo con mangas y cuello tortuga
Tejido: Telar Algodón		Composición: 93%algodón 7% elastano
Línea: Masculina	Tallas: M/38	Observaciones: Cuello de 1,5 cm

Gama de colores



Telar



DETALLE
REFLECTIVO

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

FT033

Referencia: CM 001	Tela: Lycra Algodón esmerilada
Descripción: Camiseta masculina estampada	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Masculina	Tallas: M

Planos Técnicos

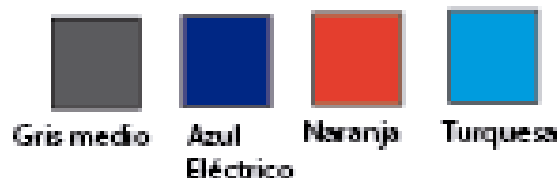
Delantero



Materiales e Insumos

Artículo	Proveedor
Lycra algodón esmerilada	S.J. Jersey
Aplicue metálico	Marquillas y acces.
Marquilla	Marquillas y acces.
Hilos	Distruuidora Carolina
Etiqueta	Chifón
Empaque	Chifón

Gama de colores



Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/14



Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

FT034

Planos Técnicos



PROCESOS DE OPERACIONES Y TIEMPO

Cod.	Operación	Máquina	Tipos de Puntada	P.P.P.	Hilos	Agujas
001	Unir hombros	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
002	Colocar cuello	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
003	Colocar tira	RECTA	301	12	1H.	135X5 (80)
004	Pegar mangas	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
005	Cerrar costado derecho marquillando	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
006	Cerrar segundo costado	OVERLOCK	540 (5/32)	16	3H.	B27 (70-75)
007	Recubrir basta	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
008	Recubrir mangas	RECUBRIDORA	406 (1/8)	16	3H.	UY128GAS(80)
009	Pulir y Revisar	MANUAL				

Cuadro de medidas terminadas

Medidas de cuello: 20cm

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

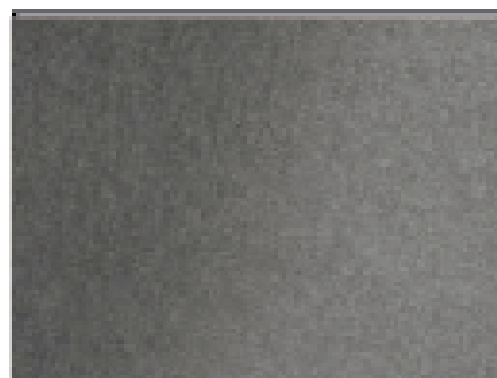
FT035

Referencia: CM001

Línea: Masculina

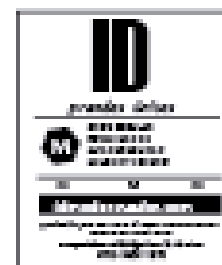
Tipo de Producto: Camiseta

Descripción del producto: Camiseta Masculina Estampada

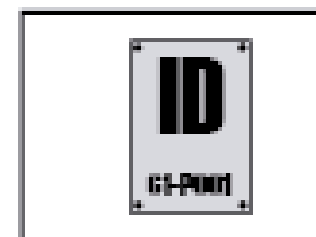


Textil Lycra Algodón
Composición: 93% Alg, 7% elastano

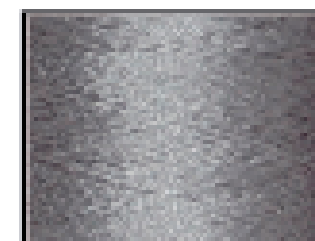
ID
Identidad



Marquilla



Aplique metálico



Hilos

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

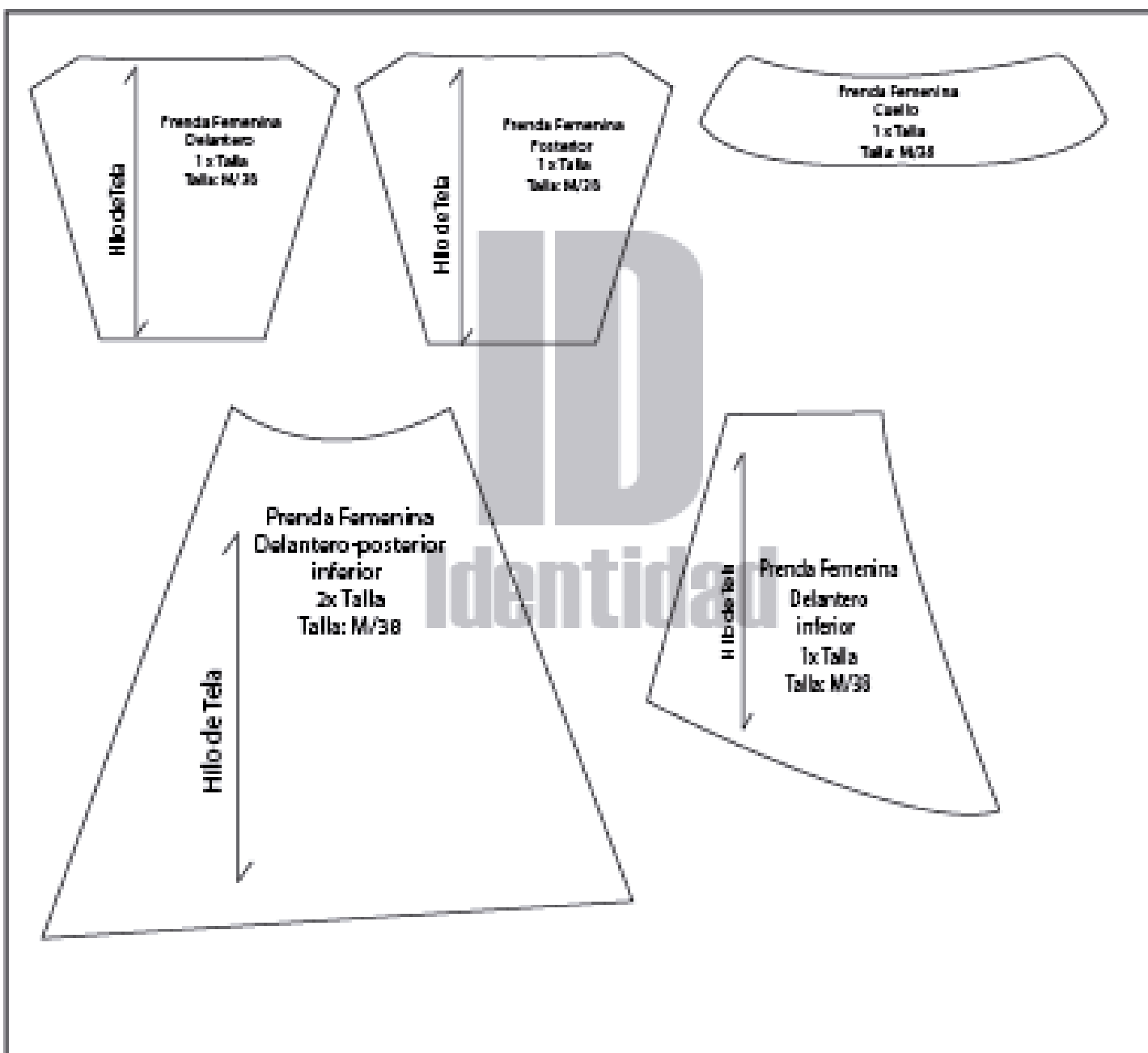
idmodaecuador@gmail.com

Fichas Técnicas de Patronaje, Estampado y Costos

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT005

Referencia: PF001	Tela: TeLar
Descripción: Prenda superior asimétrica	Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: M



Observaciones: Cortar el cuello dos centímetros más pequeño que la medida normal del cuello

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT006

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Telar y Forro	2 metros	\$20 x metro	\$40
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla y Aplique	2 unidades	\$0,75	\$0,75
Cuero	20 centímetros	\$6 x metro	\$1,20
Costos Indirectos			
Gastos Nominales			\$1,00
Arriendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
		Total:	\$46,47
		Ganancia (40%):	\$18,58
		Subtotal:	\$65,05
		Total (incluido IVA):	\$72,85

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT011

Referencia: CF002	Tela: Tela Lycra Algodón Esmerillada
Descripción: Top Femenino con escote posterior	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: S



Observaciones: Cortar el cuello dos centímetros más pequeño que la medida normal del cuello

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT012

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tela lycra algodón	0,33 gr	\$13,70 x kilo	\$4,57
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla	1 unidad	\$0,25	\$0,25
Aplicue metálico	1 unidad	\$0,50	\$0,50
Costos Indirectos			
Gastos Nominales			\$1,00
Ariendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
Estampado 5 colores	1 unidad	\$1 x6 colores	\$6
		Total:	\$15,84
		Garancia (40%):	\$4,76
		Subtotal:	\$20,6
		Total (incluido IVA):	\$23,10

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

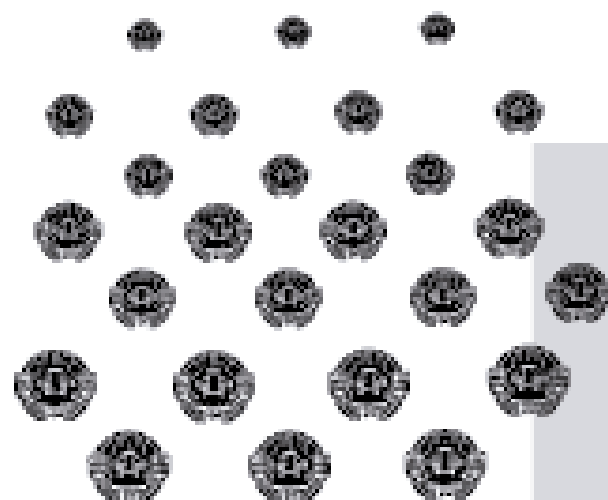
Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

Referencia: CF002	Tela: Lycra Algodón Esmerilada
Descripción: Camiseta femenina estampada	Composición: 93% Algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: M

Arte



Módulo

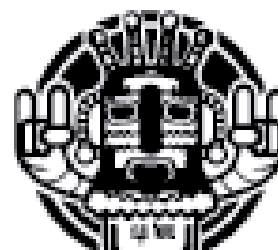


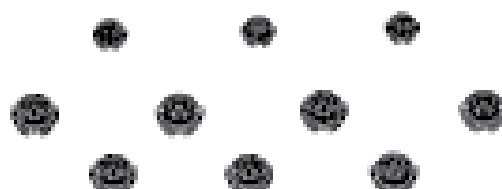
Ilustración de Diablo Huma
realizada por artistas
ecuatorianos

Principios del Diseño aplicados

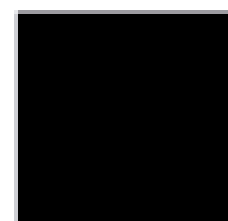
Repetición de Módulos



Gradación de Tamaño



Tintas a utilizar



Color: Negro Registro
Plastisol Compuesto

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT018

Referencia: CF003	Tela: Tela Lycra Algodón Esmerilada
Descripción: Vestido Femenino con bordado central	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: M



Observaciones: Cortar el denim de manera que la parte más estirable encaje en el ancho

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodasecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT019

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tela lycra algodón	0,33 gr	\$13,70 x kilo	\$4,57
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla	1 unidad	\$0,25	\$0,25
Aplicue metálico	1 unidad	\$0,50	\$0,50
Costos Indirectos			
Gastos Nominales			\$1,00
Arriendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
Estampado 5 colores	1 unidad	\$1 x 6 colores	\$6
		Total:	\$15,84
		Ganancia (40%):	\$4,76
		Subtotal:	\$20,6
		Total (incluido IVA):	\$23,10

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT024

Referencia: CF001	Tela: Tela Lycra Algodón Esmerilada
Descripción: Camiseta Femenina estampado central	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Femenina	Tallas: L



Observaciones: Cortar el cuello dos centímetros más pequeño que la medida normal del cuello

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT025

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tela lycra algodón	0,33 gr	\$13,70 x kilo	\$4,57
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla	1 unidad	\$0,25	\$0,25
Aplicue metálico	1 unidad	\$0,50	\$0,50
Costos Indirectos			
Gastos Nominale			\$1,00
Arriendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
Estampado 5 colores	1 unidad	\$1 x 6 colores	\$6
		Total:	\$15,84
		Garancia (40%):	\$4,76
		Subtotal:	\$20,6
		Total (incluido IVA):	\$23,10

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

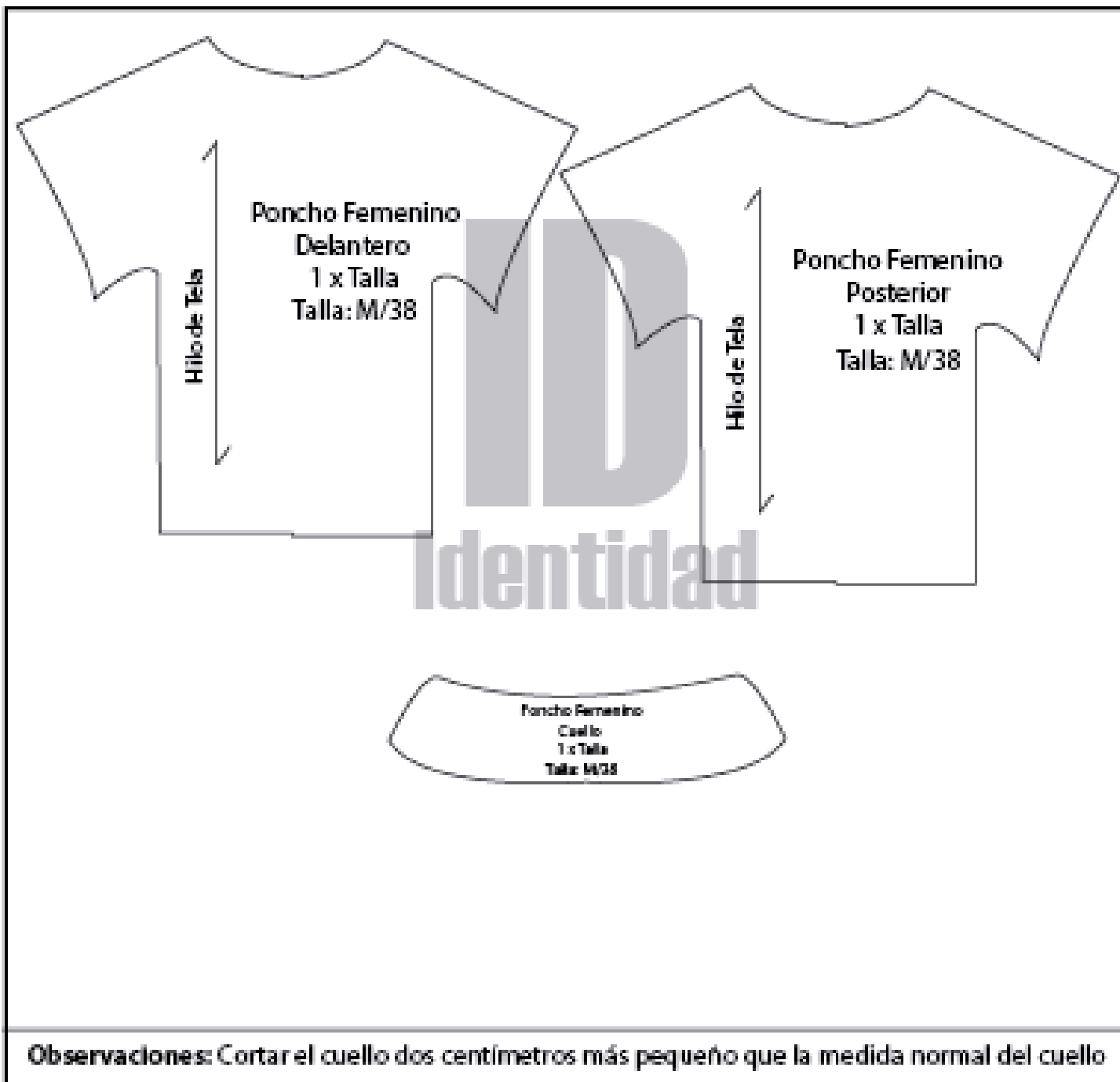
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT030

Referencia: PF001	Tela: Telar
Descripción: Poncho tejido con detalles de cuero	Composición: 100% algodón
Línea: Femenina	Tallas: M



Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cda. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT031

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Telar y Forro	2 metros	\$20 x metro	\$40
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla y Aplique	2 unidades	\$0,75	\$0,75
Cuero	20 centímetros	\$6 x metro	\$1,20
Costos Indirectos			
Gastos Nominales			\$1,00
Arriendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
		Total:	\$46,47
		Ganancia (40%):	\$18,58
		Subtotal:	\$65,05
		Total (incluido IVA):	\$72,85

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



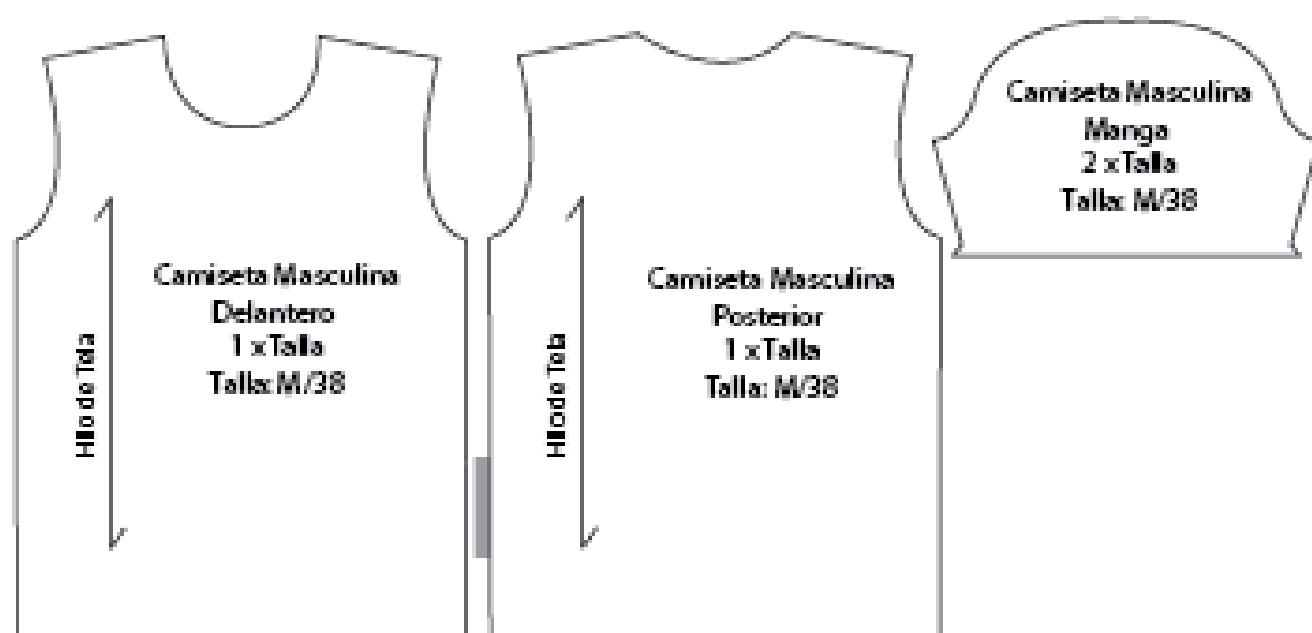
Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
 Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
 idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

FT036

Referencia: CM001	Tela: Lycra Algodón Esmarilada
Descripción: Camiseta Masculina Estampada	Composición: 93% algodón 7% elastano
Línea: Masculina	Tallas: M



Observaciones: Cortar el cuello dos centímetros más pequeño que la medida normal del cuello

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

FT037

Planos Técnicos



Costos y Valores por Unidad			
Costos Directos			
Material o Insumos	Consumo o Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tela lycra algodón	0,33 gr	\$13,70 x kilo	\$4,57
Hilos	0,005 gr	\$12 x kilo	\$0,02
Marquilla	1 unidad	\$0,25	\$0,25
Aplicue metálico	1 unidad	\$0,50	\$0,50
Costos Indirectos			
Gastos Nominales			\$1,00
Arriendo			\$1,00
Servicios Básicos			\$1,00
Pago de Servicios			\$0,50
Mano de obra	1 unidad	\$1,00	\$1,00
Estampado 5 colores	1 unidad	\$1 x 6 colores	\$6
			Total:
			\$15,84
			Ganancia (40%):
			\$4,76
			Subtotal:
			\$20,6
			Total (incluido IVA):
			\$23,10

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12

Observaciones:



Moda Cultural

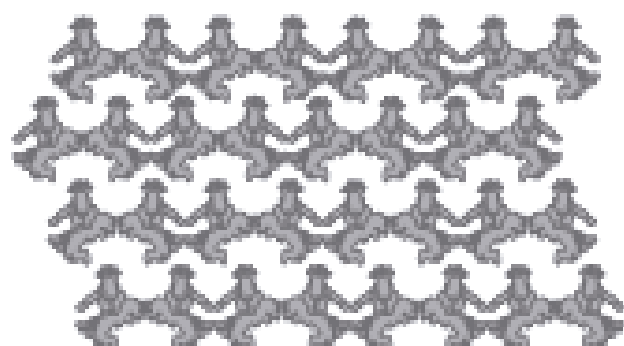
Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646

Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)

idmodaecuador@gmail.com

Referencia: CM001	Tela: Lycra Algodón Esmerilada
Descripción: Camiseta masculina estampada	Composición: 93% Algodón 7% Elastano
Línea: Masculina	Tallas: M

Arte



Módulo



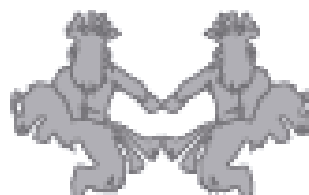
**Ilustración Danzante
Folklórico del Inti Raymi**

Principios del Diseño aplicados

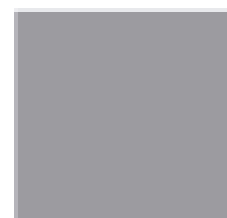
Repetición de Módulos



Toque



Tintas a utilizar



**Color: Gris plateado
Plastisol Compuesto**

Elaborado por: Andrea Montalvo

Fecha: 2015/08/12



Moda Cultural

Teléfonos: (03) 2841170/ 0989465646
Dirección: Cdla. Nuevo Ambato (Calle Yanayacu y Alahua)
idmodaecuador@gmail.com

Tabla 31: Modelo operativo

Fases	Etapas	Metas	Actividades	Tiempo	Recursos	Costo	Responsable
Fase 1 Planificación	Semana 1	Modelo gráfico	❖ Elaboración del manual de marca y creación de la identidad de marca de la empresa.	Dos semanas	-Computadora Intel corel I7 con paquete de adobe instalado -Paquete de programas de Microsoft. -Internet banda ancha. -Impresora a colores tinta continua. -Paquete de Programas Rich Piece. -Asesoría de diseñador gráfico. -Escáner para digitalización de documentos.	\$500	Andrea Montalvo
	Semana 2	- Desarrollo de la marca - Elaboración de collage de inspiración - Collage de tendencia Modelo teórico - Elaboración de bocetos - Elaboración de fichas técnicas de diseño - Ficha técnica de producción - Ficha técnica de materiales e insumos Modelo matemático: - Ficha técnica de patronaje - Ficha técnica de tendido y corte	❖ Búsqueda de imágenes que representan la inspiración y la tendencia. ❖ Ilustración de bocetos de acuerdo a lo investigado. ❖ Búsqueda de materia prima e insumos afines con lo estudiado. ❖ Elaboración de formatos de fichas técnicas, ❖ Elaboración de los patrones digitales para la confección de las prendas. ❖ Verificar los parámetros del textil, ancho, rendimiento y gramaje para el cálculo de su aprovechamiento.				

		Ficha técnica de costos					
Fase 2 Socialización	1 semana	Defensa del proyecto de tesis Lanzamiento de la propuesta a la empresa	❖ Análisis del proyecto y desarrollo de cada ítem. ❖ ❖ Diseño de la colección de acuerdo al análisis de la investigación. ❖ Exposición en la empresa del tema y desarrollo de la propuesta.	Una semana	--Computadora Intel corel I7 -Internet banda ancha. -Impresora a colores tinta continua.	\$50	Andrea Montalvo
Fase 3 Ejecución	Semana 1 Semana 2 Semana 3	Producción de la colección Lanzamiento de la colección al ministerio de turismo	❖ Adquisición de materia prima e insumos adecuados. ❖ Patronaje y escalado de las prendas. ❖ Confección de las prendas. ❖ Acabados de las prendas. ❖ Enlace con los encargados de ministerio de turismo para el lanzamiento de la colección en esta entidad.	Tres semanas	-Maquinaria de Producción. - Paquete de programas de Rich piece. -Catálogos y muestrario de tela e insumos.	\$300	Andrea Montalvo
Fase 4 Evaluación	Semana 1	Análisis de resultados de la colección	❖ Verificación de la factibilidad del producto en la junta.	Una semana	-Papel Bond -Impresora a	\$10	Andrea Montalvo

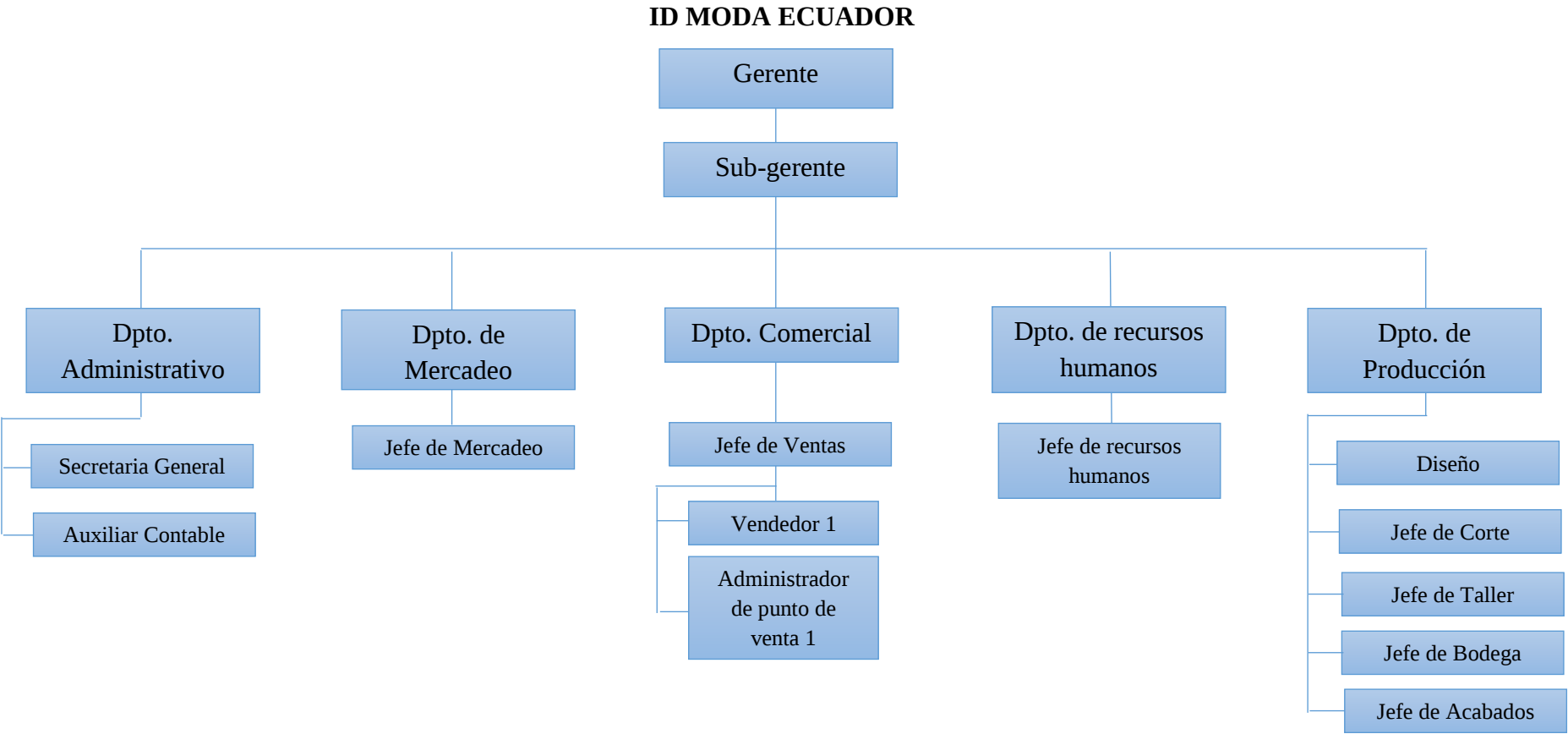
		Análisis de ventas de la colección	❖ Comprobar el margen de ventas que dejó la colección		colores		
--	--	------------------------------------	---	--	---------	--	--

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora **6.8 ADMINISTRACIÓN**

6.8.1 Organigrama

Gráfico 21: Organigrama



6.8.2 Descripción de funciones

Gerencia: Es la cabeza de la empresa y tiene la responsabilidad general de administrar los elementos de ingreso y costos de una empresa. Eso quiere decir, que el gerente vela por todas la funciones de mercado y ventas de la compañía.

Además, entre sus funciones están:

- Plantear estratégicamente el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Organización de aspectos laborales y fiscales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes del departamento.
- Planear y desarrollar metas a corto plazo y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dicha meta para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y los análisis se están ejecutando correctamente.

Sub-gerencia: El sub gerente es un líder con espíritu emprendedor con una visión clara del mundo empresarial. Es capaz de ocupar espacios de desarrollo en las áreas de mercadeo y finanzas.

Algunas de sus funciones comprenden:

- Reemplazar al gerente en las actividades desarrolladas por el mismo cuando el se encuentre ausente.
- Brinda al trabajador los instrumentos adecuados y materias primas necesarias para el desempeño de sus funciones.
- Ofrecer el incentivo para el buen desempeño de los labores de cada uno de los empleados.

- Entablar excelentes relaciones con las entidades a las cuales se brinda nuestro servicio y de igual forma de quienes recibimos.

Departamento Administrativo

Es un organismo que impulsa las funciones administrativas de prestación de servicios especiales o de actividades técnicas determinadas y tienen como objetivo primordial, la formulación y adopción de las políticas, planes generales, programas y proyectos del sector administrativo que dirigen. Fueron creados por la preocupación de tecnificar algunos servicios especiales.

Secretaria General: Es parte fundamental para el apoyo de las actividades administrativas.

Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Apoyar a Gerencia
- Llevar la agenda
- Simplificar la información recibida y archivarla para proporcionarla cuando se necesite.
- Informar sobre las últimas noticias ocurridas en la empresa según sean de su incumbencia.
- Contestar el teléfono
- Tomar decisiones con respecto a su cargo y responsabilidad que se le asigne en ese momento.
- Redactar las cartas, memoranda, requisiciones, etc.
- Preparar y ordenar la documentación e información relacionada con el pago de impuestos que será enviada al despacho de contadores que maneja la contabilidad de la empresa.
- Mantener al tanto a Gerencia de cualquier anomalía observada.

Auxiliar contable: Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la Institución.

Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archiva documentos contables para uso y control interno.
- Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- Transcribe información contable en un microcomputador.
- Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
- Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.
- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Participa en la elaboración de inventarios.
- Transcribe y accesa información operando un microcomputador.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Departamento de Mercadeo

El departamento de mercadeo es el encargado de definir y ejecutar estrategias de mercadeo para promover los productos institucionales, así como detectar las necesidades del entorno a fin de considerar la satisfacción de las mismas.

Jefe de Mercadeo: El jefe de mercadeo es la cabeza del departamento y su objetivo general es dirigir la ejecución de procesos de mercadeo y comunicación de la institución.

Entre algunas de las obligaciones que tiene el jefe de mercado están:

- Implementar los procesos que garanticen el establecimiento de un adecuado programa de mercadeo y comunicación.
- Aplicar estrategias de mercadeo novedosas y dinámicas acordes con el modelo de desarrollo institucional y los servicios que brinda la empresa.
- Proponer y mantener un sistema eficiente de comunicación.
- Supervisar y evaluar la eficacia de las acciones a su cargo.

Departamento Comercial

El departamento comercial es el representante del cliente dentro de la empresa, su función se centra en la maximización de valor para el consumidor, la satisfacción de este fin de elevar la rentabilidad de la propia empresa por el incremento de su participación en el mercado.

Jefe de Ventas: El gerente de ventas es la persona encargada de dirigir, organizar y controlar un cuerpo o departamento de ventas.

Dentro de sus funciones, tenemos las siguientes:

- Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- Establecer metas y objetivos. Es importante aclarar que las metas son a largo plazo o sea, son más idealistas, es como decir que la meta puede ser, llegar ser el número uno en un mercado determinado, mientras que los objetivos son más precisos y a plazos más cortos. Un objetivo sería vender diez millones en el próximo trimestre.
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas. Este proceso es de vital importancia y deber realizarse en el mismo orden en que se ha citado, de forma que primero calculemos cual es la demanda real del mercado y

considerando nuestra participación en el mismo, podamos pronosticar nuestras ventas. Dicho pronóstico debe ser lo más preciso posible porque de esto depende otros compromisos, como la compra de materia prima, el pago a suplidores o cualquier otro compromiso con acreedores.

- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. Debido a que el gerente es quien conoce de primera mano el mercado que se trabaja, y como debe tratar el mismo, es quien está llamado a estructurar el departamento.
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores. Esta función del gerente de ventas, dependerá de la estructura de la empresa, porque en muchos casos, estos procedimientos son realizados por el departamento de recursos humanos, aunque la forma idónea sería que Rec. Humanos, recluten y seleccionen previamente y luego se le presente al gerente solo los mejores candidatos para ser incorporados a la empresa.
- Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño. Esto es así, porque al gerente se le entregan sus responsabilidades como cuotas generales de ventas y territorios amplios. Para cumplir estas cuotas el gerente debe dividir el total de las ventas entre su equipo de vendedores, tomando en cuenta las posibilidades de cierre de cada vendedor s sus zonas geográficas, de modo tal, que cada representante conozca sus cuotas y la sumatoria de estas, den como resultado el objetivo de venta al gerente.
- Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas. El gerente debe de calificar el desempeño de sus vendedores básicamente comparando el período actual con los anteriores y a los vendedores uno con otros.
- Monitorear el departamento. Es misión del gerente velar porque todo el procedimiento de ventas, se esté llevando cabo de la forma idónea y que sus representantes sean buenos ciudadanos corporativos.

Vendedores: La tarea que le corresponde realizar, ya no consiste únicamente en vender y brindar un buen servicio al cliente (como pensaban y aún piensan algunos) sino, en realizar un «*conjunto de actividades*» que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Administrador del punto de venta: El administrador del punto de venta es el encargado de incentivar las ventas en el local comercial, llevar el inventario de productos y mercancías que existe en el establecimiento; además, controla al personal del punto de venta.

6.8.3 Presupuesto y financiamiento

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla 32: Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS		EXPLICACIÓN
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?		Solicita evaluar la responsable del proyecto y la empresa donde se lleva a cabo la propuesta.
2. ¿Por qué evaluar?		Porque es necesario evaluar el nivel de aceptación de la propuesta, los márgenes de ventas y rentabilidad en la unidad ejecutoria.
3. ¿Para qué evaluar?		Se evalúa para dar a conocer a la empresa el nivel de satisfacción del proyecto.
4. ¿Qué evaluar?		Se evalúa el nivel de aceptación de la propuesta, los márgenes de ventas y rentabilidad del producto.

5. ¿Quién evalúa?	Evalúa la persona responsable del proyecto, en este caso La Autora.
6. ¿Cuándo evaluar?	Evaluar al mes de aplicar el plan de ventas de la colección. Pero el proceso de evaluación inicia desde que parte el proyecto investigativo.
7. ¿Cómo evaluar?	Evaluar mediante el análisis de ventas y el margen de ganancias que dejó la colección en la empresa gestora.
8. ¿Con qué evaluar?	Evaluar con los estándares de ventas y los índices de ganancias de la colección.

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

MATERIALES DE REFERENCIA

Bibliografía:

Libros

- Ministerio de Turismo, (2012), Turismo consciente (Primera Edición). Quito, Ecuador.
- Real Academia de la Lengua Española. (2014), Diccionario de la Real Academia de la Lengua española (23va edición). Madrid, España.
- Noriega Editores, (2012), “Artesanía Mexicana” (Primera Edición). Eutimio Tobar Rodríguez. Ciudad de México, México.
- Zamora Editores SAS. (2013), Diseño, corte y confección (Primera Edición). Bogotá, Colombia.
- ABC Editorial, (2009), Diccionario de la Lengua Española ABC (Novena Edición). Madrid, España.

Tesis y Trabajos de Investigación:

- Flor Daniela A. (2013). Diseño de productos turísticos del Ecuador para el mercado Alemán. Tesis para la obtención del título de Ingeniería en Ecoturismo. Universidad Politécnica del Chimborazo, Facultad de recursos naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo.

Citas y Referencias de Artículos de publicaciones periódicas:

- Ruíz Claudia, (2015). México regresa al top ten de países más visitados. Diario El Economista de México D.F. (16 de abril del 2015).
Cita en el texto (“México regresa.” 2015).
- UNESCO (2012). “La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera”. Diario “El Amanecer” de México D.F. (12 de mayo del 2012).

Cita en el texto (“La Artesanía.” 2012).

Ponencias recuperadas on-line:

- Ana Lucía Cabrera Hidalgo, en el año 2011, Análisis a la Manufactura y Productividad de las Empresas locales. Trabajo presentado en la Facultad de Ingenierías, para los estudiantes de Ingeniera de manufactura, en la Universidad del Valle en Guatemala, en la ciudad de Guatemala, Guatemala.

Documentos obtenidos de un sitio web:

- Importancia.org (2008). Importancia del Turismo. Recuperado de www.importancia.org/turismo.php.
- Unwto.org (2014). Barómetro publicado por la organización Mundial de Turismo (OMT). Recuperado de www.unwto.org.
- Caltuecuador.com (2014). Misión y visión de CALTU. Recuperado de <http://www.caltuecuador.com>.
- Turismo .gob.ec (2014). Misión del Ministerios de Turismo del Ecuador. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/el-ministerio>.
- Industrias.gob.ec (2014). Misión del Ministerios de Industrias y Productividad del Ecuador. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/el-ministerio>.
- Ecuador en cultura, (2012). Cultura ecuatoriana. Recuperado de <http://www.en-ecuador.com/cultura.php>, un diario en línea dirigido por periodistas anónimos.
- Importancia.org, (2008). Importancia de la cultura. Recuperado de <http://www.importancia.org/cultura.php>.
- Travel Ecuador (2010). Fiestas populares del Ecuador. Recuperado de: <http://ecuador.travel/blog/10-fiestas-populares-del-ecuador>.
- Mama Negra.com (2014). Mama negra y su historia. Recuperado por: <http://www.mamanegra.com.ec/>.

Anexos:



Anexo 1: Mercancías de un Mercado artesanal de la Sierra ecuatoriana



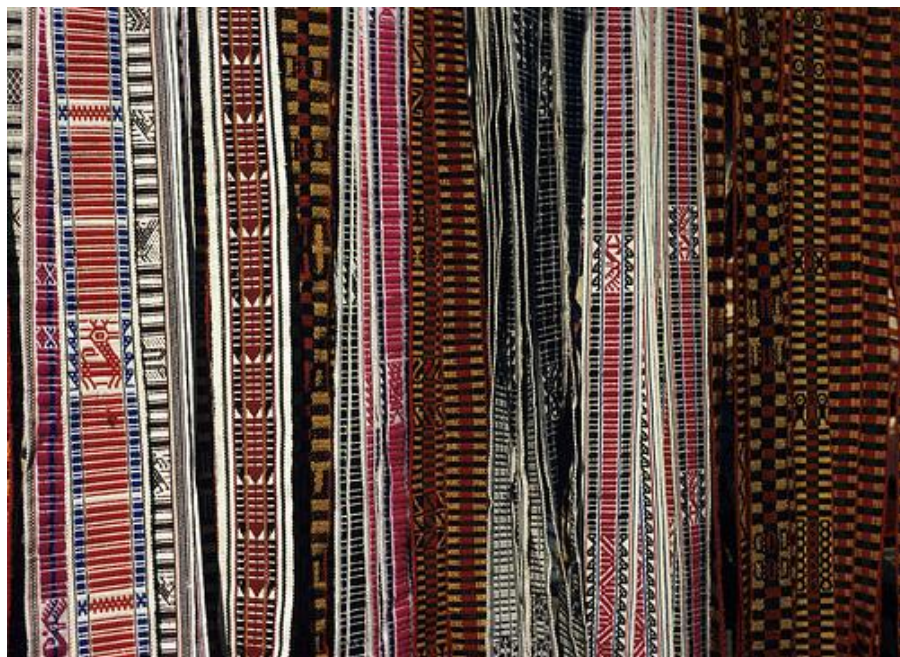
Anexo 2: Artesanías tejidas de Otavalo



Anexo 3: Exhibición de productos artesanales



Anexo 4: Elaboración manual de tejidos por indígenas artesanos



Anexo 5: Fajas utilizadas por los indígenas principalmente otavaleños



Anexo 6: Tienda de artesanías colombiana



Anexo 7: Tienda de Artesanías en México



Anexo 8: Tienda de Artesanías mexicanas, inspirada en Frida Khalo, artista, bohemia e ícono del país

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

La presente entrevista está dirigida a diseñadores y empresarios, tiene como objetivo conocer la actividad que realizan los profesionales y su participación en el mercado internacional.

Indicaciones: Responda de acuerdo a su conocimiento.

- 1. ¿Cuál es el área textil al que usted se dedica?**
- 2. ¿Qué materiales utiliza para la elaboración de sus productos?**
- 3. ¿Cuál es el motivo de inspiración para el lanzamiento de sus colecciones o bajo que tendencias se maneja?**
- 4. ¿Quién es su cliente potencial?**
- 5. ¿Dónde se encuentra expendiendo su producto?**
- 6. ¿Sus productos se exportan? ¿A qué países?**

7. ¿Tiene la capacidad de exportación?

8. ¿Considera que el diseño influye en el expendio de los productos?

Anexo 9: Formato de la entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

La presente encuesta está dirigida a los artesanos de la provincia Tungurahua y tiene como objetivo conocer la aceptación de las artesanías ecuatorianas y su influencia en el turismo nacional.

Indicaciones:

Lea detenidamente las preguntas y marque con una X los ítems multiopción.

1. ¿Cuántos productos expende diariamente? Escoja solamente una opción.

Uno a cinco productos ☐

Cinco a diez productos ☐

Diez a más productos ☐

2. ¿Los principales consumidores de qué origen son? Escoja una opción.

Turistas Nacionales ☐

Turistas Internacionales ☐

3. ¿Sus consumidores que características buscan en sus productos? Puede escoger una o varias opciones.

Que sean elaborados a mano ☐

Materiales autóctonos ☐

Colorido y originalidad ☐

Artesanías con acabados de calidad ☐

☐

Otra

característica/especifique

.....

4. ¿Cuál es la técnica que más llama la atención a sus clientes?

Pintura a mano

☐

Tejido

☐

Telar

☐☐

Otra técnica/Especifique la técnica

.....

5. ¿Cuál es el tipo de producto que más acogida tiene?

Ropa y Accesorios

☐

Accesorios para el hogar

☐

Vasijas y cerámicas

☐

Otros

/Especifique

☐

el

producto

.....

6. ¿Cuál es el rango de precios que tienen sus productos y especifique el producto?

\$1-\$10

☐

.....

☐☐☐

\$10-50

.....

\$50-\$100

.....

\$100-

mil

dólares

.....

7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para la elaboración de sus productos?

Tela

☐

Cerámica

☐

Cuero

☐

Otros materiales/especifique

☐

.....

☐

Sintéticos

Lana

☐

8. ¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar sus productos, especifique el producto?

☐

1-10 minutos

☐

10-20 minutos

☐

20-30 minutos

☐

1 hora

☐

Más de 1 día

9. ¿Considera que un mejor diseño mejorara la venta de sus productos?

Si

☐

No

☐

¿Por

qué?.....

Anexo 10: Modelo de encuesta realizada a artesanos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

La presente encuesta está dirigida a turistas, que visitan la provincia de Tungurahua y tiene como objetivo conocer la aceptación de las artesanías ecuatorianas y su influencia en el turismo nacional.

Indicaciones:

Lea detenidamente las preguntas y marque con una X los ítems multi-opción:

- 1. ¿La artesanía ecuatoriana es un motivo para visitar el país?**

SI ☐

NO ☐

- 2. ¿Le atraen los souvenirs que reflejen los paisajes y tradiciones del país?**

SI ☐

NO ☐

- 3. Según su opinión, ¿Los productos artesanales del Ecuador tienen identidad cultural?**

SI ☐

NO ☐

- 4. ¿Las artesanías que se ofertan actualmente representan técnicas culturales ancestrales?**

SI ☐

☐ NO

- 5. ¿Considera que las artesanías están construidas con materiales típicos u originarios del Ecuador?**

SI ☐

NO ☐

6. ¿Busca que los productos sean amigables con el medio ambiente?

7.

SI

☐

NO

☐

8. ¿Recomendaría usted los productos artesanales ecuatorianos?

SI

☐☐

NO

Anexo 11: Modelo de encuesta realizado a turistas