UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

Tema: DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE INDUMENTARIA FEMENINA A PARTIR DE LA REINTERPRETACIÓN DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO, PARA LA EMPRESA WIÑAY

Modalidad Proyecto Integrador

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

Autora: Nathaly Michelle Vega Punina

Tutora: PhD. Aylen Karina Medina Robalino

Ambato – Ecuador

Julio-2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

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

“DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE INDUMENTARIA FEMENINA A PARTIR DE LA REINTERPRETACIÓN DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO, PARA LA EMPRESA WIÑAY” de la alumna Nathaly Michelle Vega Punina, estudiante de la carrera de DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA, considero que dicho Proyecto de titulación bajo la Modalidad Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Ambato, Julio 2025

.....

PhD. Medina Robalino Aylen Karina

C.C.: 1802324473

TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Nathaly Michelle Vega Punina con cédula de ciudadanía No. 1850974146 declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad Proyecto Integrador bajo el tema: **Diseño de una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, para la empresa Wiñay**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de titulación.

Ambato, Julio 2025

Nathaly Michelle Vega Punina

C.C.: 1850974146

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Nathaly Michelle Vega Punina con C.C.: 1850974146 en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE INDUMENTARIA FEMENINA A PARTIR DE LA REINTERPRETACIÓN DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO, PARA LA EMPRESA WIÑAY**, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

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

Ambato, Julio 2025

Nathaly Michelle Vega Punina

C.C.: 1850974146

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad Proyecto Integrador sobre el tema: **DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE INDUMENTARIA FEMENINA A PARTIR DE LA REINTERPRETACIÓN DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO, PARA LA EMPRESA WIÑAY** de Nathaly Michelle Vega Punina, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, julio 2025

Para constancia firman:

_____

Título. Nombres y Apellidos
PRESIDENTE
C.C.

_____

Título. Nombres Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.

_____

Título. Nombres Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR
C. C.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, por ser mi guía constante y llenarme de fuerza en los momentos difíciles, a él le debo cada paso dado, y cada logro obtenido en el transcurso de mi vida, a mi madre, pilar inquebrantable, mi ejemplo de valentía y sacrificio. Gracias por cada palabra de aliento, por cada abrazo que me devolvía el ánimo en momentos difíciles. A mis tíos y a todas las personas que estuvieron apoyándome y creyeron en mí. A mis abuelitos que siempre estuvieron presentes con sus oraciones y buenos deseos.

Nathaly Michelle Vega Punina

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar cada paso de mi vida académica, y darme la fuerza para no rendirme ante cualquier adversidad. Gracias por ser mi fuente de fortaleza y entendimiento en este logro académico.

A mi madre, quien fue y sigue siendo mi más grande inspiración para no rendirme, por ser el ejemplo de una mujer valiente, que desde el principio estuvo ahí para confiar en mí, le expreso mi agradecimiento, su apoyo incondicional y su ejemplo de superación ha sido pilar fundamental para alcanzar mis metas.

A toda mi familia, que siempre confió en mí y me motivo en cada etapa. Su confianza han sido fuente de impulso para seguir adelante.

Y el agradecimiento conmigo, por no rendirme, por seguir adelante incluso cuando el camino parecía incierto. por buscar soluciones cuando todo parecía estancado, por levantarte en cada caída y por mantener viva la llama de tus sueños.
Hoy este logro también es el reflejo de tu esfuerzo.
Lo logramos Michelle

Nathaly Michelle Vega Punina

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

APROBACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

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

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

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

ÍNDICE GENERAL ..... **viii**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **xii**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **xiii**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xvi**

ABSTRACT ..... **xvii**

INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO I **3**

ANTECEDENTES GENERALES **3**

1.1 Nombre del proyecto 3

1.2 Antecedentes (Estado de arte) 3

1.3 Justificación 10

1.4 Objetivos 12

1.4.1 Objetivo general 12

1.4.2 Objetivos específicos 12

CAPÍTULO II **13**

MARCO REFERENCIAL **13**

2.1 Marco conceptual 13
2.1.1 Diseño 13
2.2.1 Diseño de indumentaria 15
2.3.1 Desarrollo de colecciones 18
2.1.2 Origen pueblo Chibuleo 25
2.2 Marcas referentes o aspiracionales 42
2.3 Visionario 45
CAPÍTULO III 47
INVESTIGACIÓN DE MERCADO 47
3.1 Análisis externo 47
3.1.1 Análisis PEST 47
3.1.2 Tendencias de consumo 54
3.1.3 Segmentación del mercado potencial 56
3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia 58
3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial 58
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 60
3.2 Análisis interno 63
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles 63
3.2.2 Análisis Cadena de valor 64
CAPÍTULO IV 68
MARCO METODOLÓGICO 68
4.1 Estudio de público objetivo 68
4.2 Selección de la muestra 72
4.3 Técnicas de Estudio 74
4.4 Elaboración e interpretación de datos 77
CAPÍTULO V 92
TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION 92
5.1 Cronograma de Producción 92
5.2 Control de Calidad 93
5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 96

5.4 Requerimientos de mano de obra 97
5.5 Seguridad industrial y medio ambiente 97
CAPÍTULO VI 101
DESARROLLO DE LA PROPUESTA 101
6.1 Descripción del producto o servicio 101
6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas) 102
6.2 Perfil del cliente 102
6.3 Identidad de marca. 103
6.4 Uso de la marca. 106
6.5 Análisis de color de la propuesta 108
6.5.1 Paleta de color de la propuesta 108
6.6 Tendencia: Macro y/o micro tendencia 109
6.6.1 Tendencia 109
6.7 Concepto de la propuesta. 110
6.8 Elementos del diseño 112
6.8.1 Siluetas 112
6.8.2 Proporción y línea 112
6.8.3 Función 112
6.8.4 Detalles 113
6.8.5 Estilo 113
6.9 Estampados, bordados y acabados, terminados 114
6.10 Materiales e insumos. 116
6.11 Sketch o bocetos 117
6.11.1 Ilustraciones 123
6.12 Fichas técnicas (según el caso) 125
6.13 Photobook 145
6.14 Costos de producción 150

6.14.1 Costos fijos 150

CONCLUSIONES.....158

RECOMENDACIONES.....159

BIBLIOGRAFÍA.....161

ANEXOS 172

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Productos Kinku.....43
Tabla 2: *Productos Andes Warmi* 44
Tabla 3: Productos EtnikDreams 45
Tabla 4: Productos Karffany 46
Tabla 5: Variable demográfica.....56
Tabla 6: Variable geográfica 57
Tabla 7: Variable socio- económica.....57
Tabla 8: Variable conductual 57
Tabla 9: Matriz berchmarking Kinku.....61
Tabla 10: Matriz berchmarking Andes Warmi 61
Tabla 11: Matriz berchmarking Etnik Dreams.....62
Tabla 12*:* Matriz berchmarking Karffany 63
Tabla 13:Variable psicográfica. 68
Tabla 14: Variables de uso y beneficio. 69
Tabla 15: Marketing Mix, análisis de las 4P.....69
Tabla 16: Modelo de entrevista a artesano de Chibuleo. 70
Tabla 17: Modelo de entrevista a taytas de Chibuleo. 71
Tabla 18:Modelo de entrevista a usuarias de la empresa Wiñay. 72
Tabla 19: Selección de la muestra.....74
Tabla 20: Información recadada de entrevista a artesano del poncho rojo de Chibuleo. 79
Tabla 21: Información recabada de entrevistas a taytas de Chibuleo. .- 83 -
Tabla 22:Informacion recabada de entrevistas a usuarias de la empresa Wiñay. .....- 87 -
Tabla 23: Triangulación de datos.....88
Tabla 24: Cronograma de producción.....93
Tabla 25: Control de calidad 96
Tabla 26: Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.....97
Tabla 27: Mano de obra 97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: *Vestimenta mujer Chibuleo* 30
Figura 2: *Vestimenta hombre Chibuleo* 33
Figura 3: *Poncho antiguo de Chibuleo* 39
Figura 4: *Chaqueta Kunukyay mujer* 43
Figura 5: *Chaqueta kunuk* 43
Figura 6: Gabardina Fuyu 44
Figura 7: Abrigo 44
Figura 8: *Chaqueta* 45
Figura 9:*Cárdigan* 45
Figura 10: *Saco* 46
Figura 11: *Saco alma* 46
Figura 12: *Cárdigan tejido* 60
Figura 13: *Chaqueta Warmi* 61
Figura 14: *Blazer rojo* 62
Figura 15: *Capa en alpaca* 62
Figura 16: *Lluvia de ideas* 102
Figura 17: *Moodboard del perfil del cliente* 103
Figura 18: *Marca* 104
Figura 19: *Misión y visión de marca* 104
Figura 20: *Fuentes tipográficas* 105
Figura 21: *Construcción modular* 105
Figura 22: *Composición de marca* 106
Figura 23: *Aplicación 1* 106
Figura 24: *Aplicación 2* 107
Figura 25: Cromática 107
Figura 26: *Carta de color* 108
Figura 27: *Alfabeto visual* 111
Figura 28: *Acabados* 115

Figura 29: *Diseño 1* 117
Figura 30: *Diseño 2* 118
Figura 31: *Diseño 3* 119
Figura 32: *Diseño 4* 120
Figura 33: *Diseño 5* 121
Figura 34: *Diseño 6* 122
Figura 35: *Ilustración 1* 123
Figura 36: *Ilustración 2* 124
Figura 37: *Ficha técnica de diseño* 125
Figura 38: *Ficha técnica de diseño* 126
Figura 39: *Ficha técnica de diseño* 127
Figura 40: *Ficha técnica de diseño* 128
Figura 41: *Ficha técnica de diseño* 129
Figura 42: *Ficha técnica de diseño* 130
Figura 43: *Ficha técnica de bordados* 131
Figura 44: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 132
Figura 45: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 133
Figura 46: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 134
Figura 47: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 135
Figura 48: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 136
Figura 49: *Ficha técnica de patronaje y escalado* 137
Figura 50: *Ficha de marcada* 138
Figura 51: *Ficha de marcada* 139
Figura 52: *Ficha de marcada* 140
Figura 53: *Ficha de marcada* 141
Figura 54: *Ficha de marcada* 142
Figura 55: *Ficha de marcada* 143
Figura 56: *Fotografía 1* 145
Figura 57: *Fotografía 2* 146
Figura 58: *Fotografía 3* 147
Figura 59: *Fotografía 4* 148
Figura 60: *Fotografía grupal* 149

Figura 61: *Variable dependiente* 172
Figura 62: *Variable independiente* 172
Figura 63: *Desglose variable independiente* 173
Figura 64: *Desglose variable dependiente* 174
Figura 65: *Entrevista tayta 1* 175
Figura 66: *Entrevista artesano* 175
Figura 67: *Entrevista tayta 3* 175
Figura 68: *Entrevista tayta 2* 175
Figura 69: *Entrevista usuarias empresa Wiñay* 176
Figura 70: *Entrevista usuaria empresa Wiñay* 176
Figura 71: *Entrevista usuaria empresa Wiñay* 177
Figura 72: *Entrevista usuaria empresa Wiñay* 177

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto surge ante la necesidad de revalorizar elementos identitarios de pueblos indígenas, específicamente el poncho rojo de Chibuleo. Una prenda cargada de un significado cultural que, con el paso del tiempo, ha tenido menos visibilidad y reconocimiento entre las nuevas generaciones. Por lo expuesto, abordando desde la perspectiva de diseño, se decide crear una colección de indumentaria femenina que reinterprete esta prenda masculina con el propósito de revalorizar esta prenda dentro de un contexto contemporáneo.

La investigación se sustenta en una metodología cualitativa, que articula la revisión bibliográfica con el trabajo de campo mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a personas clave como los taytas del pueblo Chibuleo, artesano que elabora el poncho y clientas de la empresa Wiñay. Esta estrategia permitió recopilar conocimientos tradicionales, percepciones culturales y preferencias del público objetivo, con el fin de fundamentar un proceso de diseño identitario.

Los hallazgos obtenidos evidencian tanto la riqueza simbólica del poncho rojo como su potencial de reinterpretación en propuestas de diseño actuales, fomentando un vínculo entre tradición e innovación este proyecto cobra relevancia al proponer indumentaria con sentido cultural, aportando tanto al fortalecimiento identitario del pueblo Chibuleo. como al reconocimiento del poncho rojo dentro y fuera del pueblo.

PALABRAS CLAVE:

PUEBLO CHIBULEO/ PONCHO/ DISEÑO/ REVALORIZACION/ IDENTIDAD

ABSTRACT

This project arises from the need to revalue identity elements of indigenous peoples, specifically the red poncho of Chibuleo. A garment loaded with a cultural meaning that, with the passage of time, has had less visibility and recognition among the new generations. Therefore, from a design perspective, it was decided to create a collection of women's clothing that reinterprets this male garment with the purpose of revaluing this garment within a contemporary context.

The research is based on a qualitative methodology, which articulates the bibliographic review with the field work through semi-structured interviews directed to key people such as the taytas of the Chibuleo people, the artisan who makes the poncho and clients of the Wiñay company. This strategy allowed gathering traditional knowledge, cultural perceptions and preferences of the target public, in order to base an identity design process.

The findings obtained show both the symbolic richness of the red poncho and its potential for reinterpretation in current design proposals, fostering a link between tradition and innovation, this project becomes relevant by proposing clothing with cultural meaning, contributing both to the identity strengthening of the Chibuleo people and to the recognition of the red poncho inside and outside the town.

KEYWORDS

CHIBULEO PEOPLE/PONCHO/DESING/REVALORIZATION/IDENTITY

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto con el tema: Diseño de una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, para la empresa Wiñay, se llevó a cabo con el propósito de diseñar una colección de indumentaria femenina mediante la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, buscando revalorizar esta prenda masculina que está cayendo en desuso.

En el capítulo I contiene los antecedentes investigados por cada variable del proyecto, tanto de reinterpretación de indumentaria, como diferentes libros con información referente al tema. Además, que aquí se establece la problemática, justificación y los objetivos que direccionan al proyecto. En el capítulo II se realiza la investigación de acuerdo al desglose de temas de la variable dependiente e independiente, además se determina el estudio de marcas referentes y/o inspiracionales.

En el capítulo III se realiza el análisis del entorno externo para el desarrollo de la propuesta, considerando factores político, económico, social/cultural, y tecnológico, además de que de indago sobre tendencias de consumo, segmentación del mercado potencia, mercado de referencia y análisis interno. Dentro del capítulo IV está dedicado a la aplicación de herramientas de recolección de datos y al análisis del público objetivo, a través de estas herramientas se identifica los elementos clave que deben considerarse para la formulación de la propuesta de diseño.

En el capítulo V se presenta el cronograma de producción, donde se especifica los tiempos destinados para el desarrollo de la propuesta, así mismo se identifican los factores necesarios que contribuyen en el desarrollo de la colección, también se realiza un análisis de las medidas de seguridad industrial y protección ambiente en el entorno del proyecto

Finalmente, en el capítulo VI, está dedicado al desarrollo de la propuesta de diseño, con el objetivo de satisfacer las necesidades del grupo objetivo, además. En esta

sección se define el perfil de las usuarias, se construye la identidad visual del proyecto y se la construcción de la identidad visual del proyecto y se selecciona la paleta de colores. Además, se detallan los aspectos fundamentales del diseño, como formas, los materiales y los insumos utilizados. Se incluyen también las fichas técnicas de cada prenda, los bocetos, las ilustraciones y fotografías que registran el proceso creativo. Finalmente se incluyen las conclusiones, recomendaciones y anexos que complementan el proyecto.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del proyecto

DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE INDUMENTARIA FEMENINA A PARTIR DE LA REINTERPRETACIÓN DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO, PARA LA EMPRESA WIÑAY

1.2 Antecedentes (Estado de arte)

Pilatasig (2022) en su proyecto "Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de ZUMBAHUA" previo a la obtención del título de Licenciada en Procesos y Diseño de Modas, se centra en la creación de una colección de moda femenina basada en la reinterpretación de los elementos tradicionales de la vestimenta de la comunidad indígena Zumbahua ubicada en Ecuador. El trabajo busca combinar elementos de las prendas autóctonas de la comunidad Zumbahua con un estilo contemporáneo, conservando aspectos culturales clave mientras se adapta a las tendencias actuales de diseño. Este proyecto resalta la riqueza cultural y el simbolismo de la vestimenta ancestral, transformándola en una colección moderna y práctica.

Aunque el proyecto trata sobre la vestimenta de la comunidad indígena Zumbahua el documento proporciona una guía sobre como integrar símbolos identitarios en nuevas propuestas de moda sin alterar su autenticidad. Este enfoque permitirá que la colección tenga una fuerte conexión con el patrimonio cultural, pero a la vez sea moderna y atractiva para el mercado.

Según Gonzales (2020) en su tesis de titulación "Diseño de una línea de indumentaria urbana a partir de la reinterpretación de los elementos constructivos e identitarios de la pollera de la Chola Cuencana" el proyecto propone que, mediante un buen diseño y metodologías adecuadas, es posible crear nuevas prendas que conserven los rasgos identitarios de la pollera, abriendo campos de estudio y promoviendo una mayor apreciación de la cultura local frente a la influencia de la moda internacional.

A pesar de que, el análisis llevado a cabo en esta investigación pertenezca a la reinterpretación de una pollera, su aporte a la elaboración del proyecto es significativa. Esto se debe a que brinda una referencia metodológica sobre cómo es posible preservar y adaptar elementos identitarios de una cultura a través de un análisis de sus características constructivas y simbólicas, permitiendo la incorporación de un proceso similar de observación y reinterpretación para la creación de una colección que mantenga la identidad cultural de la prenda.

Según Román (2021) en su tesis de titulación, "Reinterpretación de la simbología de la cultura Cañari y aplicación de tendencias globales en indumentaria para jóvenes" menciona que la indumentaria tradicional de la cultura Cañari ha ido perdiendo relevancia entre las nuevas generaciones de la ciudad de Cañar. Para contrarrestar esta situación, su proyecto propone una línea de indumentaria que reinterpreta la simbología de la cultura Cañari y la combina con tendencias de moda.

Aunque el proyecto se basa en la simbología de la cultura Cañari aporta significativamente al proyecto, ya que ambos estudios se enfocan en la integración de elementos identitarios de pueblos indígenas para la creación de una colección de indumentaria. La combinación de elementos culturales con la moda actual y el uso de un plan de negocios detallado puede servir como referencia metodológica para la creación de una colección moderna que conserve identidad y el significado del poncho rojo de Chibuleo.

Peña y Rodríguez (2022), han realizado un proyecto integrador previo a la obtención del título de licenciada en diseño textil e indumentaria y diseñadora de textil y moda en la Universidad del Azuay con el tema "Diseño de indumentaria a partir del análisis etnográfico del traje típico de la chola cuencana. Reserva Museo Pumapungo", indica que busca identificar los elementos del traje típico de la chola cuencana, los cuales se usaran para diseñar una línea de ropa casual la cual aporta cultura e identidad a la ciudad de Cuenca.

A pesar de que el proyecto usa como inspiración la indumentaria de la chola cuencana, aporta al proyecto, ya que indica que se puede hacer indumentaria que mantenga rastros que identifican al traje típico de la chola cuencana, aunque se centre en la vestimenta de otro pueblo la metodología que usa puede servir como guía metodológica para el desarrollo del proyecto como entrevistas y revisión de documentos, evidenciando de esta manera que si se puede realizar indumentaria que mantenga los rastros de elementos identitarios de la vestimenta, siempre y cuando se mantenga una correcta investigación.

Carrera (2023) en su proyecto "Diseño de vestidos de gala, basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsáchila", previo a la obtención del título de Ingeniera en Procesos de Diseño de Moda, indica que la colección combina la elegancia con lo étnico dando un toque de originalidad. De esta manera se establece un factor de originalidad a su vez agregando un valor agregado lo que permite una diferenciación en el producto. Además, menciona que hay que hacer un buen análisis del consumidor para poder brindar un producto de acuerdo a lo requerido.

El trabajo guarda una estrecha relación con el proyecto en desarrollo puesto que el proyecto engloba un análisis de la vestimenta Tsáchilas para incorporarla en una colección de moda, aun cuando el proyecto toma como inspiración la vestimenta de otra cultura, su aporte a la elaboración del proyecto es relevante ya que expone de forma detallada los procedimientos que se debe tomar en cuenta para poder incorporarlos en una colección que muestre rasgos identitarios de la vestimenta Tsáchila.

Basualdo (2021). En el estudio "Revalorización y reinterpretación de la vestimenta gauchesca" previo a la obtención del Título en licenciatura en diseño de indumentaria y textil, realiza una colección de indumentaria con el objetivo de dar un nuevo significado y valor a la vestimenta del gaucho criollo, una figura tan emblemática de la identidad argentina. La idea fue tomar esas prendas, que tienen tanto peso en la historia, y adaptarlas para las mujeres de hoy en día, respetando sus

gustos y necesidades, pero rompiendo con la visión tradicionalmente masculina que se asocia con el gaucho.

Para llegar a este punto, se investigaron a fondo los orígenes de las prendas, cómo han evolucionado a lo largo del tiempo, y cómo se usaban, con el fin de reinterpretarlas de una manera que hable a la mujer contemporánea. El resultado fue una colección que mantiene viva la esencia del gaucho, pero con un toque moderno y urbano.

La información sobre la reinterpretación de la vestimenta del gaucho criollo puede servir como una guía metodológica ya que esta trata de tomar una prenda icónica y cargada de significado cultural e histórico, y la adapta a las necesidades y gustos de un público contemporáneo. Además, la tesis sobre la vestimenta del gaucho criollo también muestra cómo una prenda puede ser reinterpretada para un público completamente nuevo sin perder su integridad cultural.

Conforme a la investigación de Guamán (2023), en su trabajo de articulo "Signos y Símbolos en el Poncho-Ruwana y Kushma Cañari", muestra la identidad cultural del pueblo Cañari, enfocándose y recuperando el simbolismo presente en la indumentaria masculina cañari. Para esto, se realizó una investigación en la que participaron miembros de la comunidad, buscando identificar y analizar los símbolos y significados de la vestimenta. Como resultado se ha confirmado que la indumentaria en especial el poncho posee gran información y recuerdos colectivos, expresados a través de diferentes signos y símbolos antiguos.

Aunque la investigación trata sobre los signos y símbolos del poncho cañari, la investigación posee gran relevancia, ya que da a conocer información importante que puede servir como referencia para comparar las características, significados y usos del poncho en otras culturas y así determinar si las características del poncho Cañari son parecidas al poncho de Chibuleo.

El libro titulado "Repensar la revolución del poncho", de Müller (2021), destaca la revolución del poncho, especialmente el rojo y como esta prenda ha

evolucionado a lo largo del tiempo, además examina como el poncho actúa como un símbolo de identidad y resistencia. Además, indica que las movilizaciones indígenas han sido parte de un proceso social más amplio.

El libro muestra un amplio contenido sobre el poncho en el Ecuador y ofrece una perspectiva histórica y cultural sobre el poncho en memoria de las movilizaciones indígenas en el Ecuador, lo cual puede ayudar a saber el significado simbólico del poncho dentro de la indumentaria moderna. El hecho de que sea visto como un símbolo de revolución en el pasado y que en la actualidad este considerado desde diferentes perspectivas permite conocer esta prenda no solo desde su estética, sino también como una prenda cargada de significados.

En el libro "Ponchos Rojos" de Poma (2008), plasma la historia, procesos de tejido, acabados, origen y características del poncho rojo en las cordilleras y el altiplano, todo esto con el objetivo de comprender la complejidad y el valor artesanal de esta prenda. De igual manera las entrevistas permiten conocer las perspectivas de los portadores del poncho, sus testimonios ayudan a comprender la importancia de esta prenda en su vida cotidiana y en su identidad.

Si bien el libro no se centra en los ponchos de Chibuleo, contiene datos relevantes sobre el origen del poncho andino y como este ha ido evolucionando en cuanto a su diseño, además que ofrece información relevante sobre el diseño y materiales que se usan para su fabricación lo que puede servir como referencia para comparar las características del poncho en el pasado y en la actualidad.

Según Paucar (2024), en su proyecto de investigación "Estudio del proceso de elaboración del sombrero del pueblo Chibuleo" previo a la obtención del Título de Licenciatura en Diseño Textil e Indumentaria, realiza un estudio al sombrero de Chibuleo en su investigación indica que la vestimenta en los pueblos indígenas es un medio de comunicación no verbal que transmite significados y mensajes. El sombrero, en particular, es crucial en su vestimenta tradicional, usado por hombres y mujeres como símbolo de arraigo a sus raíces culturales.

No obstante, la investigación se centra en el proceso de producción del sombrero de Chibuleo, el documento brinda información para profundizar en aspectos históricos, culturales y artesanales de la comunidad de Chibuleo, ya que resalta el papel fundamental de la indumentaria como un medio de comunicación no verbal en los pueblos indígenas, además brinda información de la historia, materiales y colores que se usa, lo que incide como fuente inspiracional.

Paucar (2020) en su proyecto "Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los chumbis de Chibuleo" en su estudio indica que después de colaborar estrechamente con los tejedores de Chibuleo, se ha podido apreciar la amplia diversidad cultural, histórica, organizativa y política que caracteriza a esta comunidad. La iconografía de los chumbis Chibuleo, tejida en ambas caras, ofrece diversas posibilidades desde el punto de vista del diseño, que van desde la reelaboración para crear nuevos elementos manteniendo sus características y propiedades originales, hasta su aplicación en prendas de vestir o accesorios.

En el estudio anteriormente descrito brinda el conocimiento necesario para la búsqueda de inspiración en los pueblos indígenas con el propósito de crear proyectos de diseño se presenta como una amplia oportunidad para desarrollar diseños auténticos, es esencial seguir aprendiendo de nuestras comunidades y pueblos indígenas, reconociendo a nuestros ancianos como guardianes de sabiduría y esencia cultural, ya que ofrecen una amplia gama de oportunidades para crear diseños que reflejen identidad local.

Arias (2016), en el proyecto de investigación "Análisis icónico cromático de los chumbis utilizados por las mujeres indígenas de la cultura Chibuleo". El texto describe la investigación sobre el pueblo Chibuleo, resaltando su amplia biodiversidad cultural y natural. A pesar de ser un pueblo pequeño su situación socioeconómica es estable, con la mayoría de la población dedicada a la agricultura y ganadería, aunque las generaciones actuales están ocupando puestos importantes en la ciudad, lo que ha llevado a una disminución en el valor de las costumbres, tradiciones y vestimenta tradicional.

Sin embargo, la investigación gira en torno a la iconografía de los chumbis, dentro de esta se encuentra información sobre el pueblo Chibuleo y su vestimenta tradicional, como el poncho rojo y los chumbis, además habla que valorar a los pueblos indígenas va más allá de simplemente visitarlos. Reconocer la contribución de los mestizos a la pérdida de identidad cultural además resalta la importancia de revalorizar la riqueza inmaterial de estos pueblos, este reconocimiento impulsa a respetar sus derechos.

Solís, Abril, y Monge (2020). En este articulo “La configuración de la indumentaria tradicional del pueblo de Chibuleo desde la perspectiva de las nuevas generaciones” el estudio de Chibuleo, una comunidad en Ecuador, investiga cómo las personas están cambiando su forma de vestir debido a influencias como la migración y la moda. Los jóvenes son los que más adoptan nuevas formas de vestimenta, mezclando estilos o cambiándolos por completo. Este cambio se debe a factores como la migración, el clima y el trabajo. La investigación usó tanto análisis de documentos como observación de campo para entender estos cambios.

Esta información ayuda a entender cómo la ropa tradicional en Chibuleo está cambiando debido a influencias como la migración y las modas modernas. Se observa que los jóvenes son quienes más adoptan nuevos estilos de vestimenta, combinando lo tradicional con lo moderno. Esto sugiere la importancia de encontrar un equilibrio entre conservar la cultura y adaptarse a los cambios. Por lo que para esta colección brinda información me da pistas sobre cómo poder combinar lo antiguo con lo moderno.

Paredes (2015). En el estudio “La evolución de la vestimenta indígena y su influencia en la identidad cultural actual de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua” previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería, realiza una investigación sobre la ropa tradicional de los indígenas en la provincia de Tungurahua, destacando sus cambios cómo esto afecta su identidad

cultural. Menciona que es importante mantener la vestimenta tradicional para conservar esa identidad.

La investigación proporciona una comprensión más profunda de la identidad cultural de los pueblos indígenas de Tungurahua, específicamente en relación con la evolución de su vestimenta. Se destaca el bajo índice de valoración y el escaso uso de la vestimenta típica, especialmente entre los jóvenes indígenas, quienes muestran poco conocimiento sobre su importancia para su identidad cultural. Por lo que esta información ayuda a saber la importancia de preservar y promover prendas que tengan identidad cultural de los pueblos indígenas.

Guerrero (2025) en su investigación con el tema “Análisis del artefacto vestimentario: poncho del pueblo Chibuleo”, realiza una investigación en torno al poncho del pueblo Chibuleo, analizando cambios históricos, sociales y culturales que han influido en su transformación con el paso del tiempo, lo que permite entender como han variado en cuanto a materiales, técnicas de elaboración y significado del poncho, lo que refleja una evolución del pueblo Chibuleo.

La investigación proporciona un marco conceptual y metodológico sobre las transformaciones del poncho del pueblo Chibuleo, lo cual enriquece el presente proyecto al demostrar como los factores históricos, sociales y culturales han influido en la evolución de esta prenda. Al integrar diferentes enfoques, este estudio confirma la importancia de considerar el significado simbólico e identitario del poncho en el proceso de reinterpretación.

1.3 Justificación

Este proyecto busca revalorizar el poncho rojo de Chibuleo a través de su reinterpretación en una colección de indumentaria femenina, diseñada para adaptarse a los gustos y necesidades del mercado actual, la iniciativa no solo pretende rescatar los elementos simbólicos y culturales de esta prenda, sino también

integrarlos en prendas innovadoras que fomenten la apreciación y el reconocimiento del patrimonio cultural del pueblo Chibuleo.

Por otro lado, el impacto social de esta prenda es significativo, ya que busca sensibilizar sobre la importancia de preservar la identidad cultural del pueblo Chibuleo. Al vincular la tradición con la modernidad, la colección tiene el potencial de generar un cambio en la percepción de la moda indígena, demostrando que es posible innovar sin perder la esencia de un pueblo.

La factibilidad de esta iniciativa se sustenta en la disponibilidad de recursos materiales y humanos, así como en el acceso a información a través de libros, artículos científicos y la colaboración directa con los taytas y artesano que fabrican el poncho. Además, al estar en contacto directo con las usuarias en la tienda física de Wiñay, se podrá obtener retroalimentación valiosa que permitirá guiar la colección según sus preferencias.

Planteamiento del problema

El desarrollo de este proyecto es de gran relevancia, ya que aborda la problemática de índole social y cultural, vinculadas al desuso y poco reconocimiento del poncho rojo de Chibuleo dentro de la industria del diseño textil. La creciente desconexión de las nuevas generaciones del pueblo Chibuleo con su identidad cultural e influenciadas por la globalización ha generado una ausencia de interés en el uso y valoración del poncho rojo como símbolo de identidad. Este suceso no solo afecta la preservación de las técnicas tradicionales de confección y el conocimiento ancestral asociado a esta prenda, sino que también reduce su visibilidad y reconocimiento tanto dentro del pueblo como en la industria textil.

La falta de estrategias innovadoras que integran el diseño contemporáneo con los elementos culturales tradicionales del poncho rojo de Chibuleo ha dificultado su adaptación a las demandas actuales del mercado y a los gustos de las nuevas generaciones. Esto ha resultado en una disminución de su relevancia como

herramienta de expresión cultural y en una menor apreciación de su valor simbólico e histórico.

De este modo la propuesta consiste en crear una colección de indumentaria que combine la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo desde una perspectiva de deseño contemporáneo, manteniendo su esencia cultural y simbólica. Esto incluye la creación de una colección que fusione técnicas tradicionales con materiales y estilos modernos. Además, se pretende contribuir al pueblo Chibuleo, promoviendo la valoración de una prenda importante para su historia e identidad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo para la empresa Wiñay.

1.4.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente las características del poncho rojo de Chibuleo a partir de la revisión bibliográfica y análisis de archivos para la identificación de elementos distintivos.
- Relevar el significado del poncho rojo del pueblo Chibuleo mediante entrevistas dirigidas a informantes clave.
- Diagnosticar los gustos y preferencias de las mujeres chibuleo de entre 25 y 30 años, clientes de la empresa Wiñay para la incorporación de criterios de diseño en la propuesta de una colección de indumentaria, a través de entrevistas.
- Proponer una colección de indumentaria femenina basada en la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, a través del análisis de los datos recopilados.

CAPÍTULO II
MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco conceptual

2.1.1 Diseño

Según Wong (2014), el diseño no se limita a ser una expresión artística, si no que va más allá de la estética y la funcionalidad, además enfatiza que el diseño es un proceso dinámico enfocado en la resolución de problemas. Asimismo, destaca que un objeto bien diseñado no solo debe ser visualmente atractivo, sino también convertirse en una herramienta que responde a necesidades reales y tangibles. Asimismo, mediante el dominio del lenguaje visual, el diseñador logra transmitir ideas de manera clara y efectiva.

El diseño es un proceso fundamental en la creación de objetos, ya que permite entender las necesidades y desarrollar soluciones tangibles a distintos problemas y así usar lenguaje visual para lograr comunicar objetivos claros. Wong (2014) destaca que el diseño trasciende lo estético, logrando un equilibrio entre lo visual y la funcionalidad, al crear objetos que no solo son útiles sino también estéticamente agradables.

2.1.1.1 Principios del diseño

Según Wong (2014) los principios de diseño se centran en la creación de formas que abarcan más que una simple apariencia estética. El diseño debe equilibrar la funcionalidad y la belleza. Wong considera que el lenguaje visual es la base del diseño, comprender esto permite a los diseñadores encontrar soluciones. Los principios de Wong se centran en crear formas y estructuras que sean útiles y agradablemente estéticas. Estos principios, que incluyen la repetición, reflexión, radiación, gradación, similitud, contraste y concentración, son fundamentales para diseñar.

Repetición: la repetición en el diseño se refiere al uso recurrente de elementos, adornos o detalles dentro de una prenda. Este recurso puede aplicarse

de manera regular o irregular para crear una prenda coherente. Por ejemplo, algunos de los elementos que se pueden repetir pueden ser los botones estos se repiten a menudo que pasan desapercibidos hasta que estos se encuentran en un lugar diferente. Además, indica que el cuerpo humano también es simétrico de modo que es imposible que una parte no se parezca con la otra. La repetición puede ser parte de una prenda o a su vez esta puede ser una característica de la misma tela como los estampados, rayas o adornos. En ocasiones la repetición asimétrica se utiliza como una manera de romper con lo convencional. (Jones, 2005)

Radiación: La radiación se refiere a la repetición de formas en torno a un centro para obtener un efecto de radiación. Un esquema de radiación puede atraer de inmediato la atención y este puede ser de gran utilidad si se desea un diseño interesante, ya que esta puede generar energía óptica y movimiento desde o hacia el centro, destaca que la radiación se encuentra presente en la naturaleza ya sea en las flores, donde los pétalos se sitúan de manera simétrica en torno al centro (Jones, 2005).

Gradación: La gradación se refiere a un proceso de creación de un efecto visual a través de elementos que van desde un extremo a otro lo que genera un efecto de progresión, este a su vez genera un patrón visual interesante atrayendo la atención del observador. Esta es una técnica que requiere un cambio gradual y ordenado y destaca que puede ser aplicada en diferentes aspectos como gradación de módulos, espacial, y en la figura (Jones, 2005).

Similitud: Según Wong (2014) las formas se pueden parecerse entre sí y al final no ser idénticas, si nos son idénticas no existe repetición, están en similitud (p,69). La similitud y la repetición, aunque no son conceptos idénticos. La repetición implica la presencia exacta de elementos repetidos, en cambio, la similitud, se basa en la semejanza entre elementos que no son iguales, sino que comparten características similares.

Contraste: Wong (2014) "menciona que el contraste existe cuando una forma está rodeada de un espacio blanco" (p.155). Además, destaca que es esencial

para crear interés visual. Algunos de los contrastes que Wong menciona, incluyen contraste de tamaño, color, textura, y disección, además, sostiene que el contraste debe ser usado con moderación y por lo tanto ser balanceado con otros tipos de principios para evitar un diseño desequilibrado.

Para Jones (2005) este principio es fundamental en el diseño ya que dirige la atención hacia diferentes elementos creando un punto focal en la prenda. Este principio hace que el diseño no se vuelva aburrido, al contrario, los colores contrastantes y la disposición cuidadosa de los elementos generan un mayor interés visual. El uso de texturas contrastantes también refuerza el efecto de cada material, además, las diferencias no tienen que ser muy marcadas, estas pueden ser sutiles y aun ser presentes en el diseño.

Concentración: Se refiere a la concentración de elementos visuales en un diseño para crear un efecto ordenado. Esto se describe como la distribución de módulos sistemáticos que pueden encontrarse en algunas zonas del diseño o a su vez repartidos en distintas partes, muchas veces suelen estar distribuido de manera ligera o muy cargada, de esta forma se convierte en el centro de atención (Wong, 2014).

2.2.1 Diseño de indumentaria

Saltzman (2004) indica que el diseño de indumentaria implica una transformación del cuerpo, ya que lo que vestimos influye directamente en cómo nos sentimos y esto afecta directamente en la calidad de vida del usuario, influyendo en sus percepciones, sensaciones asimismo en la forma en que entiende su cuerpo, sexualidad y vitalidad. Igualmente, menciona que la ropa no solo cumple la función de cubrir, también genera formas, hábitos y espacios. Por esta razón, el diseño de indumentaria debe ser considerado y reinterpretado desde una perspectiva creativa e innovadora, con el objetivo de renovar las condiciones humanas, para así transformar las formas de ser y habitar en el mundo.

A su vez Mussuto (2007) propone que el diseño de indumentaria no se trata solo de crear ropa, este funciona como un medio de comunicación. Según esta visión, el vestuario es interpretado de manera diferente por cada observador, con sus significados variando en función del contexto, dependiendo de quien la mire, el contexto en el que se usa y la cantidad de información que el observador tiene. En este sentido, la ropa no solo sirve para vestir, sino que también transmite mensajes y puede influir en como interactuamos con los demás y como nos posicionamos frente a las expectativas culturales.

Por su parte, Saltzman (2004) sostiene que el diseño de indumentaria se centra en una relación intrínseca con el cuerpo humano, considerándolo tanto el punto de partida como el de culminación del proceso creativo. En esta perspectiva, aunque el diseño se materializa en prendas, la verdadera intención es rediseñar o darle forma al cuerpo para adaptarlo a diferentes situaciones. El vestido entonces, no solo cubre, sino que también transforma el cuerpo para que pueda realizar acciones específicas, proporcionando mayor libertad de movimiento, protección incluso exposición. Además, el vestuario se convierte en una herramienta para expresar actitudes y emociones, ya sea para agradar, atraer o desafiar normas culturales que definen como debe verse el cuerpo.

El diseño de indumentaria es un campo que a menudo se ve como algo segundario o superficial, el diseño de indumentaria no solo se limita a la apariencia, sino que se preocupa por la funcionalidad, además, el diseño conlleva reconocer la estrecha relación entre el objeto y el sujeto y el entorno en que se desarrolla.

2.2.1.1 Universos de vestuario

Inexmoda (2013) define los universos de vestuario como categorías que permiten agrupar productos para crear atuendos con características comunes. Estos conjuntos se determinan y orientan según las ocasiones de uso, adaptándose a las preferencias del mercado, los consumidores u ocasión de uso, esta clasificación también depende de factores como edad de los usuarios, o participación en actividades, sociales o culturales y su estilo de vida. Estas categorías se basan en

las situaciones de uso, a los perfiles de los usuarios y su evolución conceptual y mental.

Formal

Según Jaramillo (2012), este universo de vestuario abarca el año 1950, un periodo de transformación en la moda influido por cambios sociales, políticos y estéticos. Se caracteriza por un estilo dictatorio, jerárquico y elegante donde destacan algunos diseñadores como Madeleine Vionnet, Jean Patou y Jacques Fath. Las actividades sociales y profesionales marcan las ocasiones de uso, donde predominaban materiales como la lana, algodón y seda complementadas con telas rígidas como el tweed y la gabardina. Los colores oscuros y medios dominan en climas fríos, mientras que los medios y claros destacan en climas cálidos.

Casual

Este universo de vestuario es adoptado después de terminar la segunda guerra mundial debido a la necesidad de indumentaria multifuncional y versátil, la misma que fue aceptada en diferentes actividades sociales y laborales. Algunos referentes que destacan en la elaboración de prendas con estilo casual son Christian Dior, Paco Raban y Emilio Pucci. Se usa principalmente a nivel ejecutivo, eventos no protocolarios y actividades en el día a día, destacando el uso de fibras sintéticas y artificiales y tejido abiertos, livianos, flexibles y que aportan movimiento. Así mismo usa siluetas de aspecto fluido, suelto y confortable, con prendas desestructuradas. Los colores que se usan son en la escala de crudos y grises como base (Jaramillo, 2012).

Jeanswear

Nace en la cultura americana en el siglo XIX, inicialmente asociado con los mineros que realizaban trabajos pesados. En la década de 1950, adquirió un uso cotidiano, con carácter rebelde que se le atribuye a James Dean y Peter Fonda. A finales de los 60 contar la guerra de Vietnam se usó como rechazo de los códigos y

valores de la sociedad moderna. En el 78 la banda Punk Sex Pistols cantaba canciones donde sus letras expresaban diferencias en las clases sociales, esto trajo seguidores que empezaron a usar su estilo hasta el día de hoy. Posteriormente, en los años 80 se empieza a usar en la cotidianidad teniendo una aceptación social para usarlo en actividades informales y eventos que no necesitan formalismos. Algunos de los referentes más importantes son Levis, Diesel y Energy. Originalmente el denim fue de 14/16 onzas añadiéndole tejidos diagonales, tejidos planos y de punto, hoy existen diferentes bases pesos y construcciones. El azul que lo caracteriza proviene del añil el cual se extrae de la planta de índigo, logrando así diferentes tonos y aspectos que se logran por procesos de lavandería (Jaramillo, 2012).

Sportwear

En los años 70 el universo de vestuario sportweat se empezó a expandir junto con el interés de los juegos olímpicos y deportes tanto en disciplinas extremas o de alto riesgo. Se caracteriza por su estilo dinámico, multi- funcional y cómodo, donde sobresalían marcas como Nike, Y3 y Umbro. Se usa principalmente en actividades del día a día, escolar, universidad, prácticas deportivas y tiempo libre. Destacando fibras sintéticas y textiles livianos, flexibles y de tacto suave. Así mismo usa siluetas amplias que aseguran dinamismo según cada actividad, donde destaca colores como le negro, blanco, plata y azul (Jaramillo, 2012).

2.3.1 Desarrollo de colecciones

Según Saltzman (2004) indica que desarrollo de diseño comienza con una idea imaginaria y se convierte en un objeto real: empieza como un concepto y termina tomando forma. Pero dado que la indumentaria no solo tiene que ver con la apariencia, sino que también interactúa con el cuerpo de quien la usa, el diseño debe considerar como va a transformar la relación entre el cuerpo y el entorno en el que se usa. Cuando se habla de vestimenta se puede decir que el diseño es lo que emerge entre el cuerpo y su contexto ya que el vestido no solo cubre o descubre el cuerpo, sino que también lo modifica de acuerdo con el entorno determinado donde se usará.

El desarrollo de una colección abarca varias fases, que van desde la generación de la idea hasta su posterior presentación en un desfile. Estas etapas son importantes para asegurar que todos los procesos necesarios se realicen de manera ordenada y eficiente el objetivo de esto es reducir al mínimo los errores y trabajos repetidos, así garantizar que la colección se presente con la mejor calidad y en el tiempo estimado, cada una de estas etapas tiene un rol fundamental en el éxito de la colección, contribuyendo a su aceptación y éxito en el mercado (Renfrew y Renfrew, 2010).

Este proceso no solo se enfoca en cómo se ve una prenda, sino en cómo afecta la manera en que la persona se presenta y se percibe a sí misma en diferentes contextos. El diseño tiene el poder de influir en la identidad y la autoestima de quien la usa, así como de reflejar y adaptarse a las necesidades, expectativas sociales y culturales del entorno. Por lo tanto, su importancia radica en que el diseño de indumentaria, cuando se realiza de manera consciente y reflexiva, puede enriquecer la experiencia humana, generando nuevas formas de expresión personal y colectiva.

2.3.1.1 Funciones del vestido

Fernández (2015) menciona que existen dos funciones principales que forman parte de la cultura material. La primera de ellas, conocida como función primaria, la cual está directamente relacionada con el propósito principal, es decir por el cual fueron creados. En el caso del vestido, su función principal es cubrir y proteger el cuerpo. Sin embargo, existe una función secundaria la cual es simbólica o comunicativa, esta segunda función se presenta cuando el vestido se usa para mostrar pertenencia a un grupo social o cultura o para reflejar el estatus social de una persona.

Función utilitaria o practica

La función utilitaria de un producto se refiere a como el usuario interactúa directamente con él, basándose en como satisface sus necesidades físicas. Esta función es importante porque los productos están hechos para ofrecer comodidad y bienestar al usuario mientras está en uso. Sin embargo, en el caso de la vestimenta,

la función practica puede cambiar según el diseño y el propósito del artículo (Fernández, 2015).

Función comunicativa

Según Fernández (2015) la función comunicativa se refiere a la capacidad de un objeto para mostrar que alguien pertenece a un grupo social o para indicar estatus o indicar pertenencia, esta función simbólica está vinculada a la función estética ya que los elementos decorativos del objeto también ayudan a comunicar. Por otro lado, Todorović, Pavko, Košak y Toporiz (2017) destacan que la ropa puede transmitir mucha información por ejemplo el tipo de vestimenta que una persona usa puede dar pistas sobre su edad, genero incluso características religiosas, de esta manera la vestimenta no solo tiene un uso especifico, además es una manera de expresar identidades.

Función técnico productiva

Un artefacto puede definirse por dos fuentes. La primera es la más importante ya que está relacionada con las funciones que el artefacto debe cumplir, esto determinan a lo largo del proceso de diseño, lo que da forma al objeto y determina los materiales que se usarán (Fernández, 2015). Por otro lado, Cavia (2015) define a la función técnico productiva como el conjunto de actividades necesarias para transformar la materia prima, esto implica transformar de manera eficiente materiales y maquinaria para lograr un buen resultado. Además, organiza todas las etapas del producto desde la producción hasta la verificación y entrega.

2.3.1.2 Resignificación e interpretación

Resignificación

Para Saltzman (2004) la resignificación en el contexto de la moda es un proceso por el cual se otorga nuevo sentidos o significados a objetos, prendas o conceptos ya existentes. Además, analiza como las prendas de vestir no solo son objetos funcionales o estéticos, sino también portadoras de significados simbólicos

y culturales que pueden cambiar con el tiempo. Se debe agregar que resignificar una prenda también implica transformarla, reconociendo su historia y origen, pero adicionándole un nuevo contexto o mensaje que se adapta a las necesidades o deseos de la moda contemporánea. Por lo tanto, resignificar implica realizar un acto creativo y crítico en el que el diseñador no solo trabaja con materiales y formas, sino con conceptos y significados.

Resignificar es como darle una nueva vida a algo que ya conocemos, es más que solo cambiar el diseño de una prenda, es darle otro mensaje adaptándolo a otro contexto. La resignificación evidencia que la ropa trasciende su función básica de satisfacer necesidades o responder a criterios estéticos, también tiene un poder simbólico. Al resignificar una prenda, no solo se hace relevante nuevamente, sino también lleva una nueva historia que refleja lo que somos. Es semejante a reciclar, donde lo viejo se convierte en algo totalmente nuevo y con un significado diferente.

Reinterpretación

Para abordar este tema, resulta esencial comprender el significado de reinterpretación. Este concepto se deriva de la definición de interpretación que según la RAE (2023) significa explicar algo que se puede entender de diferentes maneras, o expresar la realidad de forma personal. A partir de esto, la reinterpretación se entiende como volver a interpretar algo, pero añadiéndole nuevos significados o atributos. En el diseño, la reinterpretación es un proceso creativo que permite innovar sin perder la identidad del objeto original. En este contexto, se estudia la vestimenta en conjunto con su cultura y tradiciones.

Por otro lado, Brianza (2019), indica que la reinterpretación en el arte es una de las estrategias para conservar una obra, ya que implica recrearla en cada nueva presentación. Para lograrlo se utilizan materiales o medios con un valor equivalente a los originales, garantizando que las propiedades de las obras se mantengan.

Si bien es cierto Brianza (2019), expone la reinterpretación en el arte, este concepto también se aplica en el diseño como un proceso creativo que toma como

base elementos ya existentes, ya sean objetos, prendas, símbolos, conceptos, para posteriormente adaptarlos a nuevos contextos sin perder su identidad original. A través de este proceso, es posible actualizar colores, materiales y estructuras, respetando su procedencia mientras se incorporan innovaciones estéticas y técnicas. En el diseño de moda, la reinterpretación se convierte en una herramienta clave para fusionar tradición y contemporaneidad, logrando que piezas con una fuerte conexión histórica o simbólica evolucionen y se mantengan vigentes en el tiempo.

2.3.1.3 Elementos para el desarrollo de diseño

Diseñar es combinar cosas que ya conocemos con ideas nuevas para crear algo nuevo y diferente. En la moda, los elementos básicos del diseño son la silueta, la línea y la textura. Cómo se mezclan estos elementos se llama principios del diseño, y estos incluyen la repetición, el ritmo, la graduación, la radiación, el contraste, la armonía, el equilibrio y la proporción. La manera en que se use estas combinaciones puede generar distintas reacciones en quienes ven o usan el diseño, a veces de forma intensa y otras de manera más sutil. Comprender y manejar estas reacciones es clave para hacer un buen diseño (Jones, 2005).

No siempre es fácil entender por qué un diseño funciona o no, y a veces puede causar una reacción negativa o sorprendente. Sin embargo, ese factor sorpresa puede ser algo positivo en el mundo de la moda. Tener la habilidad de analizar y entender lo que sucede con una prenda permite hacer ajustes, mejoras y desarrollar mejores ideas. Conocer bien los elementos y principios del diseño también ayuda a evaluar el trabajo de otros diseñadores y a identificar tendencias en el mercado (Jones, 2005).

Silueta: Es lo primero que capta la atención del espectador, definiendo como esta envuelve al cuerpo antes de apreciar detalles como el tejido o la textura. Está estrechamente ligada al volumen e influenciada por materiales que pueden agregar peso o ligereza. Al diseñar, es fundamental considerar la prenda desde todos los ángulos, no solo desde una vista frontal, para asegurar si impacto visual. Mantener coherencia en las siluetas es clave para preservar la identidad de una

colección siluetas demasiado diferentes entre sí puede ocasionar que no se entienda su mensaje y por ende disminuye su impacto visual (Seivewright,2013).

Línea: Las líneas en el diseño de modas no solo afectan visualmente, sino que también generan una respuesta emocional y psicológica. Una línea puede ser dura o suave, transmitiendo una sensación de rigidez o flexibilidad. Según su dirección, una línea puede guiar la mirada del espectador a lo largo del cuerpo, resaltando o disimulando ciertas características. Una línea vertical en una prenda puede hacer que la figura se vea más alta y elegante, mientras que las horizontales hacen que el cuerpo parezca más ancho, las líneas diagonales, como las que se ven en cortes al bies, pueden dar un efecto dinámico y fluido (Jones, 2005).

Textura: El tipo de tejido o material de una prenda puede hacer que un diseño que se ve perfecto en papel o tela se vea muy diferente en la realidad. Esto se debe a que el material no solo afecta como se ve, sino también como se siente la prenda. Para esto los diseñadores prueban diferentes tejidos con mucho cuidado antes de comenzar a plasmar sus diseños. Es importante que el diseñador entienda cómo se comporta el tejido, que lo elija según la temporada, el estilo del diseño y la estructura de la prenda (Jones, 2005).

Sin embargo, Saltzman (2004) dice que el textil es lo que da forma y vida al diseño de indumentaria. Se trata de una lámina hecha de fibras que se entrelazan para formar una tela, estas fibras pueden ser tejidas, lo que significa que se hilan y se entrelazan de distintas maneras, o, en el caso del fieltro, se unen por adherencia. La calidad del textil depende de varios factores: la calidad de las fibras, cómo se hilan, su flexibilidad, resistencia, y el tipo de tejido o método utilizado para unirlas. Esto determina la estructura y las características de la tela.

Función: la función de una prenda tiene que ver con que tipo de ropa es, ya sea un vestido, una falda, un pantalón o una chaqueta. Además, la función puede estar vinculada a necesidades específicas, como en la ropa deportiva, que debe diseñarse considerando tanto el tejido como los beneficios que ofrece, es necesario

que el diseñador sepa para que se utilizara la prenda y cuáles son sus funciones durante el proceso de diseño (Seivewright, 2013).

Detalles: una prenda puede tener una silueta atractiva, pero son los detalles los que realmente la definen y diferencian de otras, cosas como el tipo de botones, pespuntes, bolsillos o el cinturón los algunos detalles que el cliente nota de cerca. Estos detalles se consideran durante el diseño para hacer pequeñas variaciones entre prendas de la misma colección. En el caso de la indumentaria masculina, el uso de detalles se usa para crear algo más original sin tener que modificar mucho la forma o el material (Seivewright, 2013).

Color: aspecto importante en el proceso de diseño, es el primer elemento que capta la atención en una prenda. A menudo, el color es el punto de partida del proceso de diseño, ya que esta marca el estilo o la temporada de la colección, aunque es esencial conocer lo básico sobre teoría del color y combinaciones, muchos diseñadores no siguen esas reglas al pie de la letra. Una vez entendido la teoría del color, es importante pensar sobre las fuentes de inspiración para definir como se usará la gama de colores (Seivewright, 2013).

Tejido: casi siempre es esencial la elección del tejido para determinar su éxito, ya que influye en su aspecto visual como en su sensación al tacto. El comportamiento del tejido, su caída y como se ajusta al cuerpo son factores determinantes que los diseñadores suelen tener en cuenta incluso antes de crear el diseño final. La elección del textil también depende de la funcionalidad que tenga la prenda, de igual manera los tejidos se seleccionan según la temporada, siendo así los más livianos para primavera-verano y los más pesados para otoño-invierno (Seivewright, 2013).

Estampados y adornos: los estampados, pueden tener los colores de la paleta, los temas o las inspiraciones que tiene el diseñador. Estos elementos se pueden repetir en toda la superficie de una colección o estar presentes en un lugar determinado. Por otro lado, el principal uso de los adornos es dar a las prendas un efecto decorativo y contribuye a dar volumen a la prenda (Seivewright, 2013).

Influencias históricas: es importante entender que el pasado es importante en el diseño ya que las influencias históricas impactan todas las disciplinas y culturas. La historia del traje es una fuente invaluable de inspiración y conocimiento sobre varios aspectos del diseño, ya que ofrece conocimientos sobre, siluetas, tejidos, cortes y adornos. Reinterpretar trajes históricos puede renovar y enriquecer las colecciones de la actualidad reflejando tendencias que han prevalecido en diferentes periodos históricos (Seivewright, 2013).

Tendencias contemporáneas: para los diseñadores es importante mantenerse al tanto de los eventos y tendencias actuales. La observación de cambios globales, movimientos sociales y contextos políticos, son muy importantes para desarrollar prendas que impresionen al mercado. Identificar las tendencias no siempre es un proceso consiente, es necesario estar atento a los pequeños cambios en los gustos e intereses que surgen en la vida cotidiana (Seivewright, 2013).

.

2.1.2 Origen pueblo Chibuleo

Caluña et al. (2008) indica que el nombre Chibuleo se asocia con una leyenda sobre un león que recorría por el monte Chibu, atraído por las montañas y los relámpagos los cuales se movían de un cerro al otro, especialmente durante las fases de la luna. Además, se menciona que el termino leo proviene de la palabra Liu que se refiere a un cacique poderoso capaz de gobernar a mucha gente. Asimismo, revela que la palabra Chibuleo proviene de dos raíces lingüísticas diferentes: Chibu y Leo.

Chibu.: Un pequeño arbusto llamado Chibu Yura, con bordes de hojas espinosas y tronco y tallo de color amarillo, tenía un papel importante en la comunidad de Chibuleo. Las hojas se usaban para guardar el maitu, un instrumento de hilado, mientras que las ramas se utilizaban para hacer quinchas, una cubierta ceremonial usado durante el reposo de los novios y sus familias en las celebraciones matrimoniales. Además, el término Chibu tiene otra connotación etimológica, ya

que también está relacionado con el chivo, un animal nativo que habitaba el monte de Chibu Yura.

Leo.: Se cree que antes de la llegada de los incas y los españoles, existían los Panztaleos o Panzaleos, quienes habitaban las regiones de Cotopaxi y Tunguragua, algunos de sus descendientes han perdurado en lugares como Pelileo, Tisaleo, Mulanleo y Putugleo.

Caluña at al. (2008) indican que los Chibuleo descienden de los Shiry "Incas" y Pachas "Panzaleos", quienes transmitieron de generación en generación el origen de su pueblo a los Llactayuc, habitantes de los valles de Hambatu, hoy conocidos como Ambato y Tomabelas. Estos últimos aseguraron el dominio de las tierras conquistadas por los incas e influyeron en grupos aborígenes como los Pilahuines, Angahuanas, Apatugs, Miñaricas y otros pueblos. A pesar de los procesos de colonización, el pueblo Chibuleo fue oficialmente fundada en 1938 bajo el reconocimiento del Ministerio de Agricultura y Ganadería, gracias a los esfuerzos de Enrique Choco, el primer cabildo de la comunidad, y con el apoyo de varios compañeros indígenas, entre ellos Félix Delenchana, José Ainaguano Quisintuña y Juan Quisintuña, entre otros.

2.2.1.1 Ubicación

El pueblo Chibuleo se localiza en la región sierra del Ecuador, al suroeste de la provincia de Tungurahua, dentro del cantón Ambato, su territorio forma parte de la parroquia Juana Benigno Vela y está situado a 16 Kilómetros de la Ciudad de Ambato, en dirección a Guaranda (Porras, 2022). Su ubicación geográfica le permite conectar con varias parroquias y cantones vecinos. Al norte, con las parroquias de Pasa y Pilahuín, hacia el este, se encuentra la parroquia de Santa Rosa y el cantón Tisaleo. Al sur, comparte fronteras con los cantones de Tisaleo y Mocha, mientras que, al oeste, nuevamente con la parroquia de Pilahuín (Rowe, 1998).

El pueblo Chibuleo se asienta en la parroquia Juan Benigno Bela, a una altitud que varía entre los 3.200 y 3.600 metros sobre el nivel del mar. Según el (GAD Parroquial Rural de Juan Benigno Vela, 2015-2019), la temperatura

promedio se la zona fluctúa entre los 4°C y 12,5°C, lo que un clima frio característico de la región (Caluña et al, 2008). Dentro de este territorio, el pueblo Chibuleo se organiza en siete comunidades: San Francisco, San Luis, San Alfonso, Chacapungo, San Pedro, Pataló Alto y San Miguel, cuyos territorios se encuentran dentro de la Reserva Faunística Chimborazo (Porras, 2022).

2.2.1.2 Historia

Caluña et al. (2008) mencionan que el pueblo Chibuleo estuvo habitado por dos grupos principales: los Hambatus y los Mochas. Estos se dividían en subgrupos menores, como la nación de Mocha Mediano, que estaba ocupada por los Tisaleos, de los cuales se originaron los Chibuleos. Ubicada en la parte suroccidental de la región interandina, actualmente en la provincia de Tungurahua, la comunidad está cerca de las tribus Quisapinchas e Izambas, pertenecientes a la nación de Hambatu, cuyo nombre en kichwa, "jambatiu", significa "preñadilla", una especie de pez bagre de agua dulce.

2.2.1.3 Costumbres y tradiciones

En el pueblo Chibuleo, las costumbres y tradiciones aún se mantienen vigentes, y son parte esencial de la vida diaria de este pueblo. Entre los aspectos destacan el idioma, la religión, la producción artesanal, las festividades y la vestimenta, cada aspecto cumpliendo un rol importante en la vida de los habitantes de este pueblo. Entre estos aspectos destaca el idioma, ya que originalmente el Kichwa es el idioma que ellos utilizan para comunicarse entre ellos, mientras que el español, lo utilizan para con la sociedad indígena o no indígena a nivel nacional (CONAIE, 2014).

Por otro lado, la religión es una práctica que la mayoría de sus habitantes practican el catolicismo y se entrelaza con las creencias arraigadas a la a su entorno y la presencia de un Dios que se manifiesta a través de la naturaleza. Además, el sol es visto como una figura paterna divina, mientras que la luna asume un rol materno, guiando las noches y marcando momentos idóneos para las siembras (Caluña et al, 2008).

La identidad del pueblo Chibuleo ha forjado dos aspectos principales que han definido su identidad y trayectoria a lo largo del tiempo. En primer lugar, su compromiso con la defensa de los derechos de la comunidad, una lucha que inicio con los movimientos de protesta en 1990 y que ha continuado de manera constante. En segundo lugar, su expansión en actividades económicas, el cual se ha desarrollado desde la década de 1970 como resultado de las políticas de desarrollo implementadas en la región de Tungurahua. Estos dos aspectos han sido determinantes en la evolución y fortalecimiento del pueblo Chibuleo (Medina, 2021).

2.2.1.4 Fiestas populares

Chibuleo ha preservado una amplia herencia cultural a lo largo del tiempo, este patrimonio se refleja en una variedad de festividades las cuales son una manifestación de las costumbres y tradiciones que han sido transmitidas por generaciones. Entre las manifestaciones más importantes que se destacan esta la fiesta de los Reyes Magos, el Inti Raymi y los finados, cada una de estas celebraciones tiene un significado especial en el pueblo Chibuleo ya que las mismas integran elementos religiosos y ancestrales que reafirman su conexión con la naturaleza (Ministerio de turismo, 2009).

La fiesta de los Reyes Magos es en honor al nacimiento del niño Jesús y se lleva a cabo durante el mes de enero de cada año como parte de la tradición cristiana de la comunidad. Durante la festividad participan cinco figuras principales: Héroes, los tres Reyes Magos y el ángel de la estrella. Además, indica que estos personajes son seleccionados por el sacerdote local durante el mes de enero o pueden ofrecerse de manera voluntaria indica que existen dos grupos principales denominados planta alta y planta baja. Héroes y su porte pertenecen a la planta alta, mientras que sus embajadores, junto con el ángel de la estrella, conforman la planta baja (Ministerio de turismo, 2009).

El Inti Raymi, también conocido como la Fiesta del Sol, es una celebración ancestral que tiene lugar cada año entre el 21 y el 26 de junio, en agradecimiento al Taita Inti (el sol) y Allpa Mama (la madre tierra) por las cosechas recibidas. Esta festividad coincide con el solsticio de verano, un evento astronómico significativo en el que el sol alcanza su posición más alta en el cielo que (Ministerio de turismo, 2009). Este fenómeno simboliza el equilibrio y la conexión entre el cosmos y la tierra. Durante el Inty Raymi, las comunidades indígenas se reúnen para realizar ofrendas y rituales que reflejan su respeto por la naturaleza y el universo, se agradece por la fertilidad de la tierra y la abundancia de los alimentos (Caluña, 2008).

Los finados es una celebración importante que tiene lugar el 2 de noviembre, una fecha dedicada a honrar a los seres queridos, esta fecha es vista como un momento de respeto hacia los difuntos. Dos días antes de la celebración las familias preparan la colada morada, una bebida tradicional elaborada con harina de maíz negro y frutas, que se ofrece primero a las almas como símbolo de respeto y luego se comparte con los familiares y vecinos en una olla de barro. El día principal de la celebración, se hornea panes de Santa Rosa conocidos como guaguas de pan que representan figuras humanas, además se preparan platos tradicionales que incluyen papas con cuy, conejo, gallina y una variedad de frutas como naranjas y plátanos (Sisa et al, 2009).

En las festividades de Chibuleo, la herencia religiosa y cultural se manifiesta con gran protagonismo, abarcando activamente a sus habitantes. Durante estos eventos, los pobladores lucen con orgullo sus trajes tradicionales, donde el poncho ocupa un lugar fundamental dentro del atuendo masculino, especialmente entre los mayores, quienes lo usan como símbolo de identidad, aunque en el pasado era común que los jóvenes también lo usaran, en la actualidad su uso ha disminuido entre las nuevas generaciones.

2.2.2 Indumentaria femenina

La vestimenta femenina está compuesta por un anaco, blusa bordada, bayeta y chumbi. La bayeta y el anaco, ambos de color negro, simbolizan la conexión con

la tierra, mientras que los bordados de colores vibrantes en las blusas representan la belleza de las flores en la naturaleza. Para complementar el atuendo, se incorporan accesorios tradicionales como el sombrero blanco, las washkas y el tupu, realzando asi la identidad de quienes lo portan (Ainaguano et al., 2008).

La vestimenta femenina tradicional del pueblo Chibuleo ha evolucionado de técnicas artesanales a procesos más industrializados, manteniendo su identidad cultural. Originalmente las prendas como el sombrero, la falda o anaco y la blusa eran elaboradas artesanalmente con lana de borrego y decorados con bordados que reflejaban la riqueza cultural y conexión con la naturaleza. En la actualidad estas prendas han sido adaptadas con materiales industriales, como el orlón y el paño, y han adoptado nuevas formas y estilos que mantienen ciertos elementos tradicionales, conservando aspectos tradicionales como los bordados, los colores y su simbolismo identitario. Los accesorios como el tupu, las cintas de cabello y los collares de coral han sido reemplazados por versiones más modernas y accesibles, conservando su significado tradicional (Solís, Abril, y Monge, 2020).

Figura 1: *Vestimenta mujer Chibuleo*
Fuente: Vestimenta Mujer Chibuleo siglo XI [Fotografía] por Vive Tungurahua, 2020

2.2.2.1 Indumentaria para uso diario

Medina (2021) indica que las mujeres del pueblo Chibuleo, a diferencia de otros pueblos en la provincia de Tungurahua, visten sus trajes tradicionales en su vida cotidiana, tanto en actividades productivas como profesionales. Los tres grupos de mujeres identificadas como las mamas, las profesoras y las mujeres de las cooperativas adaptan esta vestimenta con detalles prácticos y estéticos que facilitan su desempeño laboral.

Las mamas: su vestimenta tradicional se compone de un rebozo negro que cubre la parte superior del cuerpo hasta la altura de las caderas, acompañado de una lista blanca con rayas, utilizada como una capa adicional para resguardar la espalda. Ambas prendas se sujetan al centro con un tupu de plata. En la parte superior visten una blusa blanca con bordados en la parte alta, con cuello redondo y una abertura vertical al frente. Bajo de esta blusa, llevan un buso rojo y un saco violeta, el cual no es parte del atuendo indígena tradicional, pero llega hasta la altura de la lista. La vestimenta se complementa con dos anacos negros envueltos en la cintura, asegurados con un chumbi en cada caso. Los pliegues que se encuentran al frente aportan volumen y realzan la silueta de quien los viste (Medina, 2021).

Las profesoras: Su vestimenta varía según las actividades del día. Durante la mañana, mientras atienden a su familia y luego imparten clases, utilizan el tupu, anacos, blusa y lishta. Por la tarde, cuando trabajan en el campo, ajustan el chumbi para ceñirlo mejor, ya que tanto las labores agrícolas como las domesticas requieren un anaco que llegue hasta las rodillas. Al momento de acudir a la institución educativa, optan por un anaco más largo, que alcanza los tobillos. Este cambio de la vestimenta refleja la flexibilidad necesaria de adaptarse a las diferentes tareas diarias. Asi mismo, indica que estas mujeres usan accesorios de materiales artificiales que simulan el coral (Medina, 2021).

Mujeres de las cooperativas: al trasladarse a las instituciones financieras en las que trabajan deben integrarse en este entorno, adaptan su vestimenta a las normas institucionales, lo que da lugar al uso de un uniforme especifico. Este

cambio responde a exigencias formales, también refleja un deseo de crecimiento personal y profesional. Denotando, una transición significativa en sus vidas, al pasar de actividades físicas en el campo y el hogar a funciones administrativas en la ciudad (Medina, 2021).

2.2.2.2 Indumentaria para fiestas y ocasiones especiales

En el desarrollo de la investigación etnográfica pude evidenciar que, en la actualidad, la vestimenta de la mujer Chibuleo suele ser más elaborada, ya que pueden usarse telas más finas y con diferentes texturas. En el caso de las blusas y los chumbis los bordados destacan por su complejidad y colores. Además, se utilizan más accesorios con diseños llamativos que resalten el estatus y la importancia de los eventos.

En concordancia, tal como lo ratifica Medina (2021), el anaco se anaco se elabora a partir de una combinación de materiales, incluyendo fibras naturales de origen animal y fibras sintéticas. En 2016, se identificó que las mujeres más jóvenes anacos de acrílico, mientras que las mamas continuaban usando los confeccionaban con lana de borrego. El anaco se complementa con el chumbi, una faja que ajusta el anaco a la cintura. Para fiestas y ocasiones especiales, algunas mujeres optan por chumbis “antiguos”, donde destacan figuras geométricas de animales en el centro, evocando la simbología cultural del pueblo.

Por otro lado, se ha observado un cambio en los materiales de otras prendas tradicionales. El reboso o bayeta y la lishta, que en el pasado eran confeccionados con lana, ahora se confeccionan con otros textiles. Asi mismo, las walkas, collares hechos de coral natural, han pasado a ser materiales exclusivos para fiestas y ocasiones especiales (Medina, 2021).

2.2.2.3 Vestimenta masculina

De acuerdo a lo descrito por Solís et al., 2021, en la actualidad los hombres de este pueblo se caracterizan por portar un sombrero blanco de copa redonda, elaborado con lana de borrego. Este sombrero, decorado con un hilo negro en la

base de la corona y con un doblez hacia arriba, se complementa con la camisa blanca, la cual simboliza la pureza espiritual. Es importante destacar que el sombrero es principalmente usado por las generaciones mayores, ya que los jóvenes han dejado de incorporarlo en su vestimenta.

Además, visten un poncho característico, que se adorna con dos pequeñas franjas de colores que representan el arcoíris, este poncho, tejido con hilo de orlón o perle, se distingue por sus bordes ribeteados, simboliza tanto el coraje como la rebeldía de quienes lo visten. Estas prendas se acompañan de un pantalón blanco, sostenido por un cinturón que puede ser de cuero u otro material. La vestimenta se complementa con zapatos de cuero en color negro, aunque puede presentar diferentes colores (Solís et al., 2021).

Figura 2: *Vestimenta hombre Chibuleo*
Fuente: Vestimenta hombre Chibuleo siglo XI. [Fotografía] por CONAIE, 2014

2.2.2.4 Indumentaria para uso diario

Según la descripción de Caluña et al.2008, en la modernidad, el uso del poncho rojo en la comunidad se caracteriza por una combinación de prendas que refuerzan la identidad cultural del pueblo. Se lleva con una camisa blanca y un pantalón blanco, simbolizando la pureza y la conexión con tradiciones ancestrales, la vestimenta se complementa con zapatos cafés o vino, que aportan un contraste elegante al conjunto.

Un elemento esencial es el sombrero blanco, según las creencias cosmológicas, este trae energía positiva y simboliza pureza, además incluye un poncho rojo que representa la rebeldía contra la injusticia. En el contexto ancestral de la indumentaria, particularmente el poncho, era un indicador del estatus social de la persona que lo portaba, aquellos que poseían un solo poncho eran vistos y tratados con desprecio, siendo considerados como personas de baja condición económica. En cambio, aquellos que tenían dos ponchos eran reconocidos como individuos de alto estatus y solvencia económica, de esta manera, el poncho rojo no solo es una prenda de vestir, sino un símbolo de distinción social y un reflejo del orgullo y la resistencia cultural (Caluña et al.2008).

Sin embargo, en la vida cotidiana, es común que las nuevas generaciones integren elementos de la modernidad en su vestimenta, fusionando prendas tradicionales de su cultura con ropa moderna. Esta combinación evidencia una evolución en su estilo, y su capacidad de adaptación sin desvincularse de sus raíces culturales.

2.2.2.5 Indumentaria para fiestas y ocasiones especiales

Según Sosa (2006) indica que actualmente, con los avances tecnológicos, la mano de obra humana ha sido reemplazada por máquinas. Aunque esto ha facilitado el trabajo, también ha llevado a la pérdida de la tradición indígena en la confección de su propia vestimenta. Algunos miembros del pueblo, especialmente los jóvenes, han adoptado el uso de pantalones jean u otros materiales y en lugar de alpargatas, usan otro tipo de calzado. Esto es debido a que en parte los materiales tradicionales de la vestimenta son muy costosos, por lo que optan por alternativas más económicas. Es evidente que la sustitución de las vestimentas típicas también se debe a la influencia de la cultura blanco-mestiza y a los medios masivos de comunicación.

En la actualidad el hombre viste un poncho rojo con rayas de colores del arcoíris, un estilo adoptado desde la época de Eloy Alfaro. Complementa este poncho con una camisa y un pantalón del mismo color y conserva el sombrero tradicional de lana de borrego. Como calzado, usa zapatos de cuero en color negro, café o vino. Esta indumentaria se utiliza en tres ocasiones específicas, con la diferencia de que para los matrimonios se añade el uso de un rosario, tanto para el hombre como para la mujer (Sosa, 2006).

2.2.3 Origen del poncho andino

El origen del poncho es un tema de debate que ha dado lugar a dos posturas principales. Por un lado, algunos investigadores afirman que se trata de una prenda de origen andino, creada y utilizada por culturas precolombinas de Sudamérica mucho antes de la llegada de los colonizadores. Por otro lado, hay quienes sostiene que su aparición está vinculada a la influencia europea. Ambas perspectivas cuentan con el respaldo de diversos estudios, quienes basan sus argumentos en hallazgos históricos.

Por un lado, varios estudios indican que el poncho tiene sus raíces en el periodo prehispánico en Perú, es decir tiene un origen andino, donde aparecía como un gran rectángulo con una abertura en el cuello, pero sin costuras laterales, su popularización moderna como la prenda distintiva del hombre indígena que sustituyo al manto en toda el área andina, ocurrió a principios del siglo XIX, coincidiendo con las eras guerras de la independencia. Además, una revisión de la evidencia pictórica muestra que, desde finales del siglo XVIII, cuando los caballos eran el principal medio de transporte, el poncho también era comúnmente utilizado como una prenda para montar, tanto por hombres como por mujeres de todas las clases sociales (Rowe, 1998).

De acuerdo con Tavera (1994), el poncho representa una transformación de las prendas tradicionales usadas por los incas y otras culturas precolombinas, como las mantas y los uncus, que eran túnicas cortas diseñadas para cubrir el torso. Este

autor indica que la forma rectangular del poncho y su abertura central para introducir la cabeza fueron soluciones funcionales que surgieron en la región andina, lo que respalda su origen indígena. En la misma línea, Peters (2014) señala que los textiles prehispánicos pertenecientes a culturas como la Paracas y la Nazca presentan diseños geométricos parecidos a los ponchos actuales, lo que evidencia una continuidad cultural a lo largo del tiempo.

Asi mismo, desde la visión andina Malo (2002) explica que, mucho antes de la colonización, las comunidades andinas ya utilizaban textiles rectangulares o cuadrados que se colocaban sobre el hombro, estructura que coincide con la del poncho actual. Actualmente, destaca que la técnica del tejido en telar y los patrones geométricos presentes en los ponchos tienen sus raíces en las tradiciones textiles de culturas como la quechua y la aymara.

Por otro lado, algunos investigadores plantean que el poncho tiene raíces europeas y que fue introducido en América por los colonizadores españoles durante la época colonial. Gonzales (2020) plantea que su diseño se asemeja a los capotes usados por los campesinos de la península ibérica, eran confeccionados en lana y de estructura similar. Según este autor, aunque los pueblos andinos ya contaban con una amplia tradición, textil, el poncho, en su forma actual, tiene origen europeo y fue adoptado por las comunidades indígenas, quienes lo adaptaron a sus propias condiciones y requerimientos.

En este sentido, Acosta (2022), también apoya que la influencia europea fue clave en la evolución del poncho. El autor sostiene que los españoles trajeron capaz y mantos que sirvieron de referencia para la creación del poncho en los Andes. Aunque destaca que los pueblos indígenas modificaron esta vestimenta según sus propias necesidades, técnicas y estilos, Acosta afirma que la estructura original del poncho tiene un origen europeo, y no andino.

Desde estas distintas posturas, el origen del poncho sigue siendo un tema abierto a discusión. Por un lado, hay quienes defienden su raíz precolombinos,

apoyándose en la continuidad de las tradiciones textiles de los pueblos indígenas, por otro lado, algunos investigadores consideran que se trata de una prenda traída por los colonizadores europeos y posteriormente adaptada en el contexto local. Mas allá de su procedencia, lo indiscutible es que el poncho ha llegado a representar un importante símbolo cultural andino.

2.2.3.1 Llegada del poncho a Ecuador

Rowe (1998) indica que el poncho llego al norte de Ecuador en la década de 1730, y este era usado por hombres indígenas comunes. Para principios del siglo XIX, se había convertido en una prenda utilizada por hombres de todas las clases sociales para viajar a caballo. Las pinturas de mediados del siglo XIX muestran que incluso las mujeres de clase alta que montaban a caballo lo usaban entre los indígenas, sin embargo, sigue siendo una prenda masculina.

En Ecuador, muchos ponchos son de un solo color o tienen rayas en la urdimbre, pero en algunas regiones en aquella época se fabrican usando tintes naturales. Esta técnica, vinculada a la confección de ponchos, podría tener un origen mapuche, ya que se observa tanto en ponchos mapuches como en algunos bolivianos, peruanos y ecuatorianos con características similares. Un estilo de tejido de sarga, blanco con rayas negras estrechas, a veces con tela teñida de rojo o morado se veía principalmente en Chimborazo, sin embargo, en el pasado también se utilizaba en las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua, es probable que este estilo haya surgido de la producción de los obrajes (Rowe,1998).

2.2.3.2 Poncho rojo de Chibuleo 1960-1980

El poncho antiguamente conocido como poncho o jirga, era tejido con lana y este se caracterizaba por ser blanco con finas rayas negras distribuidas intervalos regulares. Este tejido se realizaba en sarga 2/2 en telares de pedal, y es casi idéntico al que aún se utiliza para algunos ponchos cotidianos en la provincia de Chimborazo, este poncho tradicional era más- largo que los modelos modernos. Por

otro lado, el poncho moderno es de color rojo y presenta dos grupos de rayas de urdimbre de colores en cada mitad y llega solo hasta la cintura (Rowe, 1998).

Sobre este tema, Decoster (citado por Pinos et al., 2022) destaca que el poncho es una prenda que funciona como un artefacto de comunicación simbólica, ya que su significado se construye tanto desde la mirada interna del grupo que lo utiliza como desde la percepción externa. Sus elementos de diseño y combinaciones cromáticas permiten distinguirlo claramente de la vestimenta de otros pueblos.

Según el análisis ejecutado por Pinos et al. (2022), menciona que, a lo largo del tiempo, los ponchos utilizados por el pueblo Chibuleo han pasado por distintas variaciones cromáticas, entre ellas los tonos plomo, azul, negro y rojo, los cuales fueron comunes hasta mediados del siglo XX. Sin embargo, con el paso de los años estos colores fueron reemplazados progresivamente, dando lugar al característico poncho rojo, elaborado con lana de oveja y decorado con franjas bordadas en los costados.

Por su parte Caluña et al. (2008) manifiesta que esta transformación en el color no fue aleatoria, sino que respondió a un consenso dentro de la comunidad tras el proceso de transformación alfarista ocurrido en 1895. En este contexto, la emblemática frase “despierten y levanten todos los indígenas enarbolando la bandera roja” motivo la adopción del poncho rojo como símbolo de lucha valentía y resistencia del pueblo Chibuleo (p.51).

Rowe (1998) menciona que, hacia mediados del siglo XX, el poncho característico del pueblo Chibuleo era blanco con rayas negras y se elaboraba en telar de pedal. Aunque para la década de 1980 aún era utilizado por personas mayores, en la actualidad son pocos quienes lo conservan, principalmente ancianos o lideres comunitarios, que lo usan durante celebraciones culturales dentro y fuera de la comunidad. También se menciona la existencia de un poncho más oscuro, llamado puzu, elaborado con fibras naturales, de color gris, grueso y pesado.

Para la década de 1960, en el pueblo Chibuleo existían dos tipos de ponchos denominados paztuzu, uno azul con rayas blancas y otro de color morado, ambos tejidos a mano con hilo en telares tradicionales. Estas prendas se destinaban específicamente a ceremonias como matrimonios y festividades importantes. El poncho morado se usaba debajo del azul, y su uso estaba relacionado con el estatus social. En tiempos pasados, quienes llevan un solo poncho era considerado de bajos recursos llamados chulla poncho, mientras que los que usaban dos ponchos eran vistos como personas de buena posición económica y recibían elogios por portar ambas prendas.

Figura 3: *Poncho antiguo de Chibuleo*
Fuente: Poncho antiguo de Chibuleo (jerga) siglo XX. [Fotografía] por Rowe, 1998

2.2.3.3 Poncho rojo de Chibuleo 1980-2025

Para la década de 1980, algunos ancianos del pueblo Chibuleo aún mantienen el uso de ponchos con rayas, lo que evidencia un esfuerzo por guardar elementos de la vestimenta tradicional ante los cambios sociales y económicos que vive la comunidad (Rowe, 1998). Esta evolución en los textiles no solo responde a ajustes técnicos, sino también a la influencia de factores externos, como la

disponibilidad de nuevos materiales y técnicas derivadas del avance de la modernización e industrialización.

En contraste Caluña et al. (2008) manifiesta que el primer poncho representativo de Chibuleo fue reconocido como Jerga, elaborado en color blanco con rayas negras, y el puzu, de color gris, según lo documentado por Rowe. Durante las celebraciones tradicionales, se empleaban ponchos denominados paztuzu, los cuales se presentaban en dos variantes: uno azul con franjas blancas y otro modado. Ambos confeccionados con hilo de algodón.

Por su parte Rowe (1998) señala que, en 1988, la mayoría de los ponchos observados están tejidos a máquina con hilos acrílicos y se vendían en el mercado de Ambato por otavaleños, no indígenas y habitantes de Riobamba, estos ponchos se ofrecían en dos tonos: un rojo brillante y un rojo más oscuro. A menudo era común ver a hombres usando dos ponchos a la vez, generalmente uno de cada tono. Los hombres de Chibuleo y Angaguana prefieren llevar estos ponchos sin ribetes, mientras que los de Pilahuín suelen añadir un ribete azul, aunque hay excepciones.

En la actualidad, el poncho rojo forma parte de la vestimenta diaria y suele combinarse con pantalón y camisa de color blanco, zapatos en tonos vino o café y un sombrero blanco hecho de lana de oveja. Esta indumentaria simboliza la pureza mediante el uso del color blanco, mientras que el rojo del poncho refleja el espíritu de rebeldía histórica del pueblo Chibuleo (Caluña et al., 2008).

El poncho del pueblo Chibuleo se caracteriza por llevar franjas que representan el arcoíris sobre un fondo de color rojo. Para lograr este diseño, se inicia aplicando gouache rojo en la zona destinada para los colores que representan al arcoíris. Posteriormente, las franjas se trazan con rotuladores y se les da profundidad mediante sombreado con lápices de colores, lo cual intensifica los tonos rojos. Este proceso embellece la prenda y demuestra la destreza y creatividad de los artesanos al expresar elementos culturales a través de su indumentaria tradicional (Baltazar, 2018).

Características del poncho Chibuleo

En complemento, con lo expuesto anteriormente, los estudios realizados por Caluña et al (2008) y Pinos et al. (2022), señalan que el uso del poncho en la comunidad Chibuleo forma parte de una tradición cultural profundamente arraigada. A inicios del siglo XX, la lana de oveja era el principal material utilizado en su elaboración. En este proceso artesanal, las mujeres asumían la tarea de hilar la lana, mientras que los hombres eran los responsables de tejer los ponchos, reflejando una clara división de roles en la dinámica productiva comunitaria.

De igual manera, Valdivieso, (2014) menciona que la elaboración de los ponchos ha estado históricamente ligada al uso de fibras naturales como la lana de oveja, llama, alpaca e incluso seda. No obstante, en la actualidad, estas fibras han sido progresivamente sustituidas por materiales sintéticos como el orlón, principalmente por razones económicas, por la practicidad para conseguirlo y por su versatilidad durante el proceso de confección.

En línea con lo mencionado Mosquera y Ayala (2020), mencionan que el proceso de confección de un poncho inicia con la obtención de fibras como la lana de oveja o alpaca, las cuales son teñidas antes de ser tejidas. Tradicionalmente, los artesanos utilizaban herramientas pequeñas y especializadas para el tejido, pero con el paso del tiempo, este método ha evolucionado. En la actualidad de emplean tres palillos que simplifican el entrelazado de los hilos, agilizando la elaboración sin comprometer la calidad ni el detalle artesanal que distingue a esta prenda.

Sin embargo, la práctica del tejido manual ha disminuido, ya que cada vez son menos los jóvenes interesados en aprender este saber ancestral. Como consecuencia, el número de tejedores ha disminuido notablemente, lo que ha favorecido el auge de la producción industrial de ponchos e incluso, la adopción de prendas que no representan la identidad cultural de las comunidades indígenas. Ademas, el proceso artesanal, por su complejidad y el tiempo de demanda, genera

costos elevados, lo que ha incentivado aún más la preferencia por métodos de producción industrial.

2.2 Marcas referentes o aspiracionales

Dentro del diseño de indumentaria varias marcas han trabajado de la mano con culturas indígenas o inspirándose en iconografía de las mismas para crear nuevas prendas.

Kinku

Kinhu es una marca textil que surgió con la misión de fortalecer la identidad del pueblo kichwa Puruhá a través del diseño. Sus productos fusionan elementos tradicionales y simbólicos con técnicas modernas de confección, dando lugar a prendas que destacan por su calidad y su capacidad de comunicar la historia de pueblos indígenas. Cada prenda fusiona lo artesanal y lo contemporáneo, con un fuerte enfoque en la autenticidad cultural y la expresión identitaria.

La marca refleja un modelo de comercio justo ya que garantiza una retribución a las artesanas que participan en la elaboración de las prendas. La plaza se centra en el mercado nacional, con proyección a expandirse posteriormente, como una marca de moda andina. La promoción de Kinku se basa en una narrativa de responsabilidad social y respeto cultural, dirigida a consumidores consientes que buscan generar un impacto positivo a través de sus elecciones de consumo.

Producto	Características		Producto	Características
Chaqueta Kunukyay mujer	Chaqueta con mangas de campana, largo hasta la cadera con un diseño inspirado en símbolos andinos.		Chaqueta kunuk	Chaqueta con mangas rectas, cuello en V e incorporación de un diseño inspirado en símbolos andinos.
Figura 4: *Chaqueta Kunukyay mujer* **Fuente:** https://n9.cl/s96xl	**Precio** 90,00$		**Figura 5:** *Chaqueta kunuk* **Fuente:** https://n9.cl/zs5b8e	**Precio** 80,00$

Tabla 1: *Productos Kinku*
Fuente: Elaboración propia

Andes Warmi

Marca creada por Lizbeth Aguilar con la visión de unir culturas y tejidos a través de la mano de obra de mujeres indígenas del Ecuador. Andes Warmi abarca la riqueza del patrimonio andino, se enfoca en el empoderamiento femenino de comunidades indígenas y promueve el orgullo por raíces ancestrales. Esta marca busca expandir su impacto hacia todo el altiplano latinoamericano, conectando comunidades que incluye Perú, México, Bolivia. Sus productos incluyen chaquetas, camisas, abrigos y chompas que destacan por su singularidad y por el profundo valor cultural que representan. Cada prenda es concebida como una expresión de identidad que puede ser usada por personas indígenas como no indígenas.

El precio de las prendas se establece bajo principios de comercio justo, asegurando una remuneración digna para las artesanas involucradas en la confección de cada prenda. La plaza abarca canales digitales como presenciales, permitiendo que la marca abarque publico nacional e internacional. La estrategia de

promoción se basa en la narrativa significativa que abarca el sueño colectivo de 7 familias que se benefician de la marca para mejorar su calidad de vida.

Producto	Características		Producto	Características
Gabardina Fuyu	Chaqueta con detalles en bolsillos y puños inspirados en iconografía ancestral.		Abrigo	Abrigo con detalles inspirados en iconografía ancestrales, con mangas recta y bolsillos.
Figura 6: *Gabardina Fuyu* **Fuente:** https://n9.cl/hznnu	**Precio** 90,00$		**Figura 7:** *Abrigo* **Fuente:** https://n9.cl/fkipa	**Precio** 95,00$

Tabla 2: *Productos Andes Warmi*
Fuente: Elaboración propia

EtnikDreams

La marca nace en Cuenca como una propuesta de indumentaria que busca enaltecer la riqueza cultural del Ecuador, combinando la creatividad de diseñadores contemporáneos con el talento de artesanos locales. Su propuesta de productos se caracteriza por prendas que fusionan texturas, colores y tejidos representativos de diferentes culturas del Ecuador.

El valor de cada prenda se da de manera equitativa, asegurando que el precio refleje el trabajo artesanal y la calidad de los productos, asegurando una compensación justa para sus colaboradores. La plaza incluye puntos de venta físicos y plataformas digitales que ofrecen una experiencia de compra personalizada. La

promoción se fundamenta en una narrativa que resalta la diversidad cultural del ecuador posicionando a la marca como un referente de estilo étnico.

<table>
<tr><th>Producto</th><th>Características</th><th></th><th>Producto</th><th>Características</th></tr>
<tr><td>Chaqueta</td><td>Chaqueta holgada de algodón color cachi con manga larga, bolsillos que incluyen tejidos étnicos tonos tierra y botones de carey.</td><td></td><td>Abrigo</td><td>Cárdigan, semi entallado, en paño, color vino tinto con detalles de tejidos étnicos en bolsillos y mangas.</td></tr>
<tr><td>
Figura 8: Chaqueta
Fuente: https://n9.cl/ruv7l3</td><td>Precio</td><td></td><td>
Figura 9:Cárdigan
Fuente:
https://n9.cl/3uhr9</td><td>Precio</td></tr>
<tr><td></td><td>100,00$</td><td></td><td></td><td>120,00$</td></tr>
</table>

Tabla 3: *Productos EtnikDreams*
Fuente: Elaboración propia

2.3 Visionario

Jaquelinne Muños

Karffany es la marca ecuatoriana creada por Jacqueline Muños es una marca que nace en 1988 con una fuerte filosofía de calidez y elegancia plasmada en cada prenda elaborada a mano. La marca combina fibras como alpaca y algodón para crear abrigos, capas, chales, abrigos, los cuales han sido apreciados en mercados internacionales como Canadá, España, México y Estados Unidos. Su enfoque en la sostenibilidad, utilizando fibras naturales, refleja su compromiso con la economía, además, sus diseños están inspirados en la naturaleza e imágenes ancestrales ecuatorianas, lo que otorga a la marca distintiva.

En cuanto a los productos, Karffany ofrece una gama de productos que incluyen abrigos, chaquetas, ponchos, vestidos, chaquetas y accesorios como chales y bufandas. En cuanto a las estrategias de marketing, sus productos se diferencian por sus materiales y diseño, precios accesibles a un mercado internacional, realiza promociones a través de su historia de sostenibilidad y presencia en mercados globales, y su distribución las realiza en tiendas selectas, personas que valoran la calidad y aprecian la moda étnica.

Producto	**Características**		**Producto**	**Características**
Saco	Saco sin cuello, manga larga y detalles inspirados en la naturaleza ecuatoriana.		Saco alma	Saco alma con detalles inspirados en las imágenes ancestrales, con mangas cortas y bolsillos.
Figura 10: *Saco* **Fuente:** https://n9.cl/qnxdd	**Precio** 90,00$		**Figura 11:** *Saco alma* **Fuente:** https://n9.cl/qnxdd	**Precio** 100,00$

Tabla 4: *Productos Karffany*
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

3.1.1 Análisis PEST

El análisis PESTEL, es una herramienta de análisis estratégico utilizado para evaluar los factores eternos que pueden influir en su operación y crecimiento. Estos factores se agrupan en cuatro categorías Político, Económico, Social y tecnológico. En el entorno Político, se consideran aspectos como las políticas gubernamentales, las regularizaciones y la estabilidad política, los cuales pueden afectar aspectos fiscales o el comercio. El entorno económico analiza variables en cuanto al interés y la inflación que impacta directamente el poder adquisitivo y decisiones de inversión. En cuanto al entorno social, se analiza cambios en la cultura, preferencias de la población, lo cual es importante para entender la evolución de la demanda de los consumidores. Finalmente, el entorno tecnológico se enfoca en innovaciones que pueden generar nuevas oportuniades o desafíos. (Amador, 2022)

Entorno político

Amador (2022) indica que el entorno político permite identificar y analizar como la intervención del gobierno puede influir en el funcionamiento, desarrollo y desempeño de una empresa, esta influencia se manifiesta a través de diversas leyes manifestadas a través de diversas leyes, normativas y políticas implementadas por autoridades. Además, habla de tratados comerciales internacionales los cuales facilitan o restringen el acceso a mercados extranjeros, afectando las importaciones y exportaciones de empresas, además considera políticas internacionales y regularizaciones que pueden abrir nuevas oportunidades comerciales.

Desde el 1 de enero del 2017, el acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador se hizo realidad, la implementación de este acuerdo facilita el aumento de los intercambios comerciales, establece un marco jurídico que promueve mayores inversiones e impulsa la transferencia de tecnología e innovación, fomenta el empleo y apoya un desarrollo sostenible. Además, contempla la liberación de

ciertos servicios, el trato nacional en compras públicas, un entorno favorable para atraer inversiones. Este acuerdo propone mayor visibilidad para los emprendedores, facilitando su planificación y crecimiento a futuro (Delegacion de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

En relación al panorama político en el 2024, el tratado de Libre Comercio (TLC) entre Ecuador y China representa el primer acuerdo comercial que Ecuador firma con un país asiático, este tratado se centra en el intercambio de bienes, marcando un hito histórico en las relaciones económicas, especialmente en la industria textil. Para Ecuador, este acuerdo abrió oportunidades comerciales al acceder al extenso mercado chino, facilitado por la reducción de aranceles, lo que impulso sus exportaciones textiles. Sin embargo, el TLC presentó retos para la industria textil ecuatoriana, como la competencia de productos chinos, los cuales son conocidos por sus precios bajos, obligando a los fabricantes locales a adaptarse (Alexa Tejidos, 2024).

El 12 de diciembre del 2019, se emitió la resolución 028-2029, que introduce la simplificación y eliminación de trámites relacionados con la importación de varios productos para la industria nacional esta resolución modifica a los artículos 2-3 de la Resolución 401 del antiguo Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (Comexi), reduciendo o eliminando varios requisitos para el registro de importación de textiles y calzado. Por otra parte, la resolución también establece que los productos que antes requerían un Registro Único de Producto o un Registro Sanitario ahora serán las autoridades competentes, Agrocalidad o el Ministerio de Salud Pública quienes determinen si son necesarias (MPCEIP, 2019).

Los cambios normativos que simplifican los traites de importación en la industria textil ecuatoriana tienen un impacto significativo en el desarrollo de proyectos como el propuesto en esta tesis. La iniciativa de crear proyectos puede beneficiarse de este contexto favorable, ya que la reducción de barreras en los procesos de importación facilita el acceso a insumos, tecnologías y maquinaria especializada que puede complementar a producción artesanal sin comprometer su esencia cultural. No obstante, al reducir los tramites y facilitar el registro de

importación, permiten a los productores optimizar sus procesos, incorporar innovación y adaptarse a las demandas del mercado. Este enfoque beneficia a las empresas, impulsa la economía, fomenta la generación de empleo y contribuye al crecimiento del sector textil.

Entorno económico

El Banco Central del Ecuador (2024) indica que en el 2023 Ecuador presento un crecimiento del 2,4 %, este aumento positivo fue menor que en el 2022 con el 6,2%, este aumento del PIB se debió a varios factores económicos como el gasto de gobierno que creció en un 3.7%, lo que fomento inversiones y proyectos públicos; las exportaciones, aunque crecieron en menor medida se registró aumento con un 2,3%; el consumo de los hogares es decir, gastos en bienes y servicios que realizan las familias este aumentó un 1,4%; y finalmente la formación bruta de capital fijo el cual mide las inversiones en activos fijos como maquinaria equipos e infraestructuras tuvo un crecimiento de un 0,5%.

En 2021, el sector textil en Ecuador genero ventas por 1,143 millones, según la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE), este crecimiento se debe al buen desempeño de las exportaciones, las cuales han superado incluso niveles previos a la pandemia del Covid-19 alcanzando un monto de 139 millones de dólares, lo que representa un incremento del 33% en comparación con 2020 y del 32% frente a 2019. Ecuador, al ser miembro de la Comunidad Andina (CAN), tiene la ventaja competitiva de que sus productos ingresen sin aranceles a mercados como Colombia, Perú y Bolivia, lo que facilita su posicionamiento en la región. En este contexto, el País se esfuerza por integrarse en las cadenas globales de valor, ya sea mediante la manufactura o la creación de productos propios, mientras que los empresarios del sector textil trabajan en implementar nuevos modelos de negocios para mejorar su competitividad y desarrollar una etapa de crecimiento para la industria textil (Eventos Ecuador, 2023).

En lo que respecta el panorama económico del 2024, el Ecuador presenta una deuda de 63, 000 millones que representan la deuda externa e interna. El actual

gobierno de Daniel Noboa recibió un país con una caída del 9% en ingresos en lo que respecta a los últimos 10 años por el bajo crecimiento económico, por lo que indica que es un país extremadamente pobre. Para el 2024 la situación a actual se complica con la aparición de diferentes desafíos: el término de la contribución patrimonial, una mayor reducción del a la salida de divisas y la reversión de las reformas tributarias anteriores, estos factores ocurren en el momento en que el país se enfrenta a desafíos críticos, como el fenómeno del niño, una crisis energética, problemas de seguridad y salud (Secretaría General de Comunicación de la Presidenc, 2023).

Si bien la economía del país ya estaba viéndose afectada desde años atrás, dando como resultado que las empresas y pequeños emprendimientos no puedan flotar y salir adelante, dando como resultado el cierre de las mismas. Por otro lado, ya que la economía se encuentra en desaceleración, los consumidores reducen sus gastos, lo que afecta directamente a las ventas de la industria textil. En Ecuador, los cambios económicos, como la desaceleración debido a la pandemia, ha causado que el sector textil enfrente retos para mantener una demanda estable. Por otra parte, se conoce que Ecuador produce algodón, la industria textil también depende de insumos importados, las variaciones de los precios internacionales de materias primas, sumada a políticas arancelarias, pueden aumentar los costos de producción de las pequeñas y grandes empresas.

La situación económica del Ecuador influye directamente en el desarrollo de proyectos vinculados al diseño textil, como el que se plantea en esta tesis. Si bien el sector textil ha mostrado un desempeño positivo en los últimos años, con un incremento en las exportaciones, las actuales dificultades económicas del país afectan directamente al poder adquisitivo de los consumidores como a la estabilidad de las empresas. En este contexto, aunque el panorama económico presenta obstáculos, también abre oportunidades para proyectos que prioricen el rescate de la identidad cultural. La propuesta de reinterpretar el poncho rojo de Chibuleo puede posicionarse como una alternativa diferenciada que fortalezca la identidad textil ecuatoriana, aprovechando nichos de mercado que valoran productos de origen cultural.

Entorno social/ cultural

Amador (2022) menciona que el factor incluye directamente elementos como la religión, las creencias, los hábitos, intereses y preferencias de las personas. En este contexto los factores sociales afectan directamente la forma en que una empresa interactúa con su público objetivo y el éxito que puede alcanzar. Dependiendo de cómo estos factores se desarrollan, pueden influir de manera favorable o desfavorable en los resultados que la empresa espera lograr.

Maydeu (2021) indica que en el 2021 los índices de inseguridad y violencia han incrementado, según los datos se indica, la tasa de homicidios supera los 10 por cada 100.000 habitantes, cifras que no se habían visto desde hace una década. El incremento de los niveles de violencia e inseguridad en el Ecuador, ha llevado al gobierno a adoptar una estrategia que se usa en otros países de Latinoamérica: despliegue del ejército. Por lo que ha resultado poco efectivas y difícilmente reducen la crisis de seguridad actual, dando como resultado que en los últimos años la inseguridad se haya incrementado a niveles alarmantes.

La creciente inseguridad y violencia en Ecuador han impactado en la sociedad, esto se refleja en la presencia de más de 20 grupos de delincuencia organizada y narcotráfico que operan en el país, lo que genera un ambiente de inseguridad que el sector empresarial. Un informe realizado por el Observatorio de Crimen Organizado (OECO) que encuesto a 458 empresas negocios en Ecuador, revela que el 90% de los empresarios ve la extorción como el mayor riesgo para sus negocios. Las modalidades de extorción a las que se enfrenta el país incluyen el cobro directo y las llamadas amenazantes, donde se obliga a los negocios a pagar cuotas obligatorias (Primicias, 2024).

La inseguridad y la violencia crecientes en el Ecuador han generado un entorno critico en diversos sectores económicos, incluido el sector textil. La industria textil, al igual que otros negocios se enfrenta a un ambiente de hostigamiento, generado

por la delincuencia organizada lo que genera que los negocios que se encuentran emergiendo, tiendan a verse obligados a cerrar. Además, la percepción de inseguridad también afecta a la movilidad de la materia prima, ya que las rutas son vulnerables a robos y ataques. Asi mismo esto impacta directamente a los empleados, quienes temen trasladarse a su lugar de trabajo, esto incrementa la ausencia y reduce la productividad de la empresa. Por otro lado, esta ola de inseguridad también afecta a los clientes que se muestran inseguros de visitar tiendas físicas, lo que genera menos ventas.

Si bien la inseguridad se ha evidenciado desde tiempo atrás afectando al desarrollo y la disminución de oportunidades del país, en el Ecuador, se ha implementado un Plan de Creación de Oportunidades (2021) enfocado en la creación de nuevas oportunidades y la mejora del bienestar de las zonas rurales del Ecuador, en especial a los pueblos y nacionalidades. Ya que la población rural enfrenta múltiples desafíos, como la baja escolaridad, el limitado acceso a servicios de salud, la disminución de empleo y la migración del campo a la ciudad. Para combatir estas dificultades, el plan propone generar mejores condiciones que permitan erradicar la pobreza mediante la creación de oportunidades de empleo, además se busca mejorar el acceso a una vivienda digna, asi como el servicio básico a la educación. Asi mismo, se contempla la revalorización de las culturas y los saberes ancestrales, promoviendo el rescate del patrimonio cultural comunitario (PCO, 2021).

El entorno social y cultural del Ecuador presenta factores tanto favorables como desfavorables para el desarrollo del proyecto que busca diseñar una colección de indumentaria femenina basada en la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, por un lado los elementos culturales, tienen un papel importante en el rescate de la identidad textil, proyectos como el Plan de Creación de Oportunidades, promueven la revalorización de las culturas y saberes ancestrales, son un apoyo significativo para proyectos que buscan preservar y reinterpretar elementos identitarios como el poncho. Sin embargo, la creciente inseguridad en el país también impacta

negativamente a las empresas, empleados y clientes los cuales enfrentan dificultades para realizar sus actividades cotidianas.

A pesar de estas dificultades, la creciente demanda de productos culturales y étnicos en el mercado pueden ser una ventaja para el proyecto, el creciente interés del mercado que valora la autenticidad y la identidad cultural, además el enfoque en la revalorización de elementos identitarios representa una oportunidad significativa para este proyecto. Este enfoque permite conectar emocionalmente y cultural con los consumidores, además crea un espacio para rescatar elementos patrimoniales que están cayendo en desuso, por lo que el presente proyecto tiene el potencial de contribuir al rescate cultural y dar más visibilidad a prendas identitarias.

Entorno tecnológico

A lo largo del siglo XX, la industria textil en el Ecuador enfrento transformaciones importantes con la llegada de nuevas tecnologías, como los telares mecánicos que transformaron radicalmente el proceso de producción al aumentar la eficiencia como la capacidad de fabricación, aunque también surgieron desafíos relacionados con la competencia extranjera. A pesar de estos retos, la industria textil ha demostrado una notable capacidad para adaptarse, posicionándose como un pilar relevante en la economía del país. Sin embargo, la industria textil sigue en constante evolución impulsada por la adopción de prácticas sostenibles y el uso de tecnologías innovadoras, al mismo tiempo el creciente interés por los tejidos tradicionales ha abierto oportunidades para preservar y difundir la amplia herencia textil de Ecuador (Alexa Tejidos, 2024).

En la actualidad, las empresas enfrentan una competencia muy fuerte, por lo que necesitan innovar constantemente y por ende que se invierta en tecnología, ya que les ayuda a hacer los procesos de producción más rápidos y eficientes, por lo tanto, existe una reducción de costos. La tecnología permite que las empresas crezcan y se desarrollen mejorando su capacidad de competir en el mercado. En

Ecuador, el gobierno entiende la importancia de la tecnología, es por eso que, en el artículo 334 de la Constitución, se indica que se debe fomentar y respaldar el avance y la difusión de conocimientos y tecnologías enfocadas en mejorar los procesos productivos (Gonzáles y Romero, 2018).

La incorporación de tecnologías en la industria textil representa un factor clave para el desarrollo y competitividad del sector, especialmente en contexto globalizado, donde la eficiencia y la capacidad son esenciales. Esta realidad también se refleja en el marco de la presente tesis, cuyo objetivo es diseñar una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo. Si bien el proyecto se enfoca en la recuperación cultural, la implementación de herramientas tecnológicas como software de diseño especializado puede ser un recurso valioso para optimizar la producción, mejorar la calidad y reducir los tiempos de producción sin perder calidad.

3.1.2 Tendencias de consumo

Reyes (2017) indica que las tendencias de consumo son percibidas como cambios que se producen en las prácticas culturales y sociales de las personas, las cuales generan diferencias entre personas a través de sus hábitos de consumo. Estas tendencias, que tienden a ser cíclicas, se reinventan y adaptan con el tiempo, funciona como indicador social dentro de un grupo de personas que buscan diferenciarse, y se expresan a través de las formas en que los grupos interpretan su mundo ya sea por su estética, sus maneras de comunicarse, o los rituales que giran en torno al consumo. Además, las tendencias de consumo también tienen la capacidad de mostrar lo nuevo de los patrones de compra, lo que es algo importante de observar y comprender por su capacidad de influir en los consumidores y en el mercado.

De las muchas tendencias de consumo que existen es importante citar la promulgada por el gobierno nacional, la campaña Primero Ecuador es una iniciativa con un alcance nacional que promueve el consumo de productos exclusivamente ecuatorianos. Su objetivo es incitar a las personas a utilizar materias primas y mano

de obra nacional para la creación de productos de alta calidad. Esta tendencia busca visibilizar el talento de los ecuatorianos reflejados a los productos, permitiéndoles competir en el mercado y al mismo tiempo contribuir con el crecimiento económico del país y reducir la necesidad de realizar importaciones (Plan Nacional Toda una Vida, 2017-2021).

Esencialismo

Esta tendencia de consumo está enfocada hacia un consumo más consiente y responsable, donde las tradiciones, las artes folclóricas, la sostenibilidad, conexión con la comunidad, la creatividad, la narrativa interconectada entre la naturaleza y la sabiduría indígena adquieren mayor relevancia. Los indicadores tempranos señalan que las interrupciones en el comercio internacional y conflictos globales han causado una dispersión de la producción, alejándola de los centros tradicionales, lo que ha llevado a las personas a buscar productos locales y auténticos, lo que lleva a las personas a buscar productos locales, impulsando un renacimiento de la herencia cultural en todo el mundo (Inexmoda, 2024).

Se puede usar procesos industriales, pero siempre buscando que haya interconexión, procesos que cuenten historias, conexión con la tierra, revalorización de todas las actividades que están siendo olvidadas, donde a partir de la industrialización todas estas actividades se pierden. Este enfoque de diseño propone que las marcas cuenten historias en sus productos, ya que los consumidores están cansados del fast fashion y buscan productos con significados. Se trata de crear diseños que reflejen la cultura, asi mismo resalta la importancia de colaborar de manera cercana con las comunidades indígenas, valorando su conocimiento y habilidades (Inexmoda, 2024).

La tendencia hacia un consumo más consciente, que valora el respeto y la revalorización de las culturas indígenas, se vincula directamente con los objetivos de la presente tesis, ya que al estar enfocada en el diseño de una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, esta tendencia promueve la preservación de técnicas y saberes ancestrales, a su vez permite a los diseñadores contemporáneos explorar nuevos proyectos que integren

la diversidad cultural. Al hacerlo fomenta a los consumidores a apreciar no solo la estética de las prendas, sino también la historia y significados detrás de cada diseño, lo que a su vez contribuye a fuentes de trabajo para diseñadores y pueblos indígenas, mientras se desafían las prácticas de producción masiva y el consumo excesivo.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Thompson (2005) explica que la segmentación de mercado es el proceso de dividir el mercado en grupos más pequeños de clientes, empresas u organizaciones con características diferentes, como lugar donde viven, preferencias, nivel económico, cultura, o preferencias de compra. Cada uno de estos grupos son tratados como un objetivo particular, al que se aplica estrategias específicas para cada grupo, con el objetivo de llegar a cada grupo con acciones específicas para destacarse frente a la competencia, obteniendo resultados más eficaces.

El público objetivo, de acuerdo a la tendencia muestra un creciente interés por productos nacionales que permiten a los consumidores conectar de manera profunda con la cultura local, responde a una búsqueda de autenticidad y conexión cultural en un mundo globalizado. Además, los consumidores valoran cada vez más el consumo local, viendo en él, una forma de apoyar la identidad cultural de los pueblos indígenas, asimismo buscan establecer vínculos con los productos que eligen. Este movimiento va más allá de la moda como simple estética, convirtiéndose en una forma de reflejar identidad y compromiso con la diversidad cultural.

Tablas de segmentación del mercado potencial

Variable demográfica			
Edad	25-35 años	**Estado civil**	Todas
Género	Femenino	**Origen étnico**	Indígenas
Generación	Millennial- Personas con habilidades tecnológicas, solidarios, dinámicos y consumidores inteligentes.		

Tabla 5: *Variable demográfica*
Fuente: Elaboración propia

Variable geográfica			
Continente	Americano	**Región**	Sierra
País	Ecuador	**Ciudad**	Ambato
Provincia	Tungurahua	**Clima**	Templado
Zona	Urbana		

Tabla 6: *Variable geográfica*
Fuente: Elaboración propia

Variable socio- económica	
Nivel de educación	Superior
Ingresos	Remuneración que va desde los $450 en adelante
Ocupación	Comercio, Educación, trabajos en sectores públicos y privados
Estrato de nivel socioeconómico	D

Tabla 7: *Variable socio- económica*
Fuente: Elaboración propia

Variable conductual	
Lealtad de consumo	Búsqueda de productos de calidad
Beneficios buscados	Diseños innovadores Valor cultural

Tabla 8: *Variable conductual*
Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

Ecuador ha experimentado un crecimiento en sus exportaciones de bienes, especialmente en el sector textil y artesanías, y productos que reflejan el patrimonio cultural indígena del país. Estos bienes culturales han encontrado demanda en mercados internacionales, contribuyendo al fortalecimiento de la economía no petrolera (Banco Central del Ecuador, 2024).

Por otro lado, Ecuador también ha aumentado la importación de insumos para la producción de bienes culturales, los cuales son esenciales para mantener la competitividad de las industrias artesanales y culturales en el mercado global. Sin embargo, la dependencia de productos e insumos importados también representa un desafío para los productores locales, que deben enfrentar costos más elevados.

El comercio de bienes culturales en el Ecuador continúa expandiéndose, pero enfrenta desafíos para mantener su competitividad y sostenibilidad. Innovar en los procesos productivos y mejorar la capacidad de exportación es esencial para que el país siga posicionando sus productos culturales en el mercado internacional (Observatorio de Complejidad económica, 2024).

El pueblo Chibuleo, ubicada en la provincia de Tungurahua, es conocida por su tradición textil, especialmente por la confección del poncho rojo. Desde tiempo atrás los artesanos de la comunidad de dedican principalmente a la producción de tejidos para su propio uso, utilizando lana de oveja y llama como materia prima. A pesar del tiempo, ha mantenido vivas algunas técnicas ancestrales, aunque uniendo algunos materiales modernos. Aunque existe influencias de materiales modernos, en Chibuleo prevalece el uso de fibras naturales y confección artesanal de prendas tradicionales, lo que refleja la lucha y compromiso con la preservación cultural.

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

Geodato (2024) indica que, según cifras del VII Censo de Población y VII de vivienda, se ha evidenciado una evolución notable en la composición por sexo en Ecuador. La población total del país asciende a 16.938.986 personas, las cuales

el 51.3% corresponde a mujeres, lo que representa 8.252.523 personas, mientras que el 48.7% corresponde a hombres, con un total de 8.252.523. Este crecimiento implica un aumento de 2,4 millones de personas en comparación con los datos de 2010, destacando mayor presencia de mujeres en el país (INEC, 2023).

Así mismo, ha aumentado a representación de mujeres como jefas del hogar. Actualmente, en Ecuador el 38.5% de los hogares cuenta con una mujer como representante, lo que refleja un incremento significativo respecto a 2010, cuando solo el 28% de los hogares estaban liderados por una mujer. Estas cifras una transformación en la estructura de género en Ecuador, destacando una creciente presencia femenina en diferente ámbito de la sociedad, este cambio refleja la evolución social que está ocurriendo en el país (INEC, 2023).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2024), en el 2022, la población asciende a 16.938.986 personas. Entre ellas, se encuentran 14 nacionalidades indígenas que agrupan a un total de 1.301.887 habitantes, lo que equivale al 7,7 % de la población del país, los cuales están organizados en colectivos locales, regionales y nacionales. Así mismo, datos recopilados por el INEC (2010) indica que en el 2010 en Chibuleo existen 5,383 indígenas de los cuales 2.609 son hombres y 2.774 son mujeres.

El hecho de que exista una mayor proporción de mujeres en Ecuador es una ventaja importante para enfocarse en un mercado femenino. Su mayor presencia en la sociedad y su creciente poder adquisitivo, genera oportunidades para desarrollar proyectos en donde ellas sean las principales consumidoras, de esta manera se puede aprovechar esto para posicionarse de manera más efectiva en el mercado, ya que permite aprovechar este contexto para crear indumentaria que refleje identidad cultural y necesidades y preferencias de las mujeres indígenas.

Tomando en cuenta las mujeres como el mercado potencial se toma en cuenta especialmente a mujeres indígenas de 25 a 35 años, que forman parte de la generación Y, las cuales han crecido en una época de cambios tecnológicos y

sociales, lo que las hace receptivas a propuestas innovadoras. Lo que facilita que una prenda como el poncho rojo de Chibuleo, pueda ser reinterpretada en diseños modernos y funcionales que sean parte del guardarropa diario de mujeres indígenas Chibuleo. Ya que este grupo objetivo, cuenta con un nivel de educación, que varía entre básica y superior, indica que se trata de un grupo diverso en términos de acceso al conocimiento, lo que permite crear prendas culturalmente relevantes.

Considerando que las mujeres indígenas tienen ocupaciones en la agricultura, educación y trabajos en sectores modernos, demuestra que estas mujeres desempañan roles variados, lo que implica la necesidad de prendas versátiles que puedan ser usadas en diferentes contextos de su vida diaria. El estrato socioeconómico al que pertenece el mercado objetivo pertenece a un nivel medio-bajo por lo cual refuerza la idea de que el proyecto debe priorizar la funcionalidad y el respeto por la identidad cultural para conectar con el segmento objetivo.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Matriz benchmarking marcas

MATRIZ BERCHMARKING				
Marca	**Blessed ancestral**			
Características	**Propuesta de valor**	**Canales de venta**	**Producto/ Precio**	**Referencia**
-Fusionan elementos tradicionales y simbólicos con técnicas modernas. -Integran técnicas tradicionales para los bordados.	-Trabajan de la mano con artesanas locales. -Retribución justa para artesanas colaboradoras.	-Tienda online: Por medio de redes sociales -Tienda física: Otavalo	Chaquetas Chompas Chalecos Blusas Precios desde los $35 hasta los $90	 **Figura 12:** *Abrigo con tejido andino* **Fuente:** https://n9.cl/t8u06

FODA	**Fortalezas**	**Oportunidades**
	• Identidad cultural sólida. • Fusión de tradición y modernidad. • Utilizan mano de obra local. • Trabajan con artesanos	• Envíos nacionales e internacionales. • Clientes de otros países. • Promoción digital en redes sociales.
	Debilidades	**Amenazas**
	• Diseños poco atractivos. • Escasa diversificación de productos.	• Imitación de la marca y diseños. • Competencia creciente. • Apropiación cultural.

Tabla 9: *Matriz Blessed ancestral*
Fuente: Elaboración propia

MATRIZ BERCHMARKING				
Marca	**Apuk**			
Características	**Propuesta de valor**	**Canales de venta**	**Producto/ Precio**	**Referencia**
-Conectar culturas y tejidos ancestrales mediante sus productos - Cada pieza es producida bajo la colaboración con mujeres indígenas	-Trabaja con mano mujeres indígenas -Genera oportunidades económicas para familias indígenas	- Tienda online: por medio de redes sociales Tienda física	Abrigos, chaquetas, chalecos, chompas, camisetas Precios desde los $20 hasta los $ 120	 **Figura 13:** *Chaqueta apuk* **Fuente:** https://n9.cl/d0wly
FODA	**Fortalezas**		**Oportunidades**	
	• Productos únicos • Compromiso social • Diferenciación en el mercado • Valor artesanal		• Pedidos internacionales • Interés de consumidores nacionales e internacionales	
	Debilidades		**Amenazas**	
	• Segmentación limitada • Poca visibilidad fuera del mercado local • Marketing poco innovador		• Competencia de indumentaria étnica • Marcas que ofrecen precios más bajos • Globalización, pérdida de identidad	

Tabla 10:*Matriz Apuk*
Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ BERCHMARKING				
Marca	**HUUMA**			
Características	**Propuesta de valor**	**Canales de venta**	**Producto/ Precio**	**Referencia**
-Combinan materiales sintéticos y naturales	- Rescata riqueza cultural del Ecuador - Colaboran con artesanos -Usan materiales sostenibles.	- Tienda online	Abrigos, ponchos, capas, chaquetas, camisetas, fajas, tops, corset Precios desde los $50 hasta los $100	 **Figura 14:** *Ruana Yachay* **Fuente:** https://n9.cl/jrrlo
FODA	**Fortalezas**		**Oportunidades**	
	• Rescata riqueza cultural del Ecuador • Colaboración con artesanos locales • Producción no lineal.		• Tiendas físicas • Tienda online para mas alcance de clientes	
	Debilidades		**Amenazas**	
	• Segmentación limitada del mercado • Escasa diversificación de marketing digital • Poco marketing • Poca diversificación de producto		• Inestabilidad económica en Ecuador • Competencia creciente	

Tabla 11: *Matriz HUUMA*
Fuente: Elaboración propia

MATRIZ BERCHMARKING				
Marca	Lula kirey			
Características	**Propuesta de valor**	**Canales de venta**	**Producto/ Precio**	**Referencia**
- Marca sostenible que refleja respeto y conexión con la cultura ancestral - Fusiona los tejidos andinos tradicionales con un enfoque moderno	- Preservar la identidad cultural de los pueblos originarios - Apoya la economía de comunidades indígenas y promueve practicas sostenibles	- Tienda online: por medio de redes sociales -Tienda física: Quito, Ecuador	Chaquetas, busos, abrigos, chalecos, ponchos, capas, pantalones, blusas, faldas, tops Precios desde los $ 50 hasta los$ 250	 **Figura 15**: *Capa en alpaca* **Fuente:** https://n9.cl/i4nbr

FODA	**Fortalezas**	**Oportunidades**
	• Compromiso social y sostenible • Fusión de tradicional y modernidad • Variedad en ventas • Diseños personalizados • Enfoque de empoderamiento	• Creciente demanda por moda sostenible • Colaboración con comunidades • Mercado internacional • Expansión digital
	Debilidades	**Amenazas**
	• Segmentación limitada • Dependencia a ciertas plataformas digitales	• Creciente competencia de otras marcas • Marcas que copian diseños

Tabla 12*: Matriz berchmarking Lula Kirei*
Fuente: Elaboración propia

3.2 Análisis interno

El análisis interno de una empresa tiene como objetivo reconocer fortalezas y debilidades de mejora. Este proceso se enfoca en examinar los recursos con los que cuenta, tanto humanos como materiales, además permite identificar los factores que han influido en los logros o dificultades de proyectos anteriores (Burin, 2028).

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

El presente proyecto está basado en el diseño de una colección de indumentaria femenina, tomando como base la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, los colores y significado de este poncho sirven de inspiración para crear nuevas prendas étnicas que resalten la cultural del pueblo Chibuleo. En cuanto a la maquinaria y el proceso de elaboración, el desarrollo de esta colección se realizará en el taller de la investigadora, donde se cuenta con el equipo necesario para llevar a cabo la confección de las prendas.

Dentro de los recursos disponibles tenemos a la empresa Wiñay que incluye indumentaria indígena, accesorios que reflejan elementos culturales indígenas y la personalización de indumentaria según preferencias del cliente. Cuenta con fortalezas como la conexión con mujeres Chibuleo las cuales participan en la elaboración de productos, añadiendo sus conocimientos de bordado, además, tiene

como herramienta importante un equipo creativo el cual está capacitado en técnicas de diseño y confección. Por otra parte, Wiñay cuenta con marketing en plataformas como Tik Tok e Instagram creando alianzas con figuras que representan el orgullo indígena, además está presente en ferias y desfiles de marcas relacionadas.

Considerando los recursos que ofrece la empresa Wiñay, se aprovecha el conocimiento en diseño y confección como una base importante para guiar el desarrollo de la colección. Además, el posicionamiento de la marca se toma en cuenta como un factor importante para garantizar que la colección mantenga coherencia con su identidad. En este sentido se desarrollará una narrativa visual en redes sociales, donde se mostrará la importancia de conservar el uso del poncho, a su vez se promocionará la colección.

3.2.2 Análisis Cadena de valor

Porter (2015) indica que la cadena de valor es una herramienta estratégica que permite a las empresas identificar las fuentes de su ventaja competitiva. Ayuda a analizar cómo se crean y estructuran las actividades dentro de una empresa para generar valor, es decir se llevan varias actividades relacionadas entre sí como el diseño, producción, comercialización, entrega y el soporte de sus productos o servicios, las cuales representan las actividades que proporcionan una visión clara y ordenada de los procesos internos de la empresa con el objetivo de destacar las actividades que aportan valor al producto o servicio final, al mismo tiempo permite identificar como están distribuidos los costos dentro de la empresa. Por otro lado, la cadena de valor está conectada con las actividades de los clientes y los proveedores, esto significa que una empresa debe considerar las acciones de sus proveedores y clientes.

En la cadena de valor es un concepto clave para analizar la estructura interna de una empresa y por ende las actividades que permiten generar ventajas competitivas, puesto que se descompone en distintas fases, forma un sistema interconectado que optimiza la creación de valor, cada fase añade un valor especifico que contribuye al resultado final. Se clasifica en dos categorías según su relación con el proceso

productivo. Las actividades primarias son aquellas que participan directamente en la creación física del producto, comercialización y servicios post venta. Por otro lado, las actividades de apoyo no están directamente involucradas en la producción, pero cumplen el rol de respaldar las operaciones principales.

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

La investigación es la fase esencial en cualquier proceso de diseño, ya que es la base para desarrollar ideas creativas y solidas. Antes de iniciar el proceso de creación, es importante investigar y comprender a fondo el mercado al que va dirigido el producto, ya que esto guía todo el proceso creativo, una vez identificado el público objetivo, se exploran referentes históricos y culturales, además de analizar tendencias actuales, a partir de estas influencias, se extraen elementos importantes como colores, texturas, formas, volúmenes y siluetas que serán incorporados en el diseño. Toda esta información se organiza visualmente en moodboard, que actúan como herramientas en la fase de creación, especialmente el desarrollo de bocetos (Seivewright, 2013).

El proceso empieza con una investigación bibliográfica exhaustiva del poncho rojo de Chibuleo, donde se analiza colores y significados para el pueblo indígena. Luego se profundiza en las características culturales del poncho mediante entrevistas con los taytas y artesano del pueblo, quienes aportan información clave sobre los significados de los colores. Paralelamente se analiza gustos y preferencias de los usuarios. En la fase de diseño y bocetaje se conceptualizan las prendas, tomando como inspiración de los colores del poncho. Además, se define la paleta de colores y las telas manteniendo un balance entre lo tradicional y lo moderno. Posteriormente se define los diseños y se procede al patronaje donde se crean los moldes para cada prenda, esta etapa es importante para garantizar que las piezas tengan un ajuste y proporciones correctas.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Para la adquisición de materia prima e insumos de la propuesta, se lleva a cabo luego de un análisis de proveedores locales ubicados en la provincia de Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato.

Proveedor de textiles

Para la confección de productos, se selecciona la tienda Comercial Vizu, reconocida por ofrecer una amplia gama de textiles de calidad.

Proveedor de insumos

Los insumos complementarios necesarios para la confección, como hilos, botones, cierres, agujas y tijeras, se adquieren en dos establecimientos principales. Centro comercial Yolanda Salazar: conocido por su gran oferta de insumos de costura, es proveedor clave para la obtención de tijeras. Comercial la Tranca: será proveedor de materiales como cierres de buena calidad, botones, hilos, pulidor, tizas, alfileres, agujas y un metro.

3.2.2.3 Eslabón de producción

En la etapa de producción, primero se realizan los patrones de las prendas, luego se realiza el corte de telas usando los patrones generados anteriormente, posteriormente, se marca y corta la tela. Dependiendo del diseño, las piezas pueden requerir técnicas adicionales, como bordados, que se realizan antes de que las piezas sean ensambladas. Finalmente, en la confección, las piezas cortadas se ensamblan, se añada detalles decorativos y se supervisa la calidad de las costuras y acabados, posteriormente, se procede con el bordado manual. En el proceso de posproducción, las prendas se someten a pulido y planchado para mejorar presentación para luego ser fotografiada para posteriormente realizar marketing digital, con un diseño atractivo.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

El objetivo principal del proyecto es lograr una exitosa comercialización del producto, garantizando su aceptación y fidelización por parte del público. Por eso, el proyecto contempla lanzar diferentes estrategias de comercialización para alcanza el reconocimiento de la marca.

- En cuanto a la comercialización del producto, se proyecta a largo plazo, un punto de venta propio.
- El proyecto también se enfocará en ofrecer un valor agregado, ofreciendo prendas que incluirán detalles únicos inspirados en el significado del poncho rojo de Chibuleo. A largo plazo se busca colaborar con artesanos de la comunidad para que aporten técnicas tradicionales de tejido en ciertos acabados, haciendo que cada pieza sea exclusiva, por ende, ayudara a dar más visibilidad al pueblo. Además, se pretende hacer etiquetas de cartón en donde se visualice la información del cuidado de la prenda, y el nombre de la persona que haya intervenido en su elaboración. Además, si el usuario es un cliente habitual de los productos de la marca, obtendrá descuentos en sus compras. Se brindará el servicio de reparación dos veces en un año, para que el producto sea usado por más tiempo.
- En cuanto a las estrategias de comunicación, se aprovecharán las redes sociales y se subirá fotografías de los productos, mostrando la historia detrás de cada diseño y resaltando los valores culturales y artesanales que representan. Esto permitirá crear un vínculo entre los consumidores y los usuarios además que permitirá posicionar la marca en el mercado.

CAPÍTULO IV
MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

La población de estudio, es un grupo definido y accesible de personas que se elige para investigar, el cual debe cumplir con criterios, como quienes pueden o no participar, estos criterios llamados de legibilidad, define quienes son aptos para el estudio. Existen dos tipos de muestreo: el probabilístico, que usa métodos estadísticos y el no probabilístico, que no los utiliza. Al principio de la investigación, se debe calcular cuantas personas serán necesarias para cumplir los objetivos, lo que se conoce como el tamaño de la muestra (Arias, Villasís, & Miranda, 2016).

En el marco de este proyecto, se considera importante contar con la información de diferentes grupos clave. Por un lado, están los usuarios, quienes representan el público objetivo al que se dirige la colección. Por otro lado, se encuentra con la participación activa de los taytas y artesano del pueblo, quienes tienen un amplio conocimiento sobre los elementos, colores y formas que caracterizan el poncho rojo de Chibuleo. La colaboración de estos grupos es clave para asegurar que los elementos y significados más importantes del poncho se integren de manera significativa en las nuevas prendas, uniendo así tradición y moda actual.

Variable **psico**gráfica	
Estilo de vida	Se distingue por un estilo de vida activo y en constante conexión con el entorno urbano, mostrando un interés por la cultura, la moda y las experiencias propias de la ciudad moderna, además de estar siempre al tanto de sus redes sociales.
Percepción de valor	Tiene una personalidad extrovertida, creativa y poco tradicional. Además, busca la autenticidad y la expresión de su identidad tanto en su manera de vestir como en su estilo de vida.
Motivos y comportamiento de compra	Tiene una mentalidad abierta y están dispuestos a asumir riesgos al probar con nuevas experiencias.
Intereses y aficiones	La inclinación hacia elementos auténticos y significativos en su vestimenta, reflejan un vínculo con la identidad cultural, mostrando su aprecio por las tradiciones que caracterizan a la comunidad indígena.

Tabla 13:*Variable psicográfica.*
Fuente: Elaboración propia

Variables de uso y beneficio	
Búsqueda de beneficios en los productos.	Buscan beneficios que incluyan autenticidad y conexión cultural, asi como la calidad de los textiles.
Frecuencia de uso	La frecuencia de uso puede variar según el contexto, pueden ser utilizadas en ocasiones formales como informales.
Cantidad de compra	Depende de la disponibilidad de productos de la respuesta del mercado. Los usuarios valoran la autenticidad y pueden adquirir varias prendas a la vez.
Interés por el precio	Puede variar dependiendo de las consumidoras; sin embargo, si valoran la cultura pueden estar dispuestas a pagar un precio racionable. Ofrecer precios justos, asi como resaltar la calidad y significado de las prendas, pueden ayudar a mitigar la sensibilidad al precio.

Tabla 14:*Variables de uso y beneficio.*
Fuente: Elaboración propia

Marketing Mix

Marketing Mix	
Producto	**Precio**
• La colección de indumentaria casual incluirá prendas cómodas, funcionales y alineadas con una reinterpretación adecuada • Las prendas deben ser contemporáneas, reflejando el gusto de mujeres usuarias de la empresa Wiñay.	• Precio basado por la exclusividad, la calidad de los materiales y significado cultural de cada prenda. • Se maneja un precio justo que reconozca el trabajo artesanal de cada prenda sin dejar de ser accesible para el público objetivo.
Plaza	**Promoción**
• La colección estará disponible en tienda física permitiendo que las clientas exploren el producto directamente, lo que mejora la experiencia de compra. Además de una tienda en línea, ya que varias consumidoras optan por realizar compras digitales.	• Estrategias publicitarias atractiva en canales digitales, enfocadas en destacar la historia detrás de cada prenda, con el objetivo de generar conexión y captar la atención de potenciales clientas.

Tabla 15: *Marketing Mix, análisis de las 4P*
Fuente: Elaboración propia

4.1.1 Modelo de encuestas y/ entrevistas

Entrevista semiestructurada a Artesano de Chibuleo

Universidad Técnica de Ambato Facultad Diseño y Arquitectura Carrera de Diseño Textil e Indumentaria		
FORMATO DE ENTREVISTA A ARTESANO DE CHIBULEO		
01	**Objetivo:**	Obtener información sobre las características y significados del poncho rojo del Chibuleo.
	Instrucciones:	Leer y analizar cada una de las preguntas planteadas y responder con claridad.
Preguntas		
1. ¿Por qué el poncho rojo de Chibuleo es de color rojo?		
2. ¿La forma del poncho tiene algún significado que vaya más allá de la identidad?		
3. ¿Qué fibras usa para la elaboración del poncho?		
4. ¿Cómo obtiene la materia prima para la elaboración del poncho?		
5. ¿Cuánto tiempo tarda en elaborar un poncho?		
6. ¿Ha habido cambios en los materiales del poncho con el paso del tiempo?		
7. ¿Qué maquina utiliza para el tejido?		
8. ¿Cómo teje el poncho?		
9. ¿De qué color son las franjas que tiene el poncho?		
10. ¿Qué significa cada color de las franjas del poncho?		
11. ¿Siempre se ha utilizado las franjas de los costados del poncho?		
12. ¿Hay variaciones en las franjas y el uso de los colores?		
13. ¿Cuál es el precio del poncho?		
14. ¿Qué diferencia al poncho rojo de Chibuleo de otros ponchos?		

Tabla 16:*Modelo de entrevista a artesano de Chibuleo.*
Fuente: Elaboración propia

Universidad Técnica de Ambato **Facultad Diseño y Arquitectura** **Carrera de Diseño Textil e Indumentaria**		
FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A TAYTAS DE CHIBULEO		
2	**Objetivo:**	Obtener información sobre las características y significados del poncho rojo del Chibuleo.
	Instrucciones:	Leer y analizar cada una de las preguntas planteadas y responder con claridad.
Pregunta		
1. ¿Quienes usan el poncho rojo de Chibuleo? ¿Y el resto de personas que utilizan en lugar del poncho?		
2. ¿Cómo eran los ponchos cuando usted era niño, y como son los de ahora?		
3. ¿Por qué razón usa el poncho? (protegerse del frio o más bien por tradición)		
4. ¿Cree que es importante que las nuevas generaciones sigan usando el poncho? ¿Por qué?		
5. ¿Con el paso del tiempo ha observado cambios en el uso del poncho? ¿Qué cambios ha observado?		
6. ¿Qué opina de los cambios que ha tenido el poncho rojo de Chibuleo?		

Tabla 17: *Modelo de entrevista a taytas de Chibuleo.*
Fuente: Elaboración propia

Universidad Técnica de Ambato **Facultad Diseño y Arquitectura** **Carrera de Diseño Textil e Indumentaria**		
ENTREVISTA A USUARIAS DE LA EMPRESA WIÑAY		
3	**Objetivo:**	Obtener información sobre gustos y preferencias de los usuarios
	Instrucciones:	Leer y analizar cada una de las preguntas planteadas y responder con claridad.
Pregunta		

1. ¿Qué prendas además de su indumentaria indígena compra usted? ¿Qué le gusta de ellas?
2. Además de sus prendas tradicionales indígenas ¿Prefiere que su ropa sea más ajustada o suelta? ¿Por qué?
3. ¿Qué opina sobre la creación de prendas de vestir en base a una nueva versión del poncho rojo de Chibuleo, pero con una forma más actual?
4. ¿Qué elementos le gustaría incorporar o ver en una nueva versión del poncho? (mangas, cuello, bolsillos, capuchas)
5. ¿Cuál es el elemento más significativo que le gustaría que se mantenga en una nueva versión del poncho? (color, forma, tamaño)
6. ¿Por qué le gustaría que se mantenga ese elemento?
7. ¿En qué tipo de ocasiones le gustaría usar prendas de vestir en base a una nueva versión del poncho? (Fiestas, diario, eventos formales)
8. ¿Qué aspectos son más importantes al momento de comprar ropa? (precio, comodidad, diseño, calidad)

Tabla 18:*Modelo de entrevista a usuarias de la empresa Wiñay.*
Fuente: Elaboración propia

4.2 Selección de la muestra

4.2.1 Población y Muestra

La población se refiere a un conjunto de personas, datos, objetos o situaciones que tienen algo en común y sobre los que se desea obtener información. Existen dos tipos de población, la finita e infinita. La primera es aquella que es posible contar o identificar. En contraste, la población infinita estará formada por un gran número de participantes que no pueden ser contadas físicamente (López, 2004).

La muestra es un subgrupo de la población, es decir la muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto con características definida conocidas como población. Este método puede ser probabilístico, si se busca que la muestra sea estadísticamente representativa, lo que indica que todas las personas de una población tienen la misma oportunidad de ser seleccionados, o

no probabilístico, cuando los casos se eligen por objetivos específicos (Hernández; Fernandez & Baptista, 2014).

4.2.2 Tipo de muestra

Muestra no probabilística

La muestra no probabilística no se fundamenta en principios de probabilidad. En este tipo de muestreo, la elección de los elementos no se elige al azar, en este tipo de muestreo los elementos se seleccionan en función de características específicas de la población que se está estudiando. Esto significa que las posibilidades de que alguien sea elegido dependen de sus características, lo que lleva a una muestra que no refleje de manera exacta a toda la población (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Para el proyecto se ha optado por una muestra no probabilística. Esta elección de participantes permite un control más específico y facilita la selección de participantes, como las usuarias de la empresa, los taytas y el artesano de la comunidad, quienes poseen conocimiento sobre el significado cultural del poncho. Este tipo de muestra resulta adecuado para recopilar información relevante y detallada de informantes clave con conocimiento y experiencias destacadas.

4.2.3 Tipo de muestreo

Por conveniencia

El muestreo por conveniencia es una técnica de selección no aleatoria que suele presentar sesgos. Este método se basa en elegir a los participantes en función de su facilidad de acceso, sin recurrir a criterios estadísticos. En consecuencia, no todos los miembros de la población tienen las mismas oportunidades de ser incluidos, lo que puede generar errores en las conclusiones al generalizar los resultados obtenidos en la muestra al conjunto total de la población (Casal y Mateu, 2003).

Unidad de análisis	Población	Muestra	Técnica	Instrumento
Sujeto	Tejedor del poncho rojo de Chibuleo	1	Entrevista semiestructurada	Cuestionario
	Taytas de Chibuleo	3	Entrevista semiestructurada	Cuestionario
	Mujeres indígenas usuarias de la empresa Wiñay	7	Entrevista semiestructurada	Cuestionario

Tabla 19: *Selección de la muestra*
Fuente: Elaboración propia

4.3 Técnicas de Estudio

Enfoque metodológico

Los enfoques metodológicos son esenciales para guiar al investigador, ya que según lo planteado por Zúñiga et al. (2023), estos determinan la perspectiva desde la cual se lleva a cabo una investigación. También ayudan a decidir que metodología emplear y que tipo de análisis realizar para guiar el proceso investigativo. Existen varios tipos de enfoques metodológicos: el metodológico, que se centra en analizar información subjetiva, como emociones u opiniones, avanzando de lo particular a lo general; el cualitativo, que examina datos y mediciones numéricas; y el mixto, que integra ambas perspectivas para facilitar una visión más completa.

Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo se basa en un proceso secuencial, empezando con una idea que se convierte en preguntas y luego en hipótesis. Estas hipótesis se prueban recolectando y calculando datos, generalmente en forma de números y posteriormente analizarlos con herramientas estadísticas. El objetivo se enfoca en identificar patrones, frecuentes y relaciones entre variables para poder aplicarlos a un grupo más grande. Se trabaja de manera rigurosa buscando reducir el margen de error, usando un marco teórico que guie el estudio. Al final, se comprueba si las

hipótesis son correctas y así generar conocimientos más precisos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En el proyecto sobre la creación de una línea de indumentaria femenina inspirada en la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, este enfoque cualitativo permitirá explorar las percepciones, experiencias y significado asociados a esta prenda tradicional, tal y como han sido vividos y expresados por los artesanos y miembros de la comunidad indígena. Al examinar el poncho desde la perspectiva de los involucrados en la creación y uso, se puede identificar con mayor precisión los elementos, simbólicos y estéticos que deben ser incorporados en el diseño de la nueva colección, promoviendo así una incorporación autentica de la cultura indígena a través de la moda

Entrevistas

Según Díaz (2013), la entrevista es una herramienta muy útil en una investigación, esta se define como una conversación que se propone con un fin determinado. Se trata de un dialogo entre el investigador y la persona estudiada para obtener respuestas sobre un tema en particular. Además, una entrevista es mejor que un cuestionario porque esta recoge información más completa y detallada y permite aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles. Una entrevista es especialmente útil en estudios exploratorios y descriptivos, y para diseñar herramientas de recolección de datos. En cualquier modelo de entrevista cualitativa, se busca obtener información precisa sobre un tema específico y comprender las opiniones que los entrevistados aportan. Para lo cual existe diferentes tipos de entrevista, los que más destacan son:

Entrevista estructurada: se fijan con antelación, en un orden determinado y contienen un conjunto de categorías u opciones para que el entrevistado elija. Se aplica rígidamente a todas las materias de estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, lo que facilita la clasificación y el análisis, además presenta alta objetividad y confiabilidad. Su desventaja es la falta de flexibilidad que conlleva la

falta de adaptación al tema entrevistado y menor profundidad en el análisis (Días, 2013).

Entrevistas semi estructuradas: presentan un mayor grado de flexibilidad que las estructuradas, porque se basan en preguntas planificadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los temas con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reduciendo la formalidad (Días, 2013).

Entrevistas no estructuradas: son más informales, más flexibles y se planifican de forma que se puedan adaptar a los temas y condiciones. Los sujetos son libres de ir más allá de las preguntas y pueden desviarse del plan original. Su desventaja es que puede presentar vacíos en la información necesaria para la investigación (Días, 2013).

Para veneficio de la investigación, se utilizará entrevistas semiestructuradas con la comunidad indígena, ya que permite un equilibrio ideal entre estructura y flexibilidad. Este enfoque permite adaptar las preguntas según las respuestas y el contexto de cada entrevistado, fomentando un diálogo más natural y profundo. Además, facilita la aclaración de términos y la resolución de preguntas que puedan surgir, contribuyendo a la obtención de datos más amplios y específicos, esenciales para una comprensión completa y precisa de la comunidad estudiada.

4.4 Elaboración e interpretación de datos

Resultado de entrevistas dirigidas a artesano tejedor del poncho rojo de Chibuleo

RESULTADO DE ENTREVISTAS DIRIGIDAS A ARTESANO TEJEDOR DEL PONCHO ROJO DE CHIBULEO		
Pregunta	**Informante 1**	**Síntesis**
Nombre	José Sisa	
Procedencia étnica	Indígena	/
Edad	69	/
Procedencia	San Francisco de Chibuleo	
¿Por qué el poncho de Chibuleo es de color rojo?	José Sisa, único artesano en Chibuleo, destaca que el poncho "significa coraje, rebeldía, la llegada de los españoles, también indica que los indígenas y españoles se no quedaban con las manos cruzadas, también peleaban. Entonces, significa una pelea, un coraje, sangre" (entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Simboliza coraje, rebeldía, pelea, y sangre.
¿La forma del poncho tiene algún significado que vaya más allá de la identidad?	Según José Sisa, artesano de la comunidad, el poncho no solo es un símbolo de identidad cultural "incluso se puede medir un terreno, coge un metrito, y mide" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El poncho es un símbolo de identidad cultural que sirve para medir terrenos.
¿Qué fibras usa para la elaboración del poncho?	"Más trabajo con materiales importados" señala, sin embargo, cuando los ponchos se confeccionan con lana de borrego el proceso es mucho más extenso "es un proceso grande, primero vienen los clientes, ven que clase de poncho les gusta" de acuerdo a esto el artesano va a comprar los materiales para empezar la elaboración del poncho (entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Se usa materiales importados y lana de borrego.
¿Cómo obtiene la materia prima para la elaboración del poncho?	El proceso de elaboración inicia "de acuerdo al gusto del cliente, nosotros vamos a comprar el hilo en Guano, provincia de Chimborazo o a su vez en Salinas, halla hay fabricas grandes, ahí hay hilanderías, entonces nosotros compramos en color blanco, nosotros mandamos a tinturar en Salasaca, es un proceso, en Salasaca tinturan y nosotros vamos a retirar", además indica que, la lana de borrego la consigue en Guaranda o Guano (entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Se adquiere el hilo en Guano, provincia de Chimborazo o en Salinas. Asi mismo, la lana de borrego se la consigue en Guaranda o Guano y posterior mente se envía a tinturar en Salasaca

¿Cuánto tiempo tarda en elaborar un poncho?	"Poncho en lana de borrego asi es demoroso, dos semanas me demoro porque se rompe rápido hay que tejer con cuidado, hay que golpear despacito nomas asi entre hilos" sin embargo en el material importado indica que "esos son duros, esos no hay problemas, nosotros golpeamos, rápido tejemos, ese se termina en una semana" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Con lana de borrego tarda dos semanas y con el material importado una semana
¿Ha habido cambios en los materiales del poncho con el paso del tiempo?	Con el paso del tiempo si habido cambio en los materiales del poncho, sin embargo, se indica que "por el momento los jóvenes más que todo, están gustando color de nuestros abuelos, antepasados" por lo que es notable el cambio en los materiales ya que antes se hacía ponchos solo con lana de borrego, sin embargo, en la actualidad también se usan materiales importados ya que son más baratos" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Existe cambio en los materiales, anteriormente se usaba lana de borrego y en la actualidad materiales importados.
¿Qué máquina utiliza para el tejido?	"Telar grande asi en esqueleto" posteriormente "hay que conseguir en otro lado los lisos", los lisos son "unos alambres torcidos, o a su vez unos alambrecitos que tienen hueco, estos alambres hay que conseguir por miles, cientos, de acuerdo al ancho que queremos tejer" también indica que se usa lisos, peines y lanzaderas, que se consiguen en Otavalo, o Ibarra (entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Se usa un telar grande el cual tiene unos lizos, estos lizos son alambres torcidos
¿Cómo teje el poncho?	Tejo el poncho usando el conocimiento que me enseñaron, me siento atrás del telar y primero pongo los hilos dependiendo del pedido y empiezo a tejer. Paso los hilos por a dentro de todos los hilos que están en el telar y luego aprieto para que no se queden flojos (entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Primero se organiza los hilos y se sienta atrás del telar para empezar a tejer
¿De qué color son las franjas que tiene el poncho?	"Hay diferentes, más que todo azul, verde, rosado, tomate, café, blanco, eso lleva" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Azul, verde, rosado, tomate, café, blanco.
¿Qué significa cada color de las franjas del poncho?	Sisa (2024) indica que "El color blanco, significa paz y amistad, el color verde, las plantas y la naturaleza, el azul, las nubes, el amarillo y tomate el sol, el café, la tierra, la cangahua" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Blanco: paz, amistad Verde: plantas y naturaleza Azul: nubes Amarillo, tomate: sol Café: tierra, cangahua
¿Siempre se ha utilizado las franjas de los costados del poncho?	El artesano expresa la importancia de las franjas del pocho "Deley, eso es obligación, si no ya no somos de Chibuleo", afirma. (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Siempre se han usado las franjas y se siguen usando
¿Hay variaciones en las franjas y el uso de los colores?	El artesano, indica que actualmente las personas las personas llegan con su propio diseño "por el momento la gente, viene con diseños: a mí me gusta ese color, deme tejiendo, eso es gusto de cada quien ya", comenta. Además, señala que el ancho de las franjas también es una elección personal, "algunas franjas son anchas, porque nuestros abuelos utilizaban asi anchas" aclara el artesano. Además, destaca que, en la actualidad, los profesionales mandan hacer el poncho con las franjas más	Las franjas se han mantenido durante el paso del tiempo al igual que los colores, de igual manera el ancho de las franjas suele cambiar el ancho.

	anchas y prefieren que el poncho sea más grande y ancho (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	
¿Cuál es el precio del poncho?	Los ponchos de lana de borrego son más costosos ya que conlleva mucho tiempo de fabricación explica el artesano, mostrando un poncho "este ponchito cuesta 120 dólares" en cambio un poncho realizado con material importado suele tener un costo menor "es más barato, un ponchito de eso cuesta 40 dólares" aclara el artesano (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Los ponchos hechos con lana de borrego cuestan 120 dólares y los que son hechos con materiales importados 40 dólares
¿Qué diferencia al poncho rojo de Chibuleo de otros ponchos?	Se diferencia las franjas más que todo "se identifica, por las franjas" (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Se diferencia por las franjas

Tabla 20: *Información recadada de entrevista a artesano del poncho rojo de Chibuleo.*
Fuente: Elaboración Propia

Conclusión

El poncho rojo de Chibuleo representa coraje, rebeldía y lucha, evocando episodios históricos como la resistencia indígena frente a la llegada de los españoles. Según el único artesano de la comunidad, su característico color rojo evoca coraje, rebeldía y lucha. Este color rememora los enfrentamientos históricos entre indígenas y colonizadores, y representa la sangre derramada. La forma del poncho, por su parte, tiene un significado que va más allá de la identidad visual. Además de ser una prenda que se usa diario, es un objeto funcional que los habitantes de Chibuleo utilizan para medir terrenos.

Los colores de las franjas que se ubican a los costados del poncho también poseen un significado en cada color, el blanco: paz y amistad, el verde: plantas y naturaleza el azul: nubes, el amarillo y tomate: sol y el café: tierra, cangahua. Además, las franjas laterales son elementos distintivos que no solo identifican al poncho como originario del pueblo Chibuleo, sino que ha sufrido adaptaciones contemporáneas, como el ancho de las franjas, dependiendo de las preferencias de los clientes.

En términos de elaboración, el poncho se confeccionaba únicamente con lana de borrego sin embargo el uso de materiales importados ha ganado terreno debido a su menor costo. El proceso de fabricación sigue siendo manual y arraigada a conocimientos heredados, desde la compra de materiales en localidades como

Guano, Salinas, Guaranda, hasta el tinturado en Salasaca. Para realizar el tejido se emplea un telar el cual cuenta con lizos de metal y peines, los cuales son conseguidos en Otavalo e Ibarra. Es importante destacar que, debido al trabajo artesanal realizado por los artesanos y al uso de materiales naturales, el poncho alcanza un costo de 10 dólares. En cambio, cuando se emplean materiales importados, el valor disminuye a unos 40 dólares, ya que estos requieren un proceso de obtención menos laborioso.

Resultado de entrevistas dirigidas a taytas de Chibuleo

RESULTADO DE ENTREVISTAS TAYTAS DE CHIBULEO				
Pregunta	**Informante 1**	**Informante 2**	**Informante 3**	**Síntesis integral**
Nombre	Rogelio Washco	Francisco Pacari	José Lligalo	
Edad	80	65	79	De 62-86
Procedencia étnica	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena
Procedencia geográfica	San Luis de Chibuleo	San Francisco de Chibuleo	San Francisco de Chibuleo	Pertenecen a comunidades de Chibuleo
¿Quienes usan el poncho rojo de Chibuleo? ¿Y el resto de personas que utilizan en lugar del poncho?	Rogelio Washco, expreso con firmeza que "todos los indígenas de Chibuleo", además menciono que "los jóvenes si usan, por ejemplo, en Mushuc Runa, toditos usan", esto refleja una conexión cultural entre las nuevas generaciones, quienes toman elementos tradicionales mientras se encuentran en constante cambio (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta explica que "todos los indígenas", menciona que esta costumbre no solo muestra su forma de vivir, sino también quienes son y los valores que pasan de padres a hijos (Entrevista a Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Jose LLigalo explica que "usamos los de Patalo alto, Pilahuín, Tamboloma, y Chibuleo" y destaca a Chibuleo como inventor desde hace 50 años. Además, menciona que tanto los jóvenes como los mayores continúan usando el poncho "Si, si usamos hasta ahora, la juventud también, a la fiesta obligado vamos a reunir con poncho rojo" menciona. Sin embargo, indica que debido al cambio de clima el uso cotidiano del poncho ha disminuido.	Los taytas resaltan que todos los indígenas de Chibuleo usan el poncho rojo incluido Patalo alto, Pilahuin y Tamboloma. Además, mencionan que lo jóvenes también usan el poncho, pero debido al clima el uso del poncho ha disminuido.
¿Cómo eran los ponchos cuando usted era niño, y como son los de ahora?	Recordando su pasado el tayta mencionó, ponchos "blancos era ahí", refiriéndose a que en una época los ponchos blancos eran una prenda importante en la vestimenta del pueblo. Por otro lado, en la actualidad menciona que los ponchos se mantienen en color rojo (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta recordó con nostalgia: "ahí era poncho blanco". Con esta frase, enfatizo que, en aquellos tiempos, el poncho blanco era la prenda tradicional, utilizado en ocasiones importantes. En la actualidad, según menciona, el poncho rojo es el que más se usa (Entrevista a Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta recuerda su infancia y el tipo de poncho que usaba "Cuando era yo niño, ponchito blanco, chiquitico era, pura lana de borrego" Además, indica que había otro que "era blanco y negro, ese se llamaba puso". En la actualidad, según indica, el poncho rojo ha tomado protagonismo, mientras los antiguos ponchos blancos se guardan "como reliquia" (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	La mayoría de los taytas mencionan que cuando eran niños los ponchos eran de color blanco. Además, mencionan que en la actualidad se usa el poncho rojo.

¿Porque razón usar el poncho? (protegerse del frio, o más bien por tradición)	El tayta explica que independientemente del clima, usa el poncho por identidad, "tradición, nuestra cultura, por ejemplo, ahorita no está frio, pero ya nosotros ya ponemos" (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024) (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Durante la entrevista, el tayta explicó que el poncho tiene doble función, menciona que es fundamental "para proteger del frio". Pero además se ser practico, señalo que es una "tradición también", una costumbre que va más allá de la necesidad (Entrevista a Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta indica que el poncho se usaba principalmente "por el frio mismo". Sin embargo, recordó como "hace 20 años apareció el orlón" con este cambio nuevas prendas comenzaron a incorporarse adaptándose a diferentes climas y actividades (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Los taytas concuerdan que el poncho es usado por tradición y para protegerse del frio.
¿Cree que es importante que las nuevas generaciones sigan usando el poncho? ¿Por qué?	Durante el tayta destaco lo importante que es mantener vivas las tradiciones, explica que "es importante pues" seguir usando la ropa. Indica que es importante "para que no pierda la tradición", con lo que destaca que el pueblo busca que las nuevas generaciones sigan conectadas con su cultura (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	En la entrevista, el tayta respondió con firmeza: "claro". Explico que esta prenda mantiene su valor "porque es típica", para él, el poncho no es solo una prenda, sino un símbolo que representa quienes son (Entrevista a Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	José indica que es importante que los jóvenes usen el poncho por lo que manifiesta que las personas de la tercera edad de su pueblo dicen "no desaparecer nuestra cultura, nuestra vida, nuestro idioma, nuestra medicina, nuestra comida" ya que indica que todo esto se debe conservar (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Enfatizan la importancia de que los jóvenes sigan usando poncho para preservar la cultura en las nuevas generaciones.
¿Con el paso del tiempo ha observado cambios en el uso del poncho? **¿Qué cambios ha observado?**	El tayta habla sobre la continuidad en el uso del poncho rojo en el pueblo, afirma que "no hay cambios, siempre utilizamos, siempre la cultura de nosotros ya es asi ya", para él, el poncho rojo forma parte de su identidad actual, sin tomar en cuenta que en el pasado se usaba el poncho blanco (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta, indica que si hay cambios y recordó como "más antes era poncho blanco" el que predominaba en su pueblo. Explico que, con el tiempo, se dio un cambio significativo "ahora usamos poncho rojo" para el representa un cambio ya que antes tenía un color blanco, sin embargo, el poncho sigue siendo un símbolo importante, aunque ahora tenga otro color (Entrevista a	Don José expreso la importancia que los jóvenes mantengan la tradición. Comento que los mayores de su comunidad indican que es importante "no desaparecer, nuestra cultura, nuestra vida, nuestro idioma, nuestra medicina, muestra comida", además indica que antes el poncho era de color blanco, pero ahora es de color rojo, enfatizando que estos elementos deben ser preservados (Entrevista a José	La mayoría de taytas indican que, si hay cambios en el poncho, ya que antes era de color blanco, pero en la actualidad es de color rojo.

		Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	
¿Qué opina de los cambios que ha tenido el poncho rojo de Chibuleo?	Durante la entrevista, el tayta indica su punto de vista sobre los cambios externos que ha tenido el poncho, los cuales afectan al a su pueblo, comentando que estos "son malos para nosotros", esta afirmación refleja la importancia que le otorga a su cultura (Entrevista a Rogelio Washco, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	El tayta expreso su preocupación diciendo: "es malo, ya que no debemos perdernos la típica". Con esto, quiso enfatizar la importancia de mantener las tradiciones y costumbres de su pueblo (Entrevista a Francisco Pacari, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Indica con un tono de molestia, que los cambios no son buenos y pone de ejemplo el uso de camisas y jeans "ponen camisas de colores, entonces se va deformando" indica, dando a conocer su molestia por el desuso del poncho rojo (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024).	Indican que los cambios que ha tenido el uso del poncho son malos porque se pierde lo típico.

Tabla 21: *Información recabada de entrevistas a taytas de Chibuleo.*
Fuente: Elaboración propia

Conclusión

La información obtenida de los taytas a través de las entrevistas la importancia del poncho rojo de Chibuleo como un símbolo cultural, tanto en el pasado como en el presente, pero evidenciando cambios en el color. Según los testimonios, el poncho rojo es utilizado principalmente por los mayores y jóvenes del pueblo Chibuleo especialmente en fiestas es obligatorio, sin embargo, factores como el cambio climático han reducido su uso cotidiano.

En el pasado, los ponchos que predominaban eran los de color blanco, actualmente, el poncho rojo ha tomado protagonismo, aunque los ponchos blancos se conservan como reliquia. Este cambio refleja una evolución dentro de la tradición, manteniendo al poncho como un elemento de identidad, sin embargo, los taytas indican que estos cambios que ha tenido el uso del poncho son malos porque se pierde una prenda propia del pueblo. Asimismo, los taytas resaltan que los motivos para usar el poncho trascienden la funcionalidad de proteger del frio, ya que también indican que lo usan como parte de su tradición de la cultura de los Chibuleo. Según los taytas enfatizan en la importancia del uso del poncho en los jóvenes con el objetivo de preservar la cultura en las nuevas generaciones.

Resultado de entrevistas dirigidas a usuarias de la empresa Wiñay.

RESULTADO DE ENTREVISTAS A USUARIAS DE LA EMPRESA WIÑAY								
Pregunta	**Informante 1**	**Informante 2**	**Informante 3**	**Informante 4**	**Informante 5**	**Informante 6**	**Informante 7**	**Síntesis integral**
Nombres	Sumak Portero	Beatriz Muntza	Diana Chimborazo	Jenny Capuz	Hilda Lligalo	Luisa Toalombo	Bilma Pombosa	/
Edad	25	26	27	30	32	35	24	25-35
Procedencia étnica	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena	Indígena
Procedencia geográfica	Santa Rosa de Ambato	San Luis de Chibuleo	Santa Rosa Ambato	Ambato	Totoras Ambato	Santa Rosa Ambato	Izamba Ambato	Pertenecen a parroquias de Ambato
¿Qué prendas además de su indumentaria indígena compra usted? ¿Qué le gusta de ellas?	-Chaquetas -Abrigos -Chompas -Chalecos Le gusta el diseño también que le abrigue en los días fríos	-Abrigos, -Chompas Le gusta colores y estilo	-Pantalones -Blusas -Busos -Camisas Le gusta la comodidad	-Chaquetas -Zapatos -Bolsos La comodidad	-Compra -Chaquetas Prefiere la calidad	-Abrigos -Chompas -Chaquetas Le gusta los bordados y los colores	-Chompas -Busos Le gusta la comodidad	La mayoría menciona que les gusta las chaquetas, abrigos y chompas
Además de sus prendas tradicionales indígenas ¿Prefiere que su ropa sea más ajustada o suelta? ¿Por qué?	A mí me gusta ajustada, si hace a su cuerpo a su medida, se hace una silueta bonita	Ajustada, no le gusta floja	Me gusta que sea ajustada y suelta también, porque me veo bien con ella y me siento a gusto	Ni tan ajustada ni tan suelta, que, de forma al cuerpo, porque se ve más elegante	Le gusta que sus prendas sean más sueltas ya que considera que le ayuda con el aspecto de su cuerpo	Me gusta más sueltas para hacer todo	Le gusta que sus prendas sean más sueltas ya que le gusta la comodidad y siente que son más ligeras de llevar	La mayoría de ellas mencionan que les gusta las prendas sueltas es decir que no marquen su figura.
¿Qué opina sobre la creación de prendas de vestir en base a una nueva versión del poncho rojo de Chibuleo, pero con una forma más actual?	Indica que es una idea super buena sin embargo menciona que algunas personas les pueden gustar y a otras no ya que están acostumbrados a ver el poncho en su forma original se han	Si me gustaría porque eso representa a la cultura	Se ve bien, pero deberían mezclarle, lo moderno con lo antiguo	Debería conservar las mismas raíces, y si es en una forma más actual que no sea extravagante	Es un abuena idea, siempre y cuando no cambie mucho, además que no le gustaría que las prendas sean demasiado sexis	Comenta que sería bueno ya que los jóvenes ya no usan el poncho tradicional.	Opina que sería super bonito ya que serían diseños más actualizados.	Todas comentan que les gustaría ver una nueva versión del poncho.

¿Qué elementos le gustaría incorporar o ver en una nueva versión del poncho? (mangas, cuello, bolsillos, capuchas)	Se puede jugar con los cuellos, pero "con mangas no le veo tan bonito"	Bordados, en el diseño	No le gustaría que tenga cambios, pero podría tener cuello	Le gustaría ver cómo queda los diseños con cuello	Sería bueno incorporar bolsillos por dentro de la prenda	Le gustaría que se incorpore bolsillos y mangas	Le gustaría incorporar cuello	La mayoría menciona que le gustaría que se incorpore cuello, mientas que las demás indican que les gustaría bolsillos y mangas
¿Cuál es el elemento más significativo que le gustaría que se mantenga en una nueva versión del poncho? (color, forma, tamaño	Me gustaría que se mantenga el color y el diseño que tienen las líneas	La forma	El color	Revela que el tamaño y la forma es algo que no debería cambiar.	Ya que el color es algo que identifica al pueblo menciona que el color es algo que no debe cambiar	El color	Considera que no se debería perder el color del poncho	La mayoría indica que le gustaría mantener el color y la forma.
¿Por qué le gustaría que se mantenga ese elemento?	Porque digamos si ustedes crean prendas nuevas, y no conservan los colores pues no quedaría con base al poncho sino quedaría con base al poncho, pero si se conserva los colores se puede conservar el poncho	Porque hoy en día ya cambia todo ya no es lo mismo	La nuestra tradición, lo que somos	Porque se ve elegante	Indica que le gustaría que se mantenga el color ya que este identifica a Chibuleo	Considera que con el color se identifica al pueblo	Considera que el color es super llamativo y es algo que no debería desaparecer	Indican que les gusta que se mantenga el color y forma porque este identifica a Chibuleo.
¿En qué tipo de ocasiones le gustaría usar prendas de vestir en base a una nueva versión del poncho? (Fiestas, diario, eventos formales)	En ocasiones especiales, como un matrimonio, un bautizo	En cualquier momento	Fiestas, en ocasiones especiales	En eventos sociales, fiestas, o saliendo a la calle	Matrimonio Fiestas Campañas y en la iglesia	Señala que le gustaría que le gustaría usar en toca clase de ocasión	Considera que lo usaría en eventos formales y fiestas	Consideran que usarían las prendas en ocasiones especiales y en toda clase de ocasiones.
¿Qué aspectos son más importantes al momento de comprar ropa? (precio, comodidad, diseño, calidad)	Para mí es la comodidad y la calidad	La calidad	El precio, la comodidad	La comodidad y calidad	Atención Calidad	Resalta que es importante el precio y la calidad	Considera que lo más importante es la calidad.	Consideran que lo más importante es la comodidad y la calidad.

	(Entrevista a Sumak Portero. Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Beatriz Muntza, Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Diana Chimborazo, Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Jenny Capuz, Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Hilda Lligalo, Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Luisa Toalombo, Ambato. Octubre de 2024).	(Entrevista a Bilma Pombosa, Ambato. Octubre de 2024).	

Tabla 22:*Informacion recabada de entrevistas a usuarias de la empresa Wiñay.*

Fuente: Elaboración propia

Conclusión entrevista realizada a los artesanos

En base a las entrevistas realizadas a las usuarias de la empresa Wiñay, se observa que buscan en sus prendas de vestir tanto funcionalidad como elementos que representen su cultural. Aunque prefieren ropa cómoda y de calidad, también valoran el diseño. Les agrada prendas como chaquetas, chompas y abrigos, especialmente para los días fríos y se percibe mayor preferencia por la ropa suelta, apreciando un balance entre lo moderno y lo tradicional.

La idea de crear una colección en base a la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo ha recibido aceptación, pero creen que es importante conservar elementos como el color y la forma, ya que estos reflejan su herencia cultural. Se sugiere una reinterpretación con detalles adicionales, como bolsillos o cuellos, pero mostraron reservas ante transformaciones exageradas. La mayoría considera que el color que identifica al pueblo de Chibuleo debe mantenerse para usarse en fiestas, eventos formales, reuniones y en su día a día.

Triangulación de datos

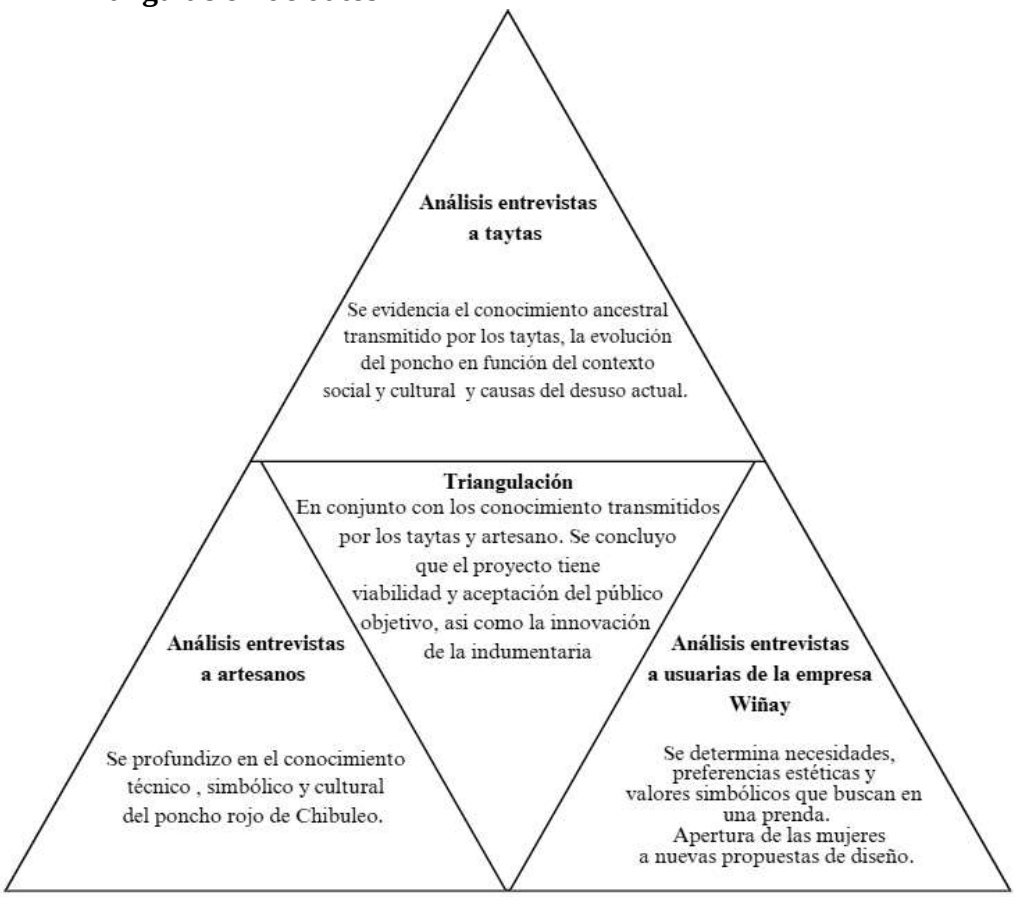


Tabla 23: *Triangulación de datos*
Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

En virtud a los resultados derivados, tras llevar a cabo una exhaustiva investigación que implico entrevistas a los taytas, artesano y mujeres de entre 25-35 años de edad, el contexto del proyecto sobre el diseño de indumentaria a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, se ha obtenido conclusiones significativas.

En primer lugar los taytas resaltan que en la antigüedad los ponchos eran de color blanco tal como lo indica Rowe (1998) que describe al poncho antiguo también llamado jirga, el cual era blanco con finas rayas negras y se lo elaboraba con lana de borrego, este poncho era largo y más largo que el poncho actual, en contraste a esta información, en las entrevistas realizadas por los taytas indican que los ponchos en su infancia eran de color blanco y eran tejidos con lana de borrego, de acuerdo con lo mencionado por él tayta José Lligalo (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024) este poncho ha quedado en desuso y algunos taytas lo conservan como reliquia, mientras que el poncho rojo ha ganado protagonismo, consolidándose como un elemento distintivo del pueblo Chibuleo.

Las entrevistas realizadas a los taytas revelan que el poncho va mucho más allá de su función utilitaria como prenda de vestir que protege del frio, en este caso estaríamos indicando la función utilitaria desde las palabras de Fernández (2015). No obstante, el poncho resulta ser un símbolo de identidad y fortaleza, como lo destaca el artesano José Sisa (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024), de acuerdo con sus testimonios el color rojo del poncho representa la sangre de los indígenas que lucharon contra los españoles, este simbolismo concuerda con lo descrito por Caluña (2008) en su libro los Chibuleo, donde explica que el rojo del poncho simboliza la valentía y el sacrificio del pueblo Chibuleo frente a la invasión de los españoles.

Según las entrevistas realizadas a los taytas, el pueblo mantiene en su memoria el uso del poncho blanco con líneas negras, hecha de lana de borrego dotado de un gran valor cultural, estas opiniones concuerdan con lo descrito por

Rowe (1898), que indica el uso del poncho blanco con finas líneas negras. No obstante, el tayta José Lligalo (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024), menciona que en la actualidad ya no se usa el poncho blanco y que los mayores lo guardan como reliquia, de esta manera coincide con las entrevistas de los demás taytas. Además, el artesano José Sisa (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024), indica que el proceso de confección del poncho, depende del material con el que se ha confeccionado, ya que, si es elaborado con lana de borrego, el proceso es mucho más largo y tedioso, a comparación del poncho fabricado con material importados (orión), el cual se tarda menos tiempo en su confección.

Por otro lado, el artesano José Sisa (Entrevista a José Sisa, Chibuleo San Francisco. Octubre de 2024), menciona que la obtención de materiales depende de la elección de los clientes, en la actualidad los jóvenes prefieren que los elaboren de lana de borrego e incluyen modificaciones en las franjas de los costados, las cuales varían de acuerdo al gusto de los clientes, por lo que se evidencia un notable cambio con lo mencionado por Sisa (2020), el cual indicaba que el poncho era confeccionado solo con lana de borrego.

Las franjas como menciona José Sisa, traen consigo un amplio significado en cada color, en concordancia con lo mencionado por los taytas indica que las franjas simbolizan el arcoíris por lo que cada significado este ligado a la naturaleza y elementos que rodea al pueblo, de esta manera se logra tener conceptos confiables del poncho ya que en la bibliografía vista anteriormente nadie menciona este significado o al menos no toma en cuenta las franjas, en este caso estaríamos indicando la función utilitaria y estética desde las palabras de Fernández (2015).

Adicionalmente, las entrevistas realizadas a las usuarias de la empresa Wiñay, las usuarias indican que es importante que los nuevos diseños conserven tanto el color como la forma del poncho, elementos que simbolizan la identidad de Chibuleo y sirven como punto de partida en el proceso de diseño como lo indica (Seivewright, 2013). Además, indican que prefieren prendas como chaquetas, y

abrigos, sin embargo, priorizando la calidad y la funcionalidad utilitaria, tal como describe Fernández (2015) en el concepto de función utilitaria de la indumentaria.

Adicionalmente, brindaron una perspectiva de diseño, ya que consideran atractiva la incorporación de elementos funcionales como cuellos y bolsillos, lo que refleja una preferencia por la función utilitaria sobre la función estética, tal como señala Fernández (2015). Este enfoque resalta la importancia de adaptarse a los cambios los cambios globales, que hoy en día toman mayor relevancia, como menciona (Seivewright, 2013). Por ello, es fundamental prestar atención a los detalles que las usuarias valoran, ya que estos aspectos pueden marcar la diferencia de la aceptación y éxito del diseño.

Respecto a la ocasión de uso, la mayoría de las usuarias de la tienda Wiñay, manifiestan interés en utilizar los diseños tanto en eventos sociales como en su vida cotidiana. Esta preferencia se alinea con el concepto de versatilidad del estilo casual propuesta por **(**Jaramillo, 2012), quien señala que los diseños pueden adaptarse a diversos contextos, reflejando así el deseo de las usuarias de adquirir prendas prácticas y funcionales.

.

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1 Cronograma de Producción

La planificación y la programación son etapas son importantes para llevar a cabo un proyecto, la planificación se centra en la distribución y asignación de recursos con el objetivo de cumplir objetivos establecidos, mientras que la programación pone en acción los planes, especificando donde y cuando se llevara a cabo las actividades. El cronograma de producción es entonces, un calendario detallado que indica las actividades planificadas y sirve como una herramienta clave para asegurar que las actividades se cumplan de manera ordenada y eficiente. Así, el cronograma ayuda a coordinar y controlar el trabajo asegurando que se logren los objetivos (Terrazas, 2011).

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN													
ACTIVIDADES		MES 1				MES 2				MES 3			
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Preproducción	Investigación (Tendencias, inspiración, concepto)												
	Bocetaje/ Selección de bocetos												
	Fichas técnicas												
Producción	Gestión de proveedores												
	Materiales e insumos												
	Pruebas de materiales												
	Patronaje												
	Ajustes de patrones												
	Despiece												
	Validación de patronaje y despiece												

	Pruebas y ajustes												
	Corrección de patronaje												
	Tendido												
	Marcada												
	Corte												
	Clasificación y numeración de piezas												
	Confección												
	Bordado manual												
	Control de calidad de prendas												
Postproducción	Pulido												
	Planchado												
	Etiquetado y empaquetado												

Tabla 24: *Cronograma de producción*
Fuente: Elaboración propia

5.2 Control de Calidad

El control de calidad se define como el conjunto de técnicas y procedimientos empleados por la dirección de una organización para guiar, supervisar y controlar todas las etapas necesarias para conseguir un producto que cumpla con los estándares de calidad esperados. Este proceso no se limita únicamente a papeleo o formulas estadísticas, ni se reduce al trabajo del departamento encargado de esta área. Es un componente integral que puede incluir herramientas como tablas de aceptación y métodos de control. Para una gestión empresarial informada, el control de calidad es una inversión estratégica que debe generar beneficios suficientes para justificar su implementación (Hansen y Ghare, 1989).

En este marco, el control de calidad resulta esencial para el desarrollo de la colección de indumentaria basada en la reinterpretación del poncho rojo de

Chibuleo. Desde el inicio del proceso, se definen criterios específicos que garantizan la calidad, abarcando la selección de materiales, la confección y los aspectos estéticos del diseño. Estos estándares se aplicarán tanto en la etapa de producción como en las fases posteriores, asegurando la excelencia del producto final.

Control de calidad	
Etapa	**Actividades**
Preproducción	**Investigación** -Investigación (fuentes online/de campo, **Bocetaje/ selección de bocetos** -Verificar idea conceptual -Verificar factibilidad técnica -Alineación con el usuario final (responda a necesidades y preferencias del público objetivo) -Consistencia en la colección **Fichas técnicas** -Elaboración de fichas técnicas con información sobre materiales, medidas, procesos de confección, acabados

Producción	**Gestión de proveedores** -Selección de proveedores confiables -Pruebas de materiales antes de la compra **Materiales e insumos** -Verificación de calidad (telas, hilos para cocer, hilos para bordar, botones y otros insumos) -Compatibilidad con el diseño (materiales adecuados para la confección) **Patronaje** -Verificación de medidas y proporciones -Verificación e industrialización de patrones **Ajustes de patrones** -Corrección de errores - Verificación de medidas **Despiece** Aprovechamiento del material para minimizar desperdicios **Validación de patronaje y despiece** Verificar patrones y despiece antes de cortar la tela **Tendido** -Colocar tela sobre una superficie plata para verificar posibles fallas del material. -Colocar moldes sobre el textil para optimizar el material y reducir desperdicios. **Marcada** -Colocar moldes verificando el sentido del hilo. -Identificar número de piezas **Corte** -Verificar es estado de la maquinaria capa corte(tijeras) - Organización de piezas **Clasificación y numeración de piezas** -Etiquetar y organizar las piezas para evitar confusiones o perdidas **Confección** -Calibrar maquinaria de confección -Verificar estado de agujas de la maquinaria - Seguir secuencia de confección (fichas de ruta operativa) **Bordado manual** -Verificar buen estado de material de bordar (hilo, agujas) -Asegurar que los bordados mantengan el patrón **Control de calidad de las prendas** -Realizar inspección general de las prendas (costuras, manchas)

Posproducción	**Pulido** -Pulido de hilos (interior- exterior de las prendas) **Planchado** -Verificar estado de la plancha - Ajustar el calor de la plancha según el tipo de tela **Etiquetado y empaquetado** -Revisión de etiquetas (talla, composición, instrucciones de cuidado) -Protección de prenda (empaque adecuado) -Cuidar una presentación estética (correcto doblado y disposición de las prendas -Inspección final del producto y empaque

Tabla 25: *Control de calidad*
Fuente: Elaboración propia

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

En relación con los recursos tecnológicos y materiales descritos en el capítulo III se enfatiza la importancia de los equipos que facilitaran el desarrollo del proyecto, abarcando desde la fase de investigación hasta el proceso de diseño. Asimismo, se resalta la importancia de la infraestructura como el espacio donde se realizará la producción, integrando de manera efectiva las practicas artesanales en la elaboración del producto.

Área	Equipo y herramientas
Área de investigación y diseño	Computadora con acceso a internet y programas de diseño (ilustrador, Photoshop
Área de materiales e insumos	Telas e insumos
Área de patronaje y corte	Computadora con programa OPTITEX Materiales de patronaje Material de papelería Materiales para bardado manual Mesa de corte, cinta métrica, tiza, reglas, alfileres Tijera o cortadora de tela
Área de confección	Maquina recta Maquina Overlock Aguja de mano Plancha
Área de terminados y acabados	Agujas, pulidor

Área de control de calidad y empaquetado	Pulidores, tijeras, etiquetas y material de empaquetado.
Marketing	Publicaciones atractivas en redes sociales

Tabla 26:*Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto*
Fuente: Elaboración propia

5.4 Requerimientos de mano de obra

En este contexto, la elaboración de las prendas incluye la colaboración de diversos actores. Para realización de la colección en base a la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo se demanda de un entorno, junto con equipos y maquinaria en buen estado y en buenas condiciones que garanticen el desarrollo efectivo del proyecto.

Cargo	Cantidad	Función
Diseñador textil e indumentaria	1	Investigación, desarrollo creativo, diseño de la propuesta, elección de materiales y suministros, creación de fichas técnicas, elaboración de patrones, proceso de corte elaboración de prendas
Bordado manual	1	Bordado manual en base textil
Confección	2	Confección de las prendas de la colección, seguida del acabado, control de calidad, planchado y etiquetado
Fotógrafo	1	Sesión fotográfica

Tabla 27: *Mano de obra*
Fuente: Elaboración propia

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

Dentro de la guía de la industria textil se identifican varios tipos de riesgos asociados a la confección de prendas, los cuales se clasifican en riesgos ambientales y laborales, en conjunto con las medidas de seguridad necesarias para mitigar los riesgos (ASOBANCA,2022).

Riesgos ambientales:

- Consumo elevado de energía debido al funcionamiento de las maquinas.
- Contaminación auditiva por el uso continuo de los equipos.
- Residuos textiles y mermas durante el proceso de confección.
- Acumulación de desechos no peligrosos, retazos de tela, hilos, conos, elásticos y agujas rotas, que pueden ser reciclados (ASOBANCA,2022. p.19).

Medidas de seguridad ambiental:

- Optimizar el uso de energía durante los procesos de producción
- Asegurarse de que todos los quipos estén apagados al terminar la jornada laboral.
- Proporcionar implementos necesarios para la recolección adecuada de residuos textiles (ASOBANCA,2022. p.30).

Riesgos laborales

- Posibles lesiones por el uso de herramientas afiliadas.
- Riesgo de caída de objetos durante manipulación.
- Exposición a superficies y lugares calientes en tareas de planchado.
- Exposición contante al ruedo generados por maquinas.
- Riesgo de accidentes eléctricos por contacto directo o indirecto con maquinaria a defectuosa o cables en el suelo.
- Movimientos repetitivos y posturas forzadas que afectan a la salud del trabajador.
- Carga de trabajo excesivo y repetitivo que genera fatiga o estrés (ASOBANCA,2022. p.19).

Medidas de seguridad laboral

- Tomar descansos regulares para evitar el cansancio y la rutina.

- Mantener el espacio de trabajo bien organizado, para que los procesos se realicen sin interrupciones.
- Usar muebles cómodos y ergonómicos, para evitar lesiones.
- Otorgar a los trabajadores herramientas y maquinaria segura que los proteja de golpes y caídas.
- Proporcionar ropa adecuada para trabajar
- Colocar señales claras en las áreas de peligro y en las máquinas para que los trabajadores las usen de forma segura.
- Tener un plan listo para emergencias, para reaccionar rápidamente.
- Asegurarse de que las estrategias sean seguras y evitar que objetos caigan durante el almacenamiento (ASOBANCA,2022. p.40).

Dentro de las medidas de seguridad laboral tenemos las EPP (Equipos de protección personal), donde según la (OIT) Organización Internacional del trabajo (2021) menciona que los EPP son dispositivos, accesorios o vestimenta especialmente diseñados para resguardar la integridad física de los trabajadores frente a posibles riesgos en su entorno laboral. Su función principal es minimizar posibles riesgos que pueden causar accidentes o efectos adversos para la salud. Dentro de los elementos tenemos:

- Utilizar gafas protectoras para trabajos con herramientas manuales que generen partículas (Cortadora de tela)
- Tapones para los oídos y orejeras, para proteger el sistema auditivo de altos niveles de ruido.
- Hacer uso de respiradores reutilizables para proteger de partículas y contaminación del aire.
- Uso de vestimenta de trabajo para resguardar al trabajador de la exposición a polvo o aceites de las maquinas.

La empresa Wiñay se esfuerza por reducir su impacto ambiental y hacer uso responsable de los recursos en la confección, entre los riesgos ambientales que enfrenta se encuentra el alto consumo de energía por el uso continuo de maquinaria.

También se generan residuos textiles, como retazos de tema e hilos que necesitan ser gestionados para su acumulación. Para mitigar estos desafíos, Wiñay ha tomado medidas como apagar las maquinas al finalizar la jornada y recolectar los residuos de manera ordenada para facilitar su reciclaje, promoviendo de esta manera una producción más responsable.

En cuanto a la seguridad laboral, Wiñay cuida de sus colaboradores al identificar y reducir los riesgos que pueden presentar en el área de trabajo, como el uso de herramientas afiladas, la exposición a superficies calientes y posibles accidentes eléctricos. Para proteger a sus trabajadores, la empresa les proporciona equipos de protección, organiza los espacios de trabajo para evitar lesiones incorpora descansos para reducir el cansancio de sus trabajadores. Además, cuenta con señalización en las áreas de riesgo y un plan de emergencia que permite responder rápidamente ante cualquier incidente, para asegurar la seguridad y el bienestar de su equipo.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

El presente proyecto busca desarrollar una colección de indumentaria femenina que reinterpretación al poncho rojo de Chibuleo, para ello se propone la elaboración de prendas en base de la reinterpretación de elementos culturales y significativos del poncho rojo, transformándolos en prendas de indumentaria femenina contemporánea para mujeres indígenas pertenecientes a Chibuleo. La colección busca capturar la autenticidad de esta prenda, tomando elementos representativos del poncho e incorporándolos en diseños contemporáneos que preserven y resalten su identidad cultural. Para lograrlo, se incluyen bordados hechos a mano que aporten detalle, originalidad y una relación con la tradición. El objetivo es establecer un puente entre la tradición y la innovación, promoviendo la valoración y preservación de este símbolo textil. Cada pieza refleja la riqueza simbólica del poncho y la visión creativa de la diseñadora, fusiona estética contemporánea con raíces ancestrales. De esta manera, la colección no solo reinterpreta una prenda icónica, sino que fortalece el vínculo entre el legado cultural y la moda actual.

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas)

Figura 16: *Lluvia de ideas*
Fuente: Elaboración propia

6.2 Perfil del cliente

Este grupo objetivo está compuesto por mujeres de entre 20 a 25 años, las cuales de identifican como indígenas, de clase media y alta (estrato D), que residen en distintas localidades de la ciudad de Ambato. Pertenecientes a la generación millennial, con educación de tercer y cuarto nivel y que se encuentran en un momento de equilibrio entre la vida laboral y personal. Esta etapa les exige buscar en el mercado prendas cómodas, funcionales, pero también que expresen su identidad cultural.

Llevan un estilo de vida activo, en donde están en constante cambio debido a su entorno, interés por la cultura y mentalidad abierta hacen que sus compras sean cuidadosamente pensadas, priorizando aquellas que se puedan utilizar en diferentes contextos de su vida y que se adapten a diversas actividades de su entorno. Al estar en constantes actividades buscan prendas con identidad cultural, funcionales, atemporales y de calidad que tenga relación entre el precio y calidad de las prendas.

La reinterpretación se alinea con las expectativas de las usuarias, ya que busca ofrecer prendas contemporáneas adaptadas a sus necesidades y que conserve su identidad cultural.

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente.

Figura 17: *Moodboard del perfil del cliente*
Fuente: Elaboración propia

6.3 Identidad de marca.

Churankú, es el nombre de la marca inspirada por la riqueza de los saberes ancestrales, combina técnicas tradicionales con un enfoque contemporáneo en el diseño de sus colecciones. Su dedicación a la autenticidad y el simbolismo de las raíces indígenas, posiciona a Churankú como un referente de indumentaria étnica que no solo crea prendas, sino que también transmite un mensaje de orgullo y respeto hacia el patrimonio cultural. La marca se distingue por su capacidad de

fusionar la historia con la innovación, consolidando una identidad solida dentro del diseño de indumentaria con enfoque identitario.

Figura 18: *Marca*
Fuente: Elaboración propia

Misión

- Nuestra misión es crear prendas con valor cultural, las mismas que revaloricen las técnicas y costumbres de pueblos indígenas muchas de las cuales se encuentran en desuso , fomentando el respeto por sus tradiciones y promoviendo su reconocimiento en un contexto global.

Visión

- Ser una de las mejores marcas, tanto a nivel local como nacional, siendo reconocida por la creación de prendas que combinan la identidad cultural en un diseño contemporáneo, destacándose como una marca referente en la preservación de la memoria cultural de comunidades indígenas, donde cada prenda cuenta una historias.

Figura 19: *Misión y visión de marca*
Fuente: Elaboración propia

Figura 20: *Fuentes tipográficas*
Fuente: Elaboración propia

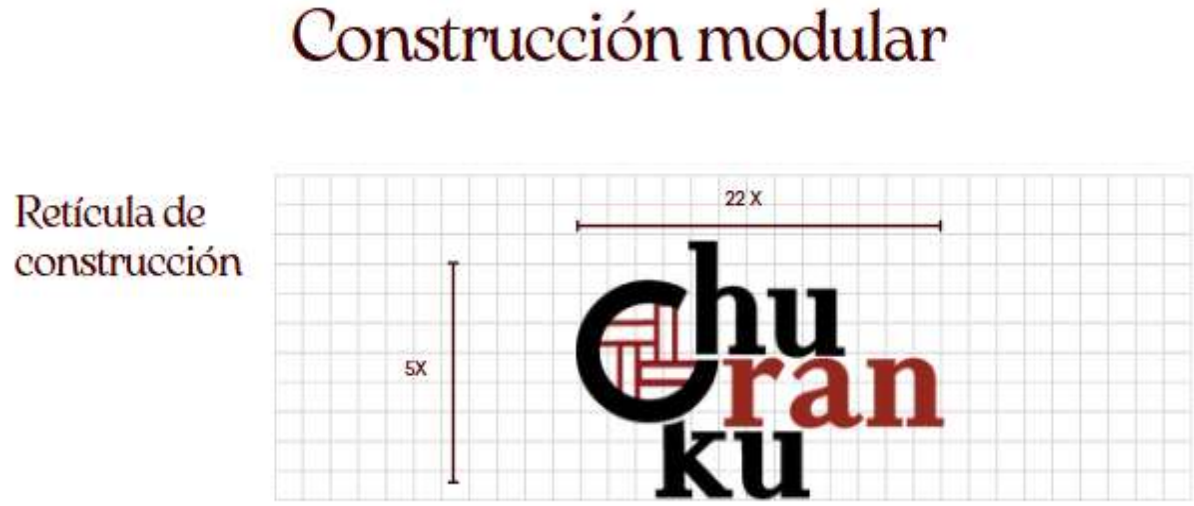


Figura 21: *Construcción modular*
Fuente: Elaboración propia

Figura 22: *Composición de marca*
Fuente: Elaboración propia

Figura 23: *Aplicación 1*
Fuente: Elaboración propia

Figura 24: *Aplicación 2*
Fuente: Elaboración propia

Figura 25: Cromática
Fuente: Elaboración propia

6.5 Análisis de color de la propuesta

La selección de colores se basó en un análisis de los gustos y preferencias de las usuarias de la empresa. Además, se tomó en cuenta la paleta cromática de la tendencia esencialismo que se caracteriza por su enfoque en la reconexión con la comunidad, la creatividad y una narrativa interconectada entre la naturaleza y la sabiduría indígena. Esta tendencia sugiere una paleta de colores que represente dichos elementos, promoviendo la armonía con el entorno y la riqueza cultural.

Para lograrlo, se incluye tonos que evocan naturaleza y espiritualidad resaltando el rojo del poncho rojo de Chibuleo, como lo propusieron las usuarias, para mantener el significado cultural del mismo. Así mismo, otros tonos complementarios inspirados en la tierra y el entorno natural, como los colores del arcoíris pueden aportar un toque de equilibrio y conexión con la identidad de la comunidad, logrando una propuesta que equilibre la tradición con la reinterpretación moderna.

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Figura 26: *Carta de color*
Fuente: Elaboración propia

6.6 Tendencia: Macro y/o micro tendencia

Una tendencia de moda es un fenómeno social colectivo donde ciertos comportamientos, preferencias y elecciones estéticas son adoptados simultáneamente por un gran número de personas, sin que exista necesariamente una razón lógica o una coordinación previa entre ellas. Este proceso surge de manera aparentemente espontánea, pero está influenciado por factores sociales, culturales y psicológicos que moldean los gustos colectivos en un momento histórico específico. (Erner, 2016)

Según Inexmoda, (2021) las macrotendencias representan las actitudes y comportamientos que adoptan los consumidores en respuesta a los cambios y acontecimientos del mundo. estas tendencias trazan rutas de transformación a largo plazo, revelando hacia donde se orientan las preferencias y valores colectivos.

6.6.1 Tendencia

La tendencia Mitos, incorporada por la empresa Inexmoda para el año 2025, se muestra como la elección más apropiada para el presente proyecto. Esta tendencia se basa en la creación de prendas que incorporan elementos y practicas artesanales, agregando un toque ancestral en cada prenda. Además, que esta tendencia se enfoca en lo étnico y atención en los detalles, destacando que cada pieza cuente una historia, a través de la integración de técnicas ancestrales, como bordados manuales, tejido y detalles hechos a mano.

Para este proyecto, se trabajará con la tendencia Mitos presentada por la empresa Inexmoda para el año 2024, ya que propone un enfoque de revalorización de las raíces culturales promoviendo una conexión con la comunidad, fomentando la creatividad y el uso de narrativas auténticas como medio de expresión cultural. Asimismo, prioriza el uso de técnicas artesanales ancestrales, lo cual contribuye a la preservación del conocimiento tradicional.

6.7 Concepto de la propuesta.

Reconociendo la importancia de preservar la identidad cultural del pueblo Chibuleo, este proyecto toma como base la reinterpretación del poncho rojo, una prenda tradicional cargada de simbolismo, historia y pertenecía. Desde esta perspectiva, la propuesta pretende innovar y dar más reconocimiento a esta prenda. Cada prenda de la colección está dirigida para un público indígena local que valoran la moda con identidad, ofreciendo alternativas versátiles y modernas sin perder su identidad.

El objetivo es crear ponchos estilo chaqueta que se distingan por su estética única, mientras se fomenta el reconocimiento de esta prenda de vestir dentro y fuera del pueblo Chibuleo. De esta manera, se pretende aportar nuevas propuestas a la empresa Wiñay y se brindará más reconocimiento a esta pieza icónica.

La colección incorpora bordados manuales y paletas cromáticas acorde al significado detrás de esta prenda. El proceso creativo se fundamenta en la unión de tradición y modernidad, buscando un punto de equilibrio en cada prenda creada, dando como resultado diseños que destaquen por su estética y vínculo con la identidad cultural.

Alfabeto visual

Figura 27: *Alfabeto visual*
Fuente: Elaboración propia

6.8 Elementos del diseño

6.8.1 Siluetas

La silueta puede entenderse desde dos perspectivas: por un lado, como la forma asociada al cuerpo, y por otro, como la forma atribuida a la indumentaria (Volpintesta, 2015).

La silueta de los abrigos y chaqueta es por la forma rectangular, la cual integran técnicas de tejido artesanal y la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, la cual se transforma para fusionar textura de forma novedosa. Esta combinación no solo enriquece la estética de los diseños, sino que también contribuye a preservar la memoria del poncho rojo de Chibuleo, promoviendo su valoración y difundiendo un mayor conocimiento sobre esta prenda, cuyo uso ha disminuido con el tiempo.

6.8.2 Proporción y línea

Se integran distintos tipos de líneas, en este caso, líneas orgánicas bien definidas por las propiedades del material seleccionado, que incluyen líneas verticales, horizontales y fluidas. La incorporación de elementos reinterpretados del poncho rojo de Chibuleo ofrece la oportunidad de explorar y reconfigurar las proporciones y formas de manera novedosa. Durante el proceso creativo, elementos conceptuales como el color, las líneas, y las formas inspiradas en el simbolismo del poncho se integran cuidadosamente con técnicas de confección modernas y bordados manules que evocan las raíces culturales de la prenda original. De esta manera, se busca crear prendas que sean visualmente atractivas, funcionales y que reflejen la identidad del pueblo, ofreciendo un equilibrio entre lo tradicional y la innovación. Esta combinación equilibrada no solo responde a las necesidades estéticas del cliente, sino que también refuerza la conexión con su legado, adaptándolo a un estilo casual, acorde a sus preferencias y estilo de vida.

6.8.3 Función

El propósito de diseñar una colección basada en la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo surge de la necesidad de crear conciencia en la población más

joven, en no olvidar prendas representativas de su pueblo, a su vez ayuda a la empresa a diversificar sus productos, de esta manera se diseña abrigos y chaquetas con el objetivo de preservar los elementos identitarios de esta prenda, al tiempo que se adapta a las exigencias del estilo de vida moderno.

Es así que se creó una colección de diseño, con características termo regulables ya que es una de las características de la indumentaria de la región sierra y a su vez se fusiona con técnicas ancestrales de pueblos étnicos. Así mismo se prioriza la comodidad usando siluetas restas ya que serán prendas que se usen en la cotidianidad, además de contar con un tacto agradable para las usuarias.

6.8.4 Detalles

En esta colección incorpora bordados manuales inspirados en las franjas del poncho rojo de Chibuleo, las cuales son reinterpretadas para transmitir los significados culturales. A su vez, el uso de la gama cromática utilizada se alinea con los colores predominantes del poncho y de las franjas, manteniendo una conexión simbólica y estética.

Además, en los diseños se implementan detalles, como bolsillos internos, y botones hechos de madera, lo que agrega un enfoque sostenible y destaca el uso de materiales naturales.

6.8.5 Estilo

A través del análisis del público objetivo, se identificaron sus necesidades y la manera en que las prendas forma parte de su rutina diaria. De esta manera, los ponchos estilo chaqueta se presentan como prendas multifuncionales que puede usarse tanto en actividades cotidianas, como en eventos formales. Por lo tanto, los diseños permiten combinarse con atuendos casuales e informales, lo que lo posiciona dentro de los universos de vestimenta formal y casual (casualwear).

En esta colección, se ofrece una variedad de diseños que conservan un estilo clásico, mientras se incorpora técnicas manuales las cuales aportan textura y detalles sutiles, adaptándose a diferentes ocasiones. Además, la colección prioriza

la funcionalidad, asegurando comodidad a las usuarias y un balance estético, con el objetivo de crear diseños auténticos que permitan a las consumidoras sentirse únicas y especiales.

6.9 Estampados, bordados y acabados, terminados

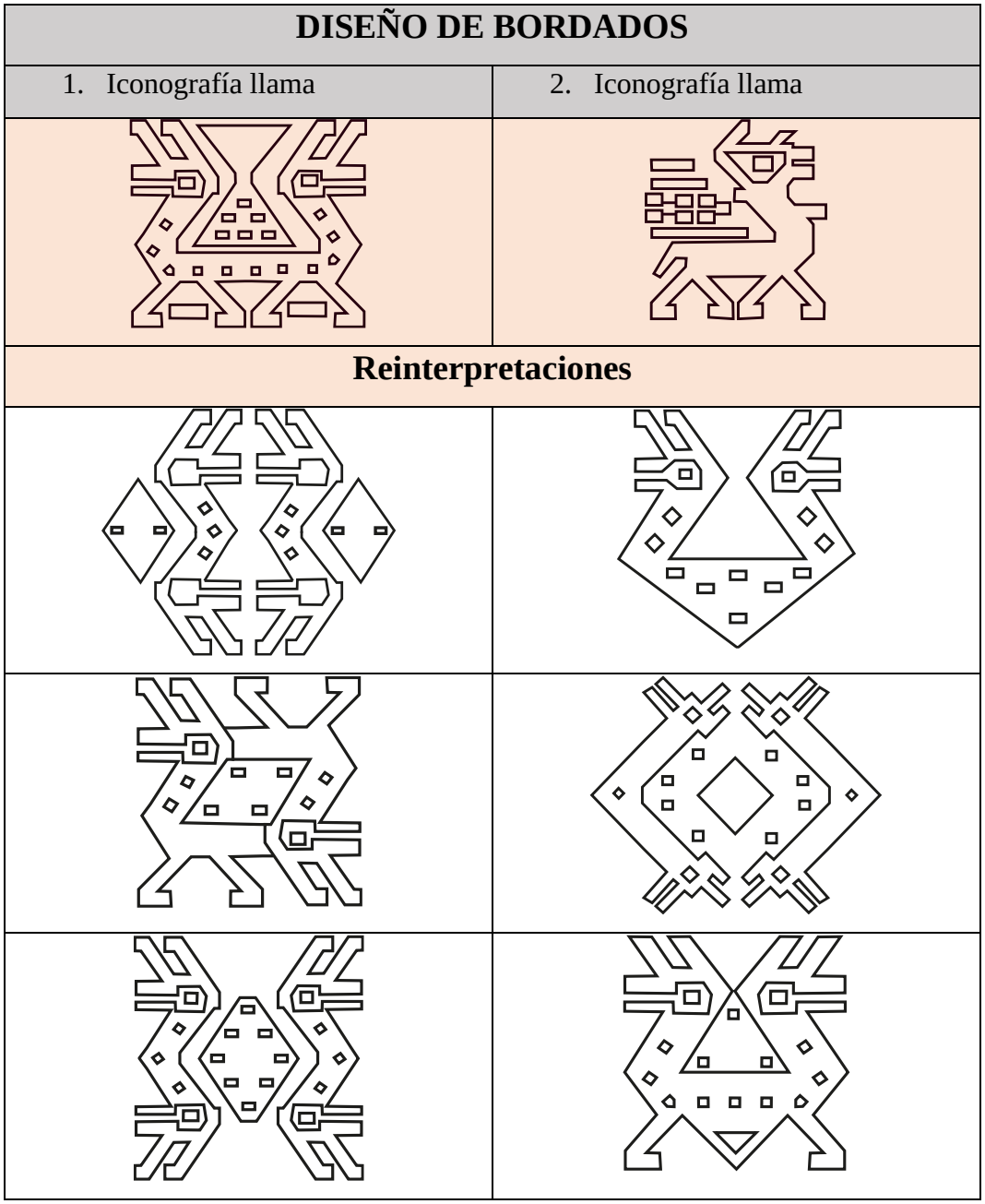


Figura 28: *Acabados*
Fuente: Elaboración propia

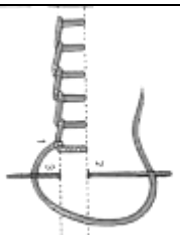
TÉCNICAS	MATERIALES	IMAGEN
Tejido		
Tejido con crochet	Lana	
Bordado		
Puntada cadeneta sencilla	Orlón	
Puntada festón	Orlón	
Sistema de oclusión		
Botones	Madera	

Figura 29: *Acabados*
Fuente: Elaboración propia

6.10 Materiales e insumos.

Para concretar la colección propuesta en la tesis, será importante contar con materiales y recursos, los cuales responden a las necesidades del diseño y al concepto de reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo. La base textil de las prendas estará conformada por fibras mayormente naturales como paño, que será utilizado para la elaboración de cada pieza, además se usará hilos de bordar para el proceso de bordado manual, estos elementos permiten la reinterpretación de los patrones simbólicos del poncho original con una estética contemporánea.

Los sistemas de oclusión y acabados decorativos, como botones de madera y aplicaciones bordadas, reforzaran la conexión entre la funcionalidad y la narrativa cultural en cada prenda.

6.11 Sketch o bocetos

Figura 30: *Diseño 1*
Fuente: Creación propia

Figura 31: *Diseño 2*
Fuente: Creación propia

PCV-005

Figura 32: *Diseño 3*
Fuente: Creación propia

Figura 33: *Diseño 4*
Fuente: Creación propia

Figura 34: *Diseño 5*
Fuente: Creación propia

Figura 35: *Diseño 6*
Fuente: Creación propia

6.11.1 Ilustraciones

Figura 36: *Ilustración 1*
Fuente: Creación propia

Figura 37: *Ilustración 2*
Fuente: Elaboración propia

6.12 Fichas técnicas (según el caso)

Figura 38: *Ficha técnica de diseño*

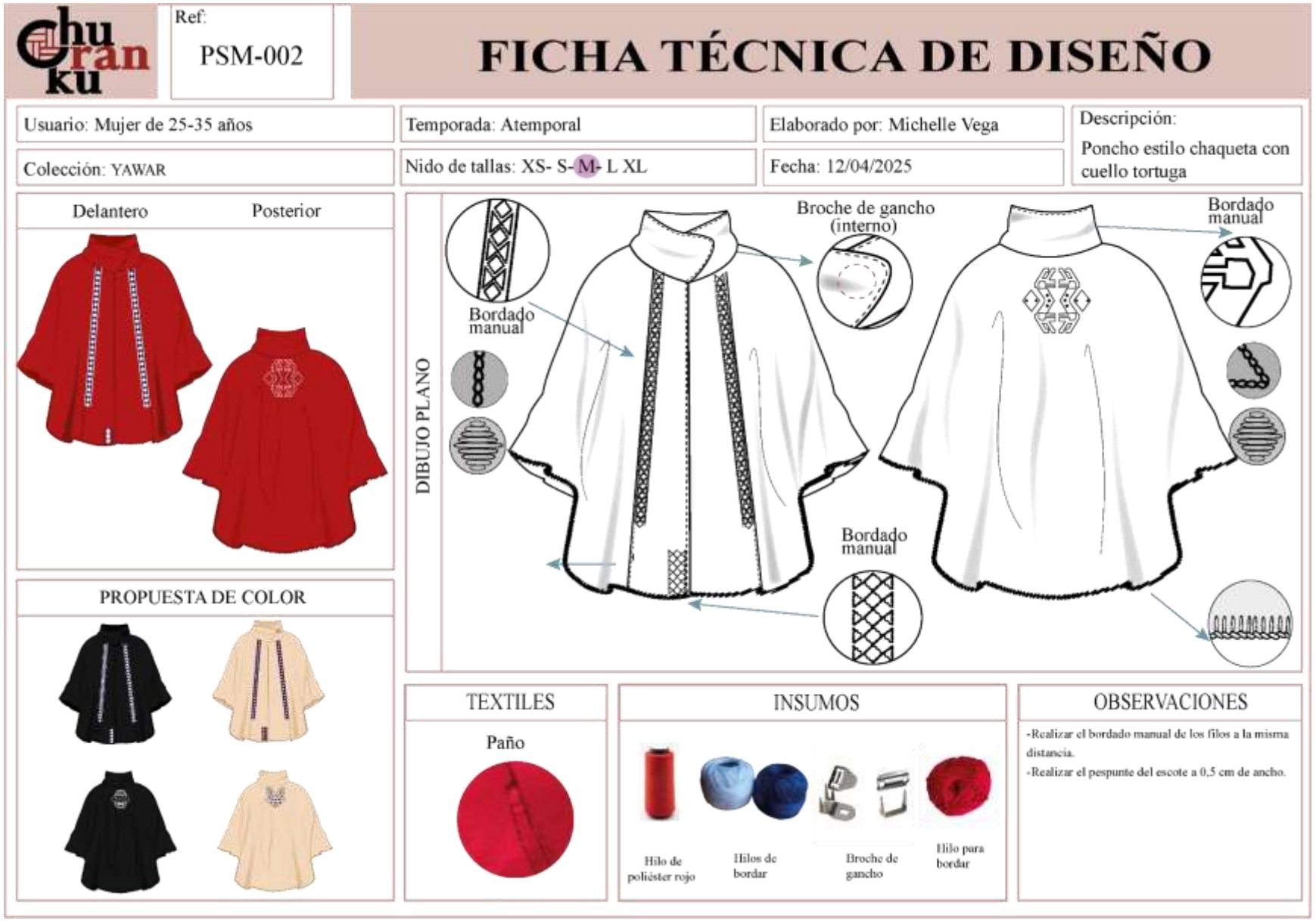


Figura 39: *Ficha técnica de diseño*

Figura 40: *Ficha técnica de diseño*

Figura 41: *Ficha técnica de diseño*

Figura 42: *Ficha técnica de diseño*

Figura 43: *Ficha técnica de diseño*

Ref:
BRD-001

FICHA TÉCNICA DE BORDADO

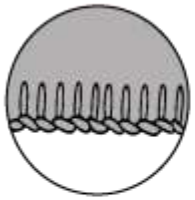
Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: formas de bordados
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

Materiales

Hilos para bordar

Aguja de bordar

Puntadas



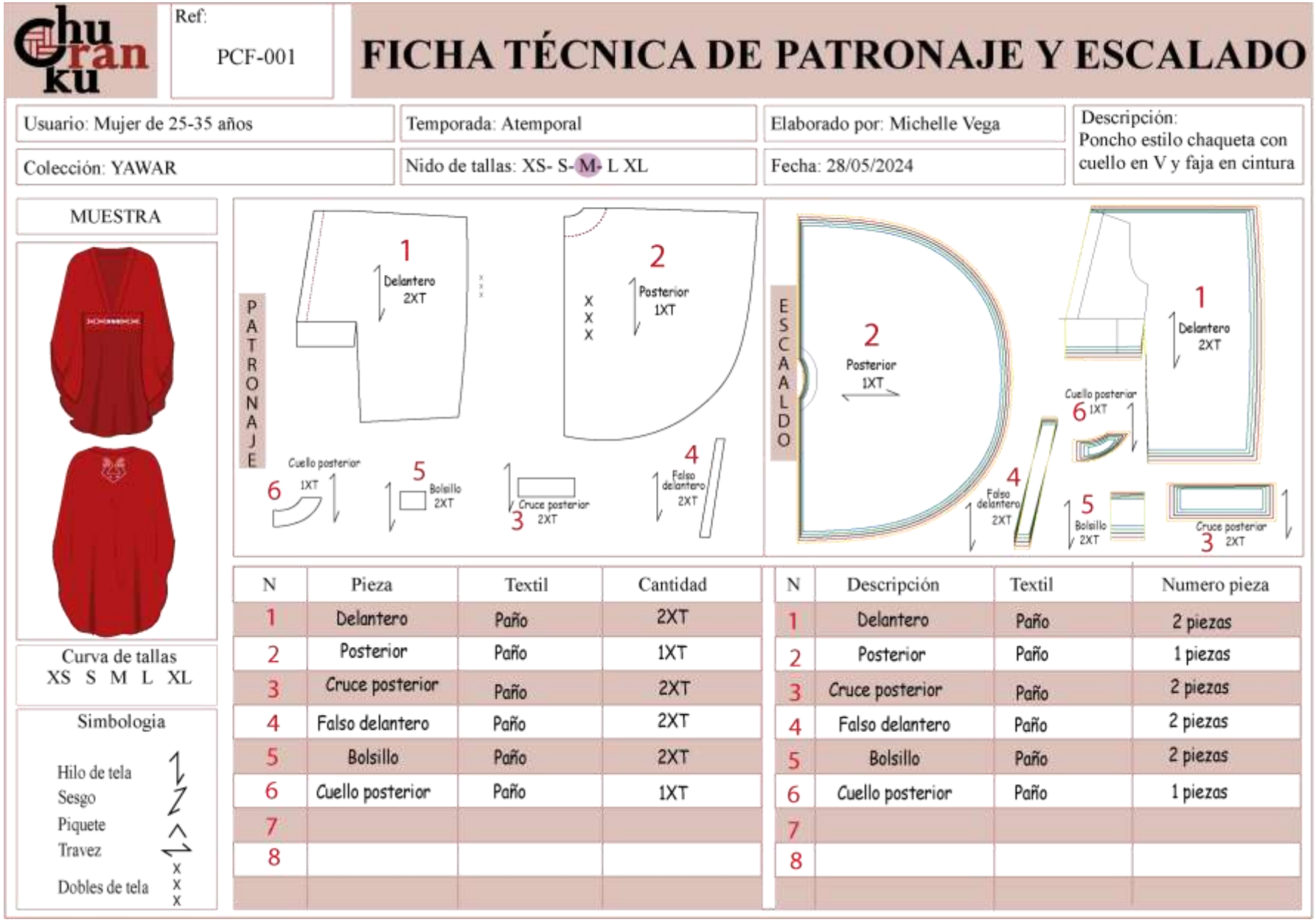
Puntada feston unido

Puntada cadeneta

Puntada de relleno

FORMAS DE LOS BORDADOS

Figura 44: *Ficha técnica de bordados*



N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Delantero	Paño	2XT
2	Posterior	Paño	1XT
3	Cruce posterior	Paño	2XT
4	Falso delantero	Paño	2XT
5	Bolsillo	Paño	2XT
6	Cuello posterior	Paño	1XT
7			
8			

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Delantero	Paño	2 piezas
2	Posterior	Paño	1 piezas
3	Cruce posterior	Paño	2 piezas
4	Falso delantero	Paño	2 piezas
5	Bolsillo	Paño	2 piezas
6	Cuello posterior	Paño	1 piezas
7			
8			

Figura 45: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Ref: PSM-002

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE Y ESCALADO

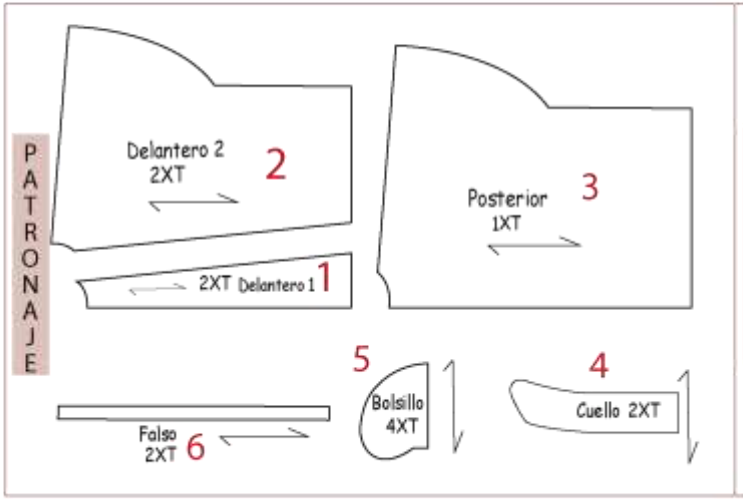
Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello tortuga
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

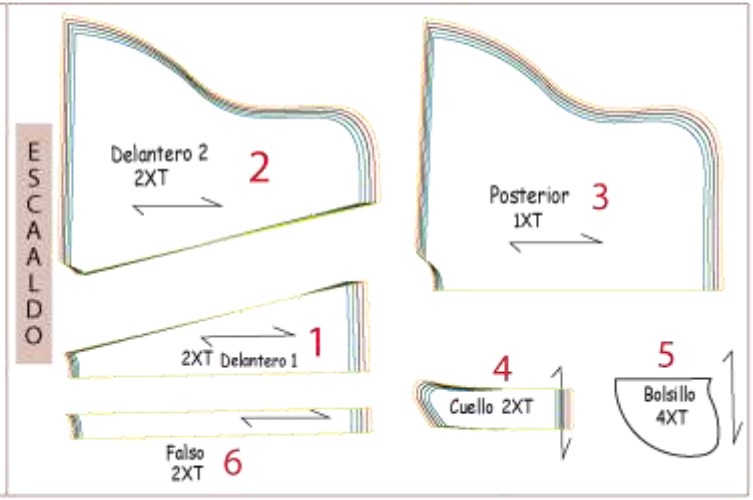
MUESTRA

Curva de tallas
XS S M L XL

Simbologia

Hilo de tela
Sesgo
Piquete
Travez
Dobles de tela





N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Delantero 1	Paño	2XT
2	Delantero 2	Paño	2XT
3	Posterior	Paño	1XT
4	Cuello	Paño	2XT
5	Bolsillo	Paño	4XT
6	Falso	Paño	2XT
7			
8			

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Delantero 1	Paño	2 piezas
2	Delantero 2	Paño	2 piezas
3	Posterior	Paño	1 piezas
4	Cuello	Paño	2 piezas
5	Bolsillo	Paño	2 piezas
6	Falso	Paño	2 piezas
7			
8			

Figura 46: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Ref: PCV-005

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE Y ESCALADO

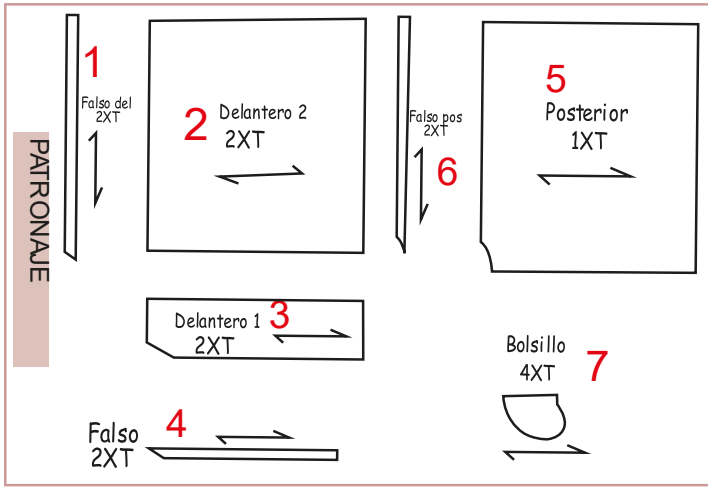
Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello en V
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

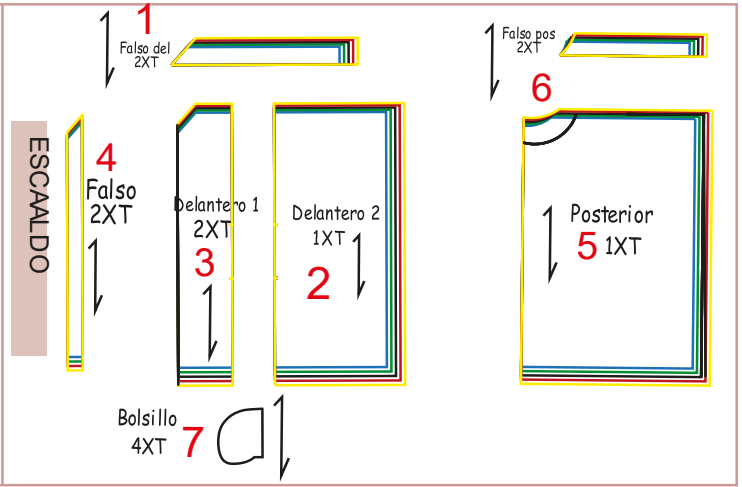
MUESTRA

Curva de tallas
XS S M L XL

Simbologia

Hilo de tela
Sesgo
Piquete
Travez
Dobles de tela





N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Falso del	Paño	2XT
2	Delantero 2	Paño	2XT
3	Delantero 1	Paño	2XT
4	Falso del	Paño	2XT
5	Posterior	Paño	1XT
6	Falso pos	Paño	2XT
7	Bolsillo	Paño	4XT
8			

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Falso del	Paño	2 piezas
2	Delantero 2	Paño	2 piezas
3	Delantero 1	Paño	2 piezas
4	Falso del	Paño	2 piezas
5	Posterior	Paño	1 piezas
6	Falso pos	Paño	2 piezas
7	Bolsillo	Paño	4 piezas
8			

Figura 47: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Chu ran ku

Ref: PCC-003

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE Y ESCALADO

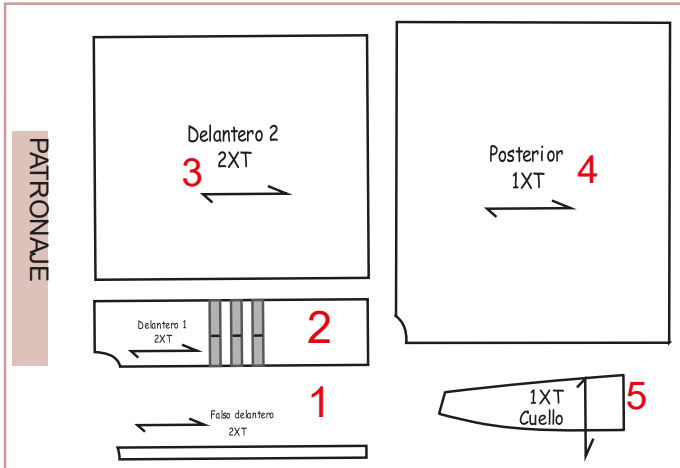
Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho estilo mao y averturas en frente
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

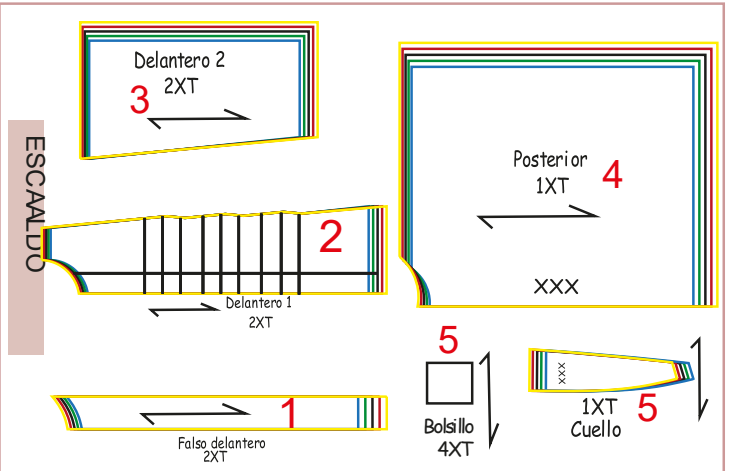
MUESTRA

Curva de tallas
XS S M L XL

Simbologia

Hilo de tela
Sesgo
Piquete
Travez
Dobles de tela





N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Falso delantero	Paño	2XT
2	Delantero 1	Paño	2XT
3	Delantero 2	Paño	2XT
4	Posterior	Paño	1XT
5	Cuello	Paño	2XT
6			
7			
8			

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Falso delantero	Paño	2 Piezas
2	Delantero 1	Paño	2 Piezas
3	Delantero 2	Paño	2Piezas
4	Posterior	Paño	1Pieza
5	Cuello	Paño	2Piezas
6			
7			
8			

Figura 48: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Chu ran ku

Ref: PCM-004

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE Y ESCALADO

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello recto y manga amplia
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

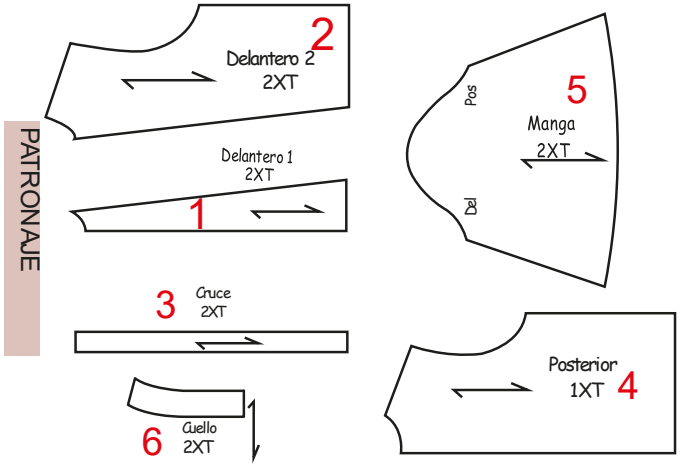
MUESTRA

Curva de tallas
XS S M L XL

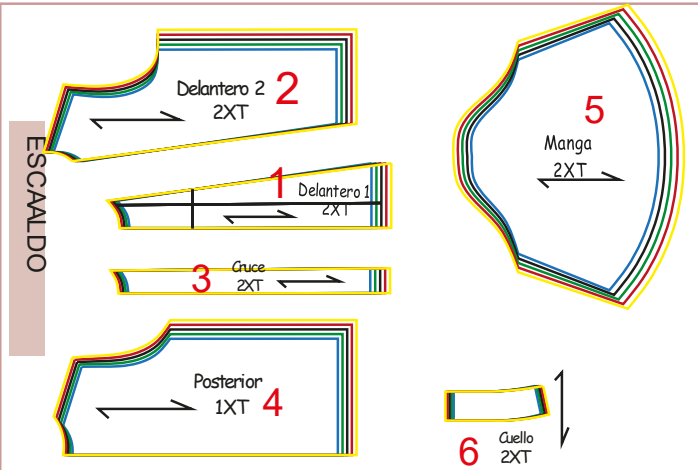
Simbologia

Hilo de tela
Sesgo
Piquete
Travez
Dobles de tela

PATRONAJE



ESCAALDO



N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Delantero 1	Paño	2XT
2	Delantero 2	Paño	2XT
3	Cruce	Paño	2XT
4	Posterior	Paño	1XT
5	Manga	Paño	2XT
6	Cuello	Paño	1XT
7			
8			

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Delantero 1	Paño	2 piezas
2	Delantero 2	Paño	2 piezas
3	Cruce	Paño	2 piezas
4	Posterior	Paño	1 piezas
5	Manga	Paño	2 piezas
6	Cuello	Paño	1 piezas
7			
8			

Figura 49: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Chu ran ku

Ref: PCF-006

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE Y ESCALADO

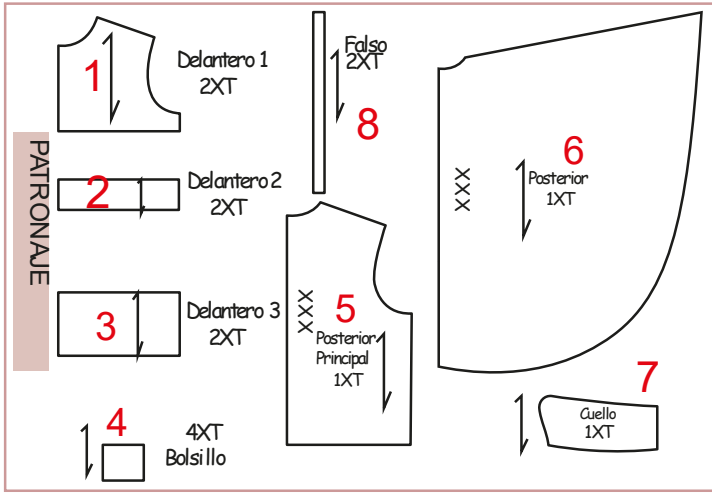
Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho y espalda estilo capa
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

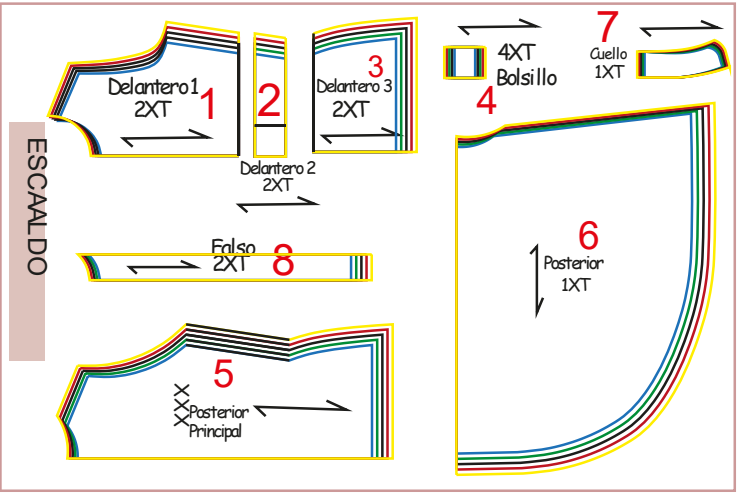
MUESTRA

Curva de tallas
XS S M L XL

Simbologia

Hilo de tela
Sesgo
Piquete
Travez
Dobles de tela





N	Pieza	Textil	Cantidad
1	Delantero 1	Paño	2XT
2	Delantero 2	Paño	2XT
3	Delantero 3	Paño	2XT
4	Bolsillo	Paño	4XT
5	Posterior principal	Paño	1XT
6	Posterior	Paño	2XT
7	Cuello	Paño	2XT
8	Falso delantero	Paño	2XT

N	Descripción	Textil	Numero pieza
1	Delantero 1	Paño	2 piezas
2	Delantero 2	Paño	2 piezas
3	Delantero 3	Paño	2 piezas
4	Bolsillo	Paño	4 piezas
5	Posterior principal	Paño	1 piezas
6	Posterior	Paño	2 piezas
7	Cuello	Paño	2 piezas
8	Falso delantero	Paño	2 piezas

Figura 50: *Ficha técnica de patronaje y escalado*

Ref: PCF-001

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello en V y faja en cintura
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	**150,00**
Largo del Trazo	**888,15**
Eficiencia	**74,05**
Rendimiento	**133,22**
Cortar largo	8754,50
Sumatoria del Area	9,8657
Piezas Totales	70
Posicionados	70
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	2,6915	2,6915	2413,39	2413,39	2	2	10	0
M	5,6782	5,6782	5031,85	5031,85	4	4	10	0
L	1,4960	1,4960	1309,26	1309,26	1	1	10	0

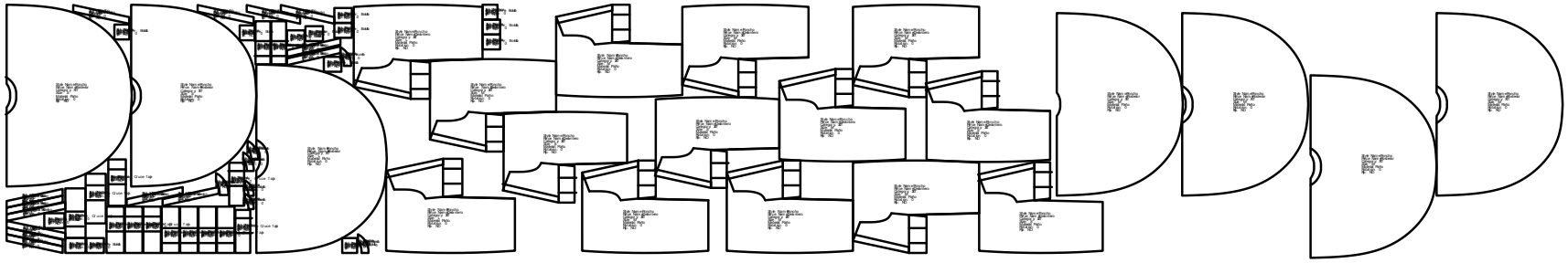


Figura 51: *Ficha de marcada*

Ref: PSM-002

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello tortuga
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M - L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	**150,00**
Largo del Trazo	**729,99**
Eficiencia	**76,09**
Rendimiento	**109,50**
Cortar largo	11169 ,58
Sumatoria del Area	8,3317
Piezas Totales	84
Posicionados	84
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	2,2956	2,2956	3125,21	3125,21	2	2	12	0
M	4,7886	4,7886	6404,54	6404,54	4	4	12	0
L	1,2475	1,2475	1639,83	1639,83	1	1	12	0

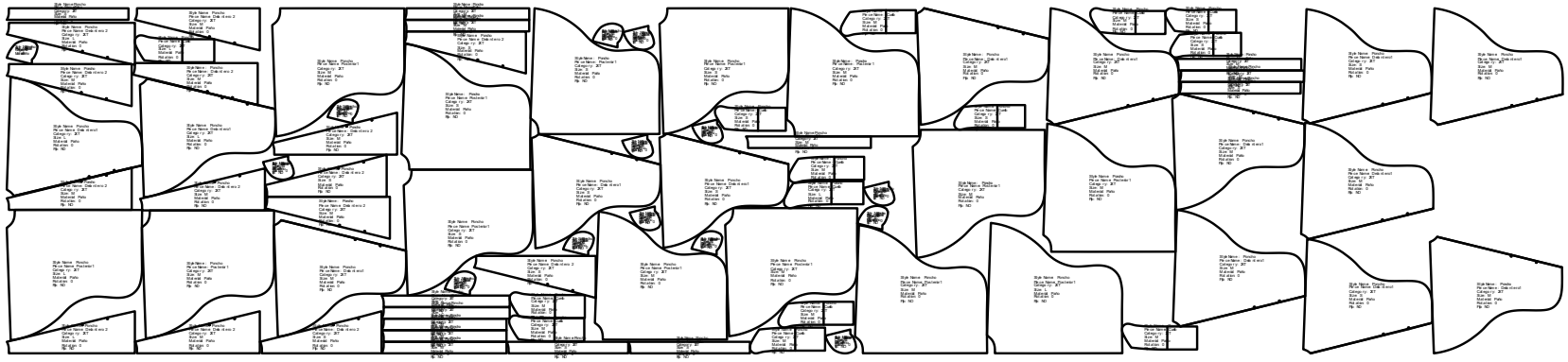


Figura 52: *Ficha de marcada*

Ref: PCC-003

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho estilo mao y averturas en frente
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	**150,00**
Largo del Trazo	**341,43**
Eficiencia	**86,99**
Rendimiento	**51,21**
Cortar largo	6908,68
Sumatoria del Area	4,4552
Piezas Totales	56
Posicionados	56
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	1,2251	1,2251	1929,12	1929,12	2	2	8	0
M	2,5613	2,5613	3962,74	3962,74	4	4	8	0
L	0,6688	0,6688	1016,82	1016,82	1	1	8	0

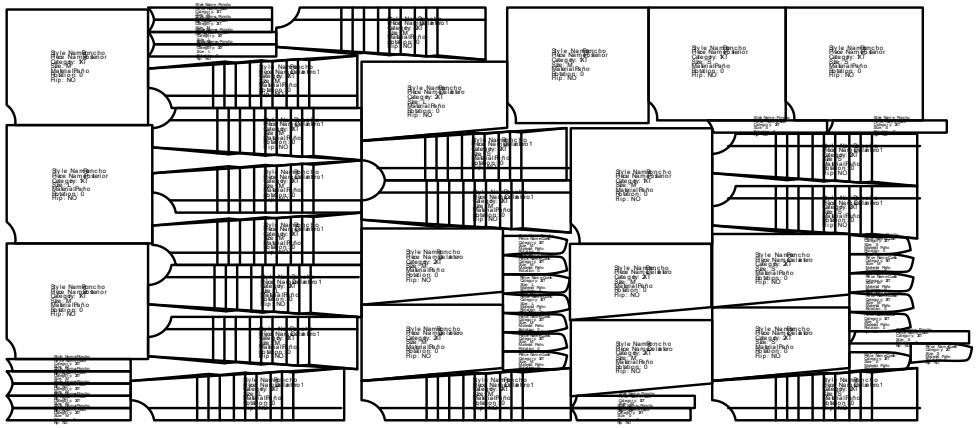


Figura 53: *Ficha de marcada*

Ref: PCM-004

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello recto y manga amplia
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	**150,00**
Largo del Trazo	**448,51**
Eficiencia	**75,71**
Rendimiento	**67,28**
Cortar largo	6664,15
Sumatoria del Area	5,0933
Piezas Totales	49
Posicionados	49
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	1,3659	1,3659	1850,71	1850,71	2	2	7	0
M	2,9389	2,9389	3825,82	3825,82	4	4	7	0
L	0,7885	0,7885	987,62	987,62	1	1	7	0

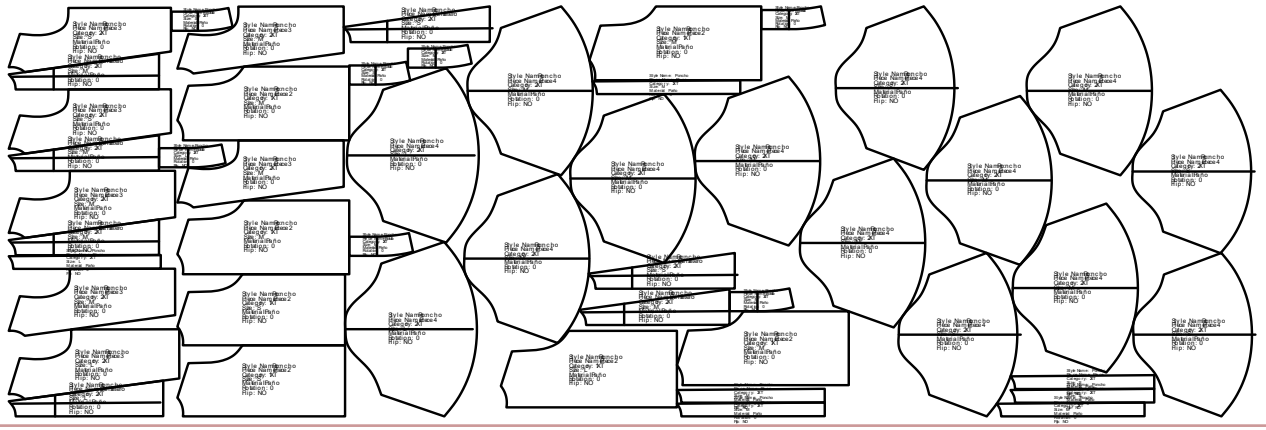


Figura 54: *Ficha de marcada*

Ref: PCV-005

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello en V
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	150,00
Largo del Trazo	447,95
Eficiencia	95,47
Rendimiento	67,19
Cortar largo	12227 ,41
Sumatoria del Area	6,4146
Piezas Totales	140
Posicionados	140
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	1,7548	1,7548	3425,77	3425,77	2	2	20	0
M	3,6907	3,6907	7009,67	7009,67	4	4	20	0
L	0,9692	0,9692	1791,97	1791,97	1	1	20	0

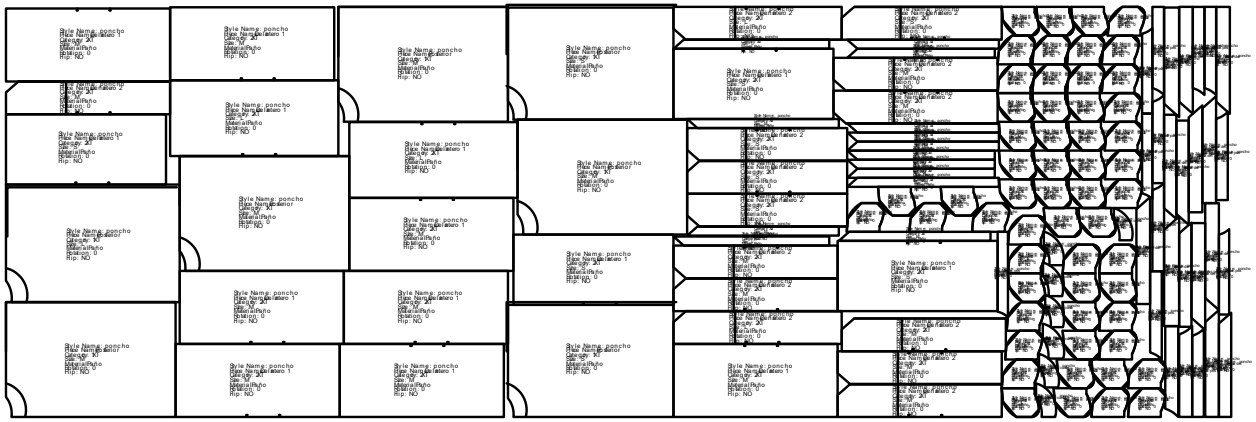


Figura 55: *Ficha de marcada*

Ref:
PCF-006

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho y espalda estilo capa
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	150,00
Largo del Trazo	373,61
Eficiencia	86,67
Rendimiento	56,04
Cortar largo	8663,56
Sumatoria del Area	4,8571
Piezas Totales	98
Posicionados	98
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	1,3175	1,3175	2404,49	2404,49	2	2	14	0
M	2,7981	2,7981	4974,14	4974,14	4	4	14	0
L	0,7415	0,7415	1284,93	1284,93	1	1	14	0

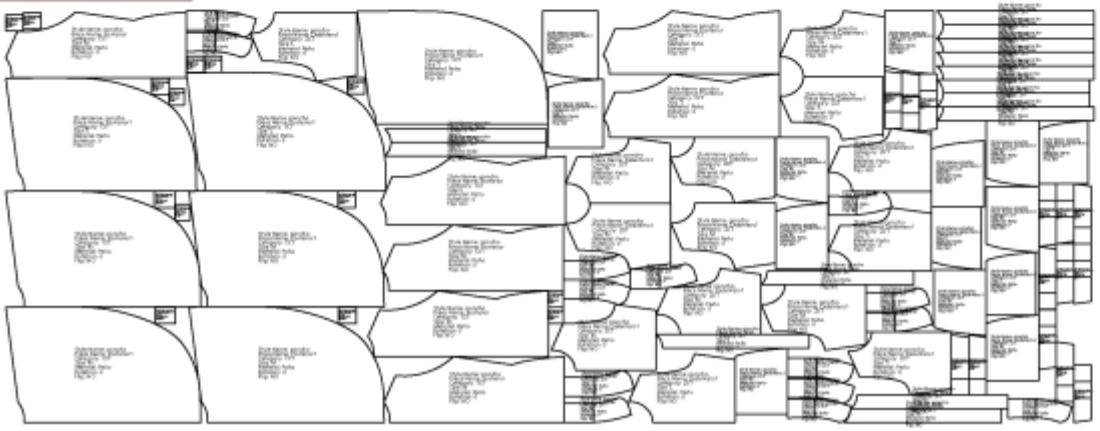


Figura 56: *Ficha de marcada*

Ref: PCF-006

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho y espalda estilo capa
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

DELANTERO POSTERIOR

Ancho del Trazo	**150,00**
Largo del Trazo	**373,61**
Eficiencia	**86,67**
Rendimiento	**56,04**
Cortar largo	8663,56
Sumatoria del Area	4,8571
Piezas Totales	98
Posicionados	98
No. de telas	1
Esquema	Sencillo

Nombre de Talla	Area Total (Orden)	Sumatoria de Area Ubicadas	Suma de perímetros (orden)	Sumatoria Total de Perímetros	Orden	Paquetes Completos	Piezas en un solo Paquete	Piezas en el Paquete incompleto
S	1,3175	1,3175	2404,49	2404,49	2	2	14	0
M	2,7981	2,7981	4974,14	4974,14	4	4	14	0
L	0,7415	0,7415	1284,93	1284,93	1	1	14	0

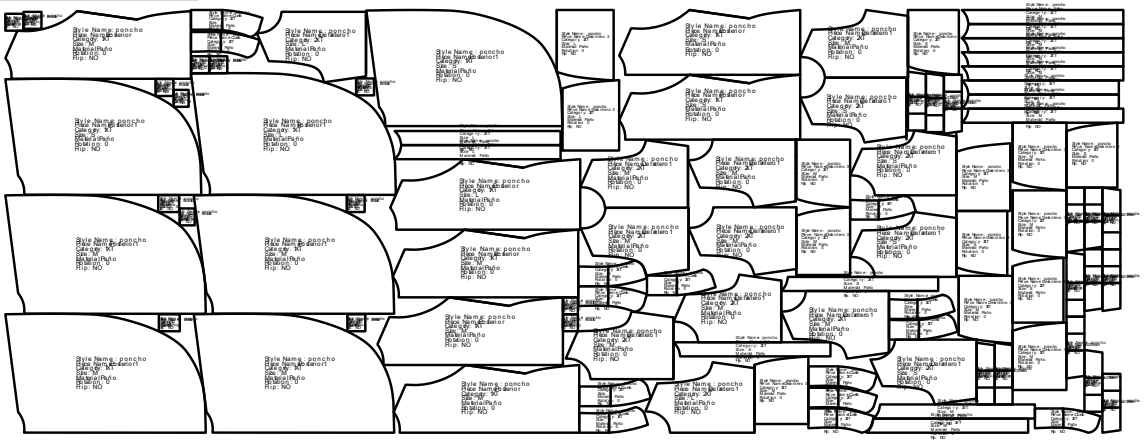


Figura 57. *Ficha de marcada*

6.13 Photobook

Figura 58: *Fotografía 1*

Figura 59: *Fotografía 2*

Figura 60: *Fotografía 3*

Figura 61: *Fotografía 4*

Figura 62: *Fotografía grupal*

6.14 Costos de producción

6.14.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no cambian con el nivel de producción o ventas de una empresa y mantienen estables en un periodo de tiempo definido.

SERVICIOS BÁSICOS		
Arriendo	$	280,00
Agua	$	10,00
Luz	$	30,00
Internet	$	20,00
Diseñador	$	584,00
TOTAL	$	924

6.14.2 Costos variables

Los costos variables son los gastos que varían según la cantidad se produzca o venda. Estos son directamente proporcionales a la cantidad de producción.

Materiales e insumos (6 unidades)

COSTOS DIRECTOS				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	5	$ 10,00	$ 50,00
Lana	Unidad	2	$ 1,35	$ 2,70
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	2	$ 0,35	$ 0,70
Botones	Unidad	18	$ 0,50	$ 9,00
Broches de gancho	Unidad	4	$ 0,25	$ 1,00
Subtotal de base textil e insumos				$ 64,80

Mano de obra

MANO DE OBRA				
Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Mano de obra de confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00

6.14.3 Costo unitario

Ref: PCF-001

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello en V y faja en cintura
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	2	$ 10,00	$ 20,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Broche de gancho	Unidad	3	$ 0,25	$ 0,75
Subtotal de base textil e insumos				$ 23,18

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 37,5	$ 37,50
Subtotal mano de obra por unidad				$ 57,50
Total Costos directos				$ 80,68

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

COSTO DE LA PRENDA	
TOTAL COSTO DIRECTO	80,675
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	83,952
UTILIDAD 40%	33,581
SUBTOTAL	117,532
IVA 15%	17,630
P.V.P	135,16

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVP	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 135,16	$ 80,68	16,96	17	$ 2.292,10

Figura 63: *Costo 1*

Ref: PSM-002

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello tortuga
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	2	$ 10,00	$ 20,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Broche de gancho	Unidad	1	$ 0,25	$ 0,25
Subtotal de base textil e insumos				$ 22,68

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 37,5	$ 37,50
Subtotal mano de obra por unidad				$ 57,50
Total Costos directos				$ 80,18

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

Costo de la prenda	
TOTAL COSTO DIRECTO	80,175
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	83,452
UTILIDAD 40%	33,381
SUBTOTAL	116,832
IVA 15%	17,525
P.V.P	134,36

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVU sin iva	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 134,36	$ 80,18	17,05	17	$ 2.291,27

Figura 64: *Costos 2*

Ref: PCC-003

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello en V
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	2,5	$ 10,00	$ 25,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Botones	Unidad	7	$ 0,50	$ 3,50
Subtotal de base textil e insumos				$ 30,93

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 37,5	$ 37,50
Subtotal mano de obra por unidad				$ 57,50
Total Costos directos				$ 88,43

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

Costo de la prenda	
TOTAL COSTO DIRECTO	88,425
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	91,702
UTILIDAD 40%	36,681
SUBTOTAL	128,382
IVA 15%	19,257
P.V.P	147,64

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVU sin iva	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 147,64	$ 88,43	15,60	16	$ 2.303,81

Figura 65: *Costos 3*

Ref: PCM-004

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello recto y manga amplia
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	2	$ 10,00	$ 20,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Botón	Unidad	2	$ 0,50	$ 1,00
Subtotal de base textil e insumos				$ 23,43

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 37,5	$ 37,50
Subtotal mano de obra por unidad				$ 57,50
Total Costos directos				$ 80,93

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

Costo de la prenda	
TOTAL COSTO DIRECTO	80,925
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	84,202
UTILIDAD 40%	33,681
SUBTOTAL	117,882
IVA 15%	17,682
P.V.P	135,56

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVU sin iva	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 135,56	$ 80,93	16,91	17	$ 2.292,51

Figura 66: *Costos 4*

Ref: PCV-005

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho estilo mao y averturas en frente
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	2,5	$ 10,00	$ 25,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Botón	Unidad	2	$ 0,50	$ 1,00
Subtotal de base textil e insumos				$ 28,43

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 37,5	$ 37,50
Subtotal mano de obra por unidad				$ 57,50
Total Costos directos				$ 85,93

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

Costo de prenda	
TOTAL COSTO DIRECTO	85,925
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	89,202
UTILIDAD 40%	35,681
SUBTOTAL	124,882
IVA 15%	18,732
P.V.P	143,61

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVU sin iva	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 143,61	$ 85,93	16,02	16	$ 2.300,24

Figura 67: *Costos 5*

Ref: PCF-006

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Usuario: Mujer de 25-35 años	Temporada: Atemporal	Elaborado por: Michelle Vega	Descripción: Poncho estilo chaqueta con cuello ancho y espalda estilo capa
Colección: YAWAR	Nido de tallas: XS- S- M- L XL	Fecha: 28/05/2024	

COSTOS DIRECTOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Costo por unidad	Costo total
Paño	Metros	3	$ 10,00	$ 30,00
Lana	Unidad	0,5	$ 1,35	$ 0,68
Hilo para bordar	Unidad	2	$ 0,70	$ 1,40
Hilo para coser	Unidad	1	$ 0,35	$ 0,35
Botón	Unidad	3	$ 0,50	$ 1,50
Subtotal de base textil e insumos				$ 33,93

MANO DE OBRA

Descripción	Unidades	Cantidad de consumo	Valor	Costo total
Operario confección	1	1	$ 20,0	$ 20,00
Operario bordado	1	1	$ 30,0	$ 30,00
Subtotal mano de obra por unidad				$ 50,00
Total Costos directos				$ 83,93

COSTOS INDIRECTOS

Descripción	Consumo	Cantidad de consumo	x prenda	Total
Arriendo	1	280	282	0,99
Agua	1	10	282	0,04
Luz	1	30	282	0,11
Internet	1	20	282	0,07
Sueldo diseñador	1	584	282	2,07
	Precio unitario	924	Precio unitario total	$3,28

Costo de prenda	
TOTAL COSTO DIRECTO	83,925
TOTAL COSTO INDIRECTO	3,277
COSTO DE PRODUCCIÓN	87,202
UTILIDAD 40%	34,881
SUBTOTAL	122,082
IVA 15%	18,312
P.V.P	140,39

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo fijo	PVU sin iva	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en prendas	Punto de equilibrio Prendas	Punto de equilibrio en dinero
$ 924	$ 140,39	$ 83,93	16,36	16	$ 2.297,25

Figura 68. *Costos 6*

CONCLUSIONES

En el presente proyecto se logró cumplir con el objetivo general de diseñar una colección de indumentaria femenina a partir de la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo para la empresa Wiñay, siendo una colección atemporal el resultado para dar mayor visibilidad al poncho rojo de Chibuleo. En consecuencia, se concluye que:

- La fundamentación teórica sobre las características del poncho rojo de Chibuleo permitió identificar y comprender el significado de cada elemento que forma parte del poncho. Se determinó que estos elementos evocan la sangre por los indígenas durante la colonización. Este conocimiento fue importante para adaptar dichos elementos a una colección de indumentaria femenina que respete su significado original, de esta manera se logró un equilibrio entre tradición e innovación en el diseño, permitiendo que las prendas sean un reflejo cultural y una expresión de diseño étnico cultural.

- Las entrevistas realizadas a informantes clave, como los taytas y artesano del pueblo, quienes poseen un amplio conocimiento sobre la historia y significados asociados a esta prenda, revelaron el significado del poncho rojo. Ellos con su amplio conocimiento explicaron que el rojo del poncho simboliza la sangre derramada por los indígenas durante la colonización, permitiendo identificar el significado como un símbolo de lucha, resistencia y tradición para el pueblo Chibuleo. De esta manera a través de los testimonios recopilados, se indica que el poncho rojo no es solo una pieza de indumentaria, sino un símbolo de identidad cultural ya que esta prenda representa la historia detrás de un pueblo. De este modo, la información obtenida se convierte en un material importante para reinterpretar el poncho, respetando su significado y adaptándolo a nuevos contextos. De este modo, el proyecto visibiliza y fomenta la difusión y apreciación del poncho rojo de Chibuleo.

- El diagnostico de los gustos y preferencias de las mujeres indígenas usuarias de la empresa Wiñay de entre 25 y 35 años, realizado mediante entrevistas, permitió recopilar información, para incorporar criterios de diseño en la propuesta de una colección de indumentaria. Los resultados revelaron que las

mujeres buscan prendas para usar en su día a día, buscando que las mismas sean funcionales y estéticas ya que indicaron que les gustaría que se incluya cuellos en los diseños, por lo que la colección incluye prendas casuales como ponchos estilo chaquetas que combinan comodidad y funcionalidad. Estas prendas integran características del poncho rojo de Chibuleo. Como los colores y franjas, reinterpretados de manera contemporánea para adaptarse a un estilo actual, sin dejar de lado su identidad cultural.

- Por último, al proponer una colección de indumentaria femenina basada en la reinterpretación del poncho rojo de Chibuleo, donde se conserve símbolos, formas y colores más importantes con el objetivo de que los diseños no pierdan su forma original, además se logró desarrollar prendas innovadoras que incorporan bordados manuales y que integran bolsillos y cuellos adaptados a una silueta envolvente. Esta colección no solo rescata la importancia de esta prenda, sino también que contribuye a darle mayor visibilidad tanto al poncho como al pueblo Chibuleo. Al hacer uso de estos elementos en proyectos, se genera una conciencia más amplia sobre el creciente desuso del poncho en el pueblo, de esta manera la colección se convierte en una herramienta para fomentar el conocimiento sobre el poncho rojo.

RECOMENDACIONES

- Si bien el proyecto se maneja desde el área de diseño, se recomienda que otras áreas o carreras profundicen en estrategias para dar más visibilidad al poncho rojo de Chibuleo y por ende a proyectos que buscan generar más apreciación de elementos indígenas identitarios que con el tiempo se han visto en desuso.

- Por otro lado, se sugiere que, en futuras reinterpretaciones, se integre elementos visuales y significados simbólicos que agreguen un valor a los nuevos diseños, esto promueve el respeto, comprensión y valoración de

elementos indígenas, que muchas veces caen en apropiaciones culturales por parte de diseñadores y personas inmersas en el área del diseño textil.

- Para procesos de diseño se recomienda siempre a los usuarios, el mercado, tiempo y espacio en donde se desarrollará la colección ya que son elementos que guían el proyecto y permiten tomar decisiones acertadas en cuanto a formas, colores y funciones, asegurando así que la propuesta sea correcta, funcional y conecte con las necesidades del público objetivo.

- Finalmente, se recomienda continuar explorando el potencial del patrimonio cultural indígena como fuente de inspiración para futuras colecciones. Además, se recomienda colaborar con comunidades para crear propuestas de diseño que preserven las tradiciones mientras se adaptan a las tendencias y necesidades del mercado. Esto permitirá diferenciar las propuestas en el mercado y generar un impacto positivo al contribuir a la difusión y revalorización de la cultura indígena.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, B. (2022). *El poncho argentino.* http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/2086?mode=full

Ainaguano, M., Siza, J., & Jinde, S. (2021). Unidad de los Movimientos Indígenas y Campesinos de Tungurahua. Ambato: MIT - ECUARUNARI - CONAIE, MIT - FENOCIN, AIET - FEINE. http://8.242.217.84:8080/jspui/handle/123456789/33512

Alexa Tejidos. (3 de Mayo de 2024). *Alexa Tejidos*. Obtenido de https://alexatejidos.com.ec/tlc-en-la-industria-textil-ecuatoriana/

Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, 8*(4), 1-2. Obtenido de https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263/8494

Arias, E. (2016). *Análisis icónico cromático de los chumbis utilizados por las mujeres indígenas de la cultura Chibuleo* (Tesis de titulación). Escuela Superior Politécnica De Chimborazo. Recuperado de: http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/5746

Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México, 63(2), 201-206.*

Asociación de Bancos del Ecuador (ASOBANCA). (2022). *Guía de industria textil*. Recuperado de https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/12/19.-Guia-Industria-Textil.pdf

Banco Central del Ecuador. (2024*). Informe de comercio exterior 2024. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)*. Obtenido de https://www.produccion.gob.ec

Baltazar, R. (2018). La justicia indígena en la comunidad de Chibuleo San Francisco. Análisis desde la memoria comunitaria. Quito: Repositorio de la Universidad Andina Simón Bolívar. MDEBaltazar-La%20justicia.pdf

Basualdo, M. (2021). *Revalorización y reinterpretación de la vestimenta gauchesca.* (Trabajo final de grado). Universidad siglo 21. Recuperado de: https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/20966

Brianza, A. (2019). El proceso de restauración y la problemática de la reinterpretación en el arte ajeno. Artilugio. Recuperado de: https://revistas.unc.edu.ar/index.php/ART

Burin, D. (2018). El análisis interno y externo. Recuperado 28 de abril de 2024. Recuperado de: http://guiagronicaragua.com/wp-content/uploads/2018/11/Manual-3.pdf

Caluña, J., Tisalema, M., y Caluña, T., & Males, A. (2008). *Los chibuleos: origen, identidad, desarrollo y justicia de un pueblo indígena en los Andes ecuatorianos*. Ambato: Artes gráficas Silva. http://8.242.217.84:8080/jspui/handle/123456789/33406

Carranza Patiño, M., Moreira, F., Briones, B., & Chang, L. (2021). Saberes ancestrales: una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador. Recuperado de https://doi.org/10.5281/zenodo.5659722

Carrera, E. (2023). *Diseño de vestidos de gala, basados en el análisis semiótico de la vestimenta Tsáchila* (Tesis de titulación). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30629

Cavia, M. (2015). *Organización Administrativa 2.*

Communication System and its Functions-Roman Jakobson's Linguistic

CONAIE. (2014). *Chibuleo*. Obtenido de https://conaie.org/2014/07/19/chibuleo/

de Tungurahua. *Ministerio de Turismo*

Delegacion de la Unión Europea en Ecuador. (Marzo de 2017). *Acuerdo comercial. Ecuador- Unión Europea*. Obtenido de European Union External Action.

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, *2*(7), 162–167. Recuperado el 24 de mayo de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es

Ecuador, D. d. (2017). *Acuerdo comercial. Ecuador- Unión Europea* .

el arte y el diseño. *Poliantea,* IX (16), 129-150.

Eventos Ecuador. (Marzo de 2023). *Ecuatextil 2023, novedades en su 5ta edición.* Obtenido de Eventos Ecuador: https://eventosecuador.com/ecuatextil-2023-novedades-en-su-5ta-edicion/#:~:text=Las%20ventas%20del%20sector%20textil,19%2C%20es%20decir%2C%202019.

Fernández, C. (2015). La profundidad de la apariencia: el vestido en el debate entre

Gonzáles, J., & Romero, Y. (3 de Marzo de 2018). *LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS Y SI IMPACTO POSITIVO DENTRO DEL ECUADOR*.

Gonzales, S. (2023). *Diseño para la innovación social: Análisis de las teorías del diseño y la innovación social. Bogota: Repositorio de la Universidad de la Salle.*

Gonzáles, T. (2020). *Diseño de una línea de indumentaria urbana a partir de la reinterpretación de los elementos constructivos e identitarios de la pollera de la Chola Cuencana* (Tesis de titulación). Universidad del Azuay. Recuperado de: http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10006

González, M. A. (2 de Octubre de 2024). *Estas son las ciudades de Ecuador con más asesinatos en 2024*. Obtenido de Primicias : https://www.primicias.ec/noticias/seguridad/ciudades-muertes-violentas-guerra-interna-ecuador/

González, X. (2020). La permanencia en el cambio. El poncho como bandera de libertad. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 78, 38 50. https://doi.org/https://doi.org/10.18682/cdc.vi78.3659

Guamán, M. (2023,10 de marzo). Signos y Símbolos en el Poncho-Ruwana y Kushma Cañari. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales.* Recuperado de: https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.474

Guerrero, J. (2025). *Análisis del artefacto vestimentario: poncho del pueblo. Obtenido de* https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/43932

Hansen, B y Ghare, P. (1989). Control de calidad: teoría y aplicaciones. Recuperado 2 junio de 2024, de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eGdLTd3UiN8C&oi=fnd&pg=PA227

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación.* . Mexico: Mc Graw Hill Education. https://dle.rae.es/interpretar

Inexmoda (2013, 15 de abril). *Términos de moda, para que tú también hables correctamente cuando de moda se trate.* [Actualización de Facebook]. Facebook. https://www.facebook.com/photo/?fbid=10151837719697787&set=a.10151837719547787.1073741842.153563447786

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). *En Ecuador hay 95 hombres por cada 100 mujeres.* Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2006).

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA (CPV-2010).

Jaramillo, A. (2012) *Universos de Vestuario*.

Jones, S.J. (2005). *Diseño de moda.* España: Blume.

Kantar. (2017). Obtenido de Kantar: https://www.kantar.com/es/Inspiracion/Consumidor/Kantar-Talks-2017-Las-10-tendencias-que-cambiaran-en-consumo-en-2025

López, P. (2004). *Población muestra y muestreo*. Recuperado 10 de abril de 2025, de: http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf

Malo, M. (2002). Los textiles en el mundo andino. Revista Artesanías de Améric, 7. http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1092/1/Los%20textiles%20en%20el%20mundo%20andino M%C3%B3nica%20Malo%20Piedra.pdf

Maydeu, O. S. (10 de 2021). *Estado de excepción en Ecuador: crisis de seguridad interna y amenaza regional*. Obtenido de Barcelona Centre for International Affairs: https://www.cidob.org/publicaciones/estado-de-excepcion-en-ecuador-crisis-de-seguridad-interna-y-amenaza-regional

Medina, A. (2021). Indumentaria e identidad: análisis de la vestimenta de la mujer indígena desde el diseño. El caso del pueblo Chibuleo. Cuadernos del centro de estudios en diseño y comunicación. https://doi.org/https://doi.org/10.1868.5503

Medina-Robalino, A. (2020a). *Indumentaria e identidad: Análisis de la vestimenta de la mujer indígena desde el diseño. El caso del pueblo Chibuleo (Tungurahua, Ecuador 1990-2016). Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 116*, 195-306. Obtenido de https://doi.org/10.18682/cdc.vi148.5503

Mendieta, T. (2019). *Moda indígena en Ecuador: para no negar la identidad. www.distintaslatitudes.net.* Recuperado de https://distintaslatitudes.net/oportunidades/11128-2

Method. University of Ljubljana.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2018). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales* . Obtenido de https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/Caracterizacio%CC%81n-de-los-sectores-de-las-industrias-culturales.pdf

MPCEIP. (24 de Diciembre de 2019). *MPCEIP continúa con la simplificación, actualización y eliminación de trámites*. Obtenido de Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca: https://www.produccion.gob.ec/mpceip-continua-con-la-simplificacion-actualizacion-y-eliminacion-de-tramites/

Müller, A. (2021). *Repensar la Revolución del Poncho. Activismo católico y políticas de representación en el espacio andino del Ecuador (1955-1988).* Alemania, Bielefeld: Transcript Verlang.

Mussuto, G. (2007). *Diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria. Una mirada contrastiva*. Recuperado 03 de noviembre de 2024 de: https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/26%20Mussuto.pdf

Observatorio de Complejidad Económica. (2024). Perfil de comercio de Ecuador. Recuperado de https://oec.world/es/profile/country/ecu

Organización Internacional de Trabajo (2021). *Seguridad y salud en el trabajo: Equipos de protección personal (EPP)*. Recuperado de https://www.cepb.org.bo/wp-content/uploads/2021/04/9-EQUIPOS-DE-PROTECCION-PERSONAL.pdf

Paredes, M. (2015). *La evolución de la vestimenta indígena y su influencia en la identidad cultural actual de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua* (Tesis de titulación). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/12871

Paucar, L. (2020). *Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los chumbis de Chibuleo* (Tesis de titulación). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31437

Paucar, L. (2024). *Estudio del proceso de elaboración del sombrero del pueblo Chibuleo* (Tesis de titulación). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/41173

PCO. (12 de Octubre de 2021). *Plan de creación de oportunidades 2021-2025. Juntos lo logramos.*

Peña, A., y Rodríguez, D. (2022). *Diseño de indumentaria a partir del análisis etnohistoriográfico del Traje Típico de la Chola Cuencana. Reserva Museo Pumapungo* (Tesis de titulación). Universidad del Azuay. Recuperado de: http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12180

Peters, A. (2014). ¿Qué constituye la transición Paracas-Nasca en Paracas Necrópolis? Prácticas mortuorias, artefactos presentes, formas de indumentaria y diversidad sociocultural. Boletin de Arqueologia, 1-43. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/boletindearqueologia/article/download/ 21511/21142/

Pilatasig, S. (2022). *Diseño de una colección femenina inspirada en la vestimenta autóctona de la comunidad de Zumbahua* (Tesis de titulación). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34491

Plan Nacional Toda una Vida. (2017-2021). *Secretaría Nacional de Planificación*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf

Poma, M. (2008). *Ponchos rojos*. La paz, Bolivia: FODENPO y Plural Editores

Porras, G. (2022). Catálogo de ilustración digital de la vestimenta de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua. Ambato: Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato. https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34455

Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.* México: Grupo Editorial Patria.

Primicias. (3 de Octubre de 2024). *Extorsiones, robos y secuestros, principales preocupaciones de empresarios y emprendedores en Ecuador*. Obtenido de Primicias: https://www.primicias.ec/noticias/economia/extorsiones-robos-secuestros-empresas-ecuador/#:~:text=Eso%20se%20evidencia%20en%20el,458%20negocios%20en%20el%20país.

RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de

Renfrew, E., & Renfrew, C. (2010). *Creación de una colección de moda*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Reyes, P. (2017). *Tendencia de consumo: transformaciones que contribuyen a los nuevos consumidores y se establece en las estrategias de los nuevos mercados*. Obtenido de https://www.javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema3/pdf/ponencia_09.pdf

Román, M. (2021). *Reinterpretación de la simbología de la cultura Cañari y aplicación de tendencias globales en indumentaria para jóvenes* (Tesis de titulación). Universidad del Azuay. Recuperado de: http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11066

Rowe, A. (1998). *Costume and Identity in Highland Ecuador*. Austin, TX: University of Texas Press.

Rowe, A. (2011). *Costume and History in Highland Ecuador*. Austin, TX: University of Texas Press.

Saltzman, A. (2004). *El Cuerpo Diseñado*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (27 de noviembre de 2023). *El gobierno del presidente Noboa transparenta la situación económica del Ecuador.* Obtenido de Secretaría General de la Comunicación de la Presidencia: https://www.comunicacion.gob.ec/el-gobierno-del-presidente-noboa-transparenta-la-situacion-economica-del-ecuador/

Seivewright, S. (2013). *Diseño e investigación*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.

Sisa, M., Toala, H., y Telenchana, M. (2009). Cultura y Turismo. Pueblos Indígenas

Solís, S., Abril, O., y Monge, J. (2020, enero/marzo). La configuración de la indumentaria tradicional del pueblo de Chibuleo desde la perspectiva de las nuevas generaciones. *Revista Inclusiones*. Recuperado de: https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/227

Sosa, M. (2006). *Análisis del kichwañol en los relatos de vida de la comunidad de Chibuleo san francisco en la provincia de Tungurahua.* (Tesis de titulación). Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2677

Tavera, G. (1994). Tejido precolombino, inicio de la actividad femenina. Manos que no descansan, 7-13. https://journals.openedition.org/histcrit/27290

Terrazas, R. (2011). *Planificación y programación de operaciones*. Obtenido de PERSPECTIVAS(28), 7-32: https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941257002.pdf

Thompson, I. (2005). *La Segmentación del Mercado*. Obtenido de Promonegocios, 5, 25-35.

Todorović, T., Pavko, A., Košak, K., y Toporiz, T. (2017). *Language of Dressing as a*

Valdivieso, G. (2014). Los ponchos en las zonas de Cañar, Otavalo, Saraguro y Colta. Cuenca: Repositorio de la Universidad de Azuay. https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2588/1/09776.pdf

Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*. Editorial Gustavo Gili, SL.

Zúñiga, P., Cedeño, R. y Palacios, Israel. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. Ciencias Latina Revista Científica Multidisciplinar. Recuperado de: https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658

ANEXOS

Variable dependiente

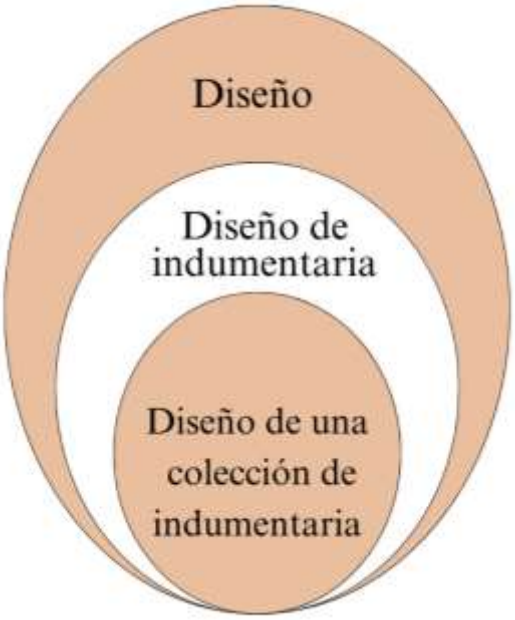


Figura 69: *Variable dependiente*

Variable independiente

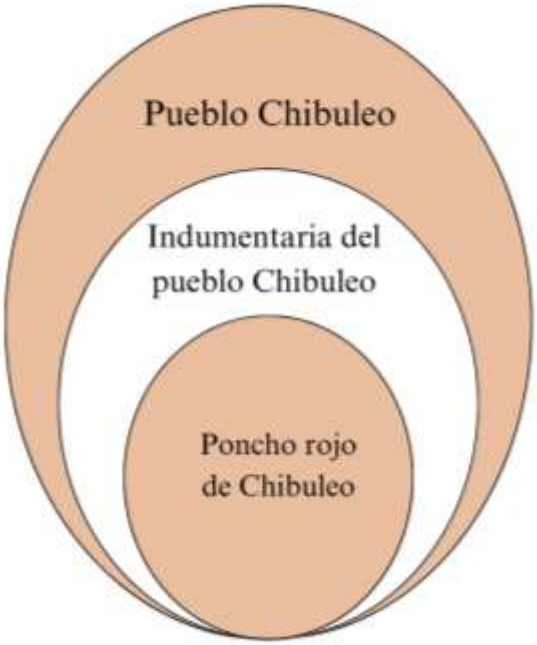


Figura 70: *Variable independiente*

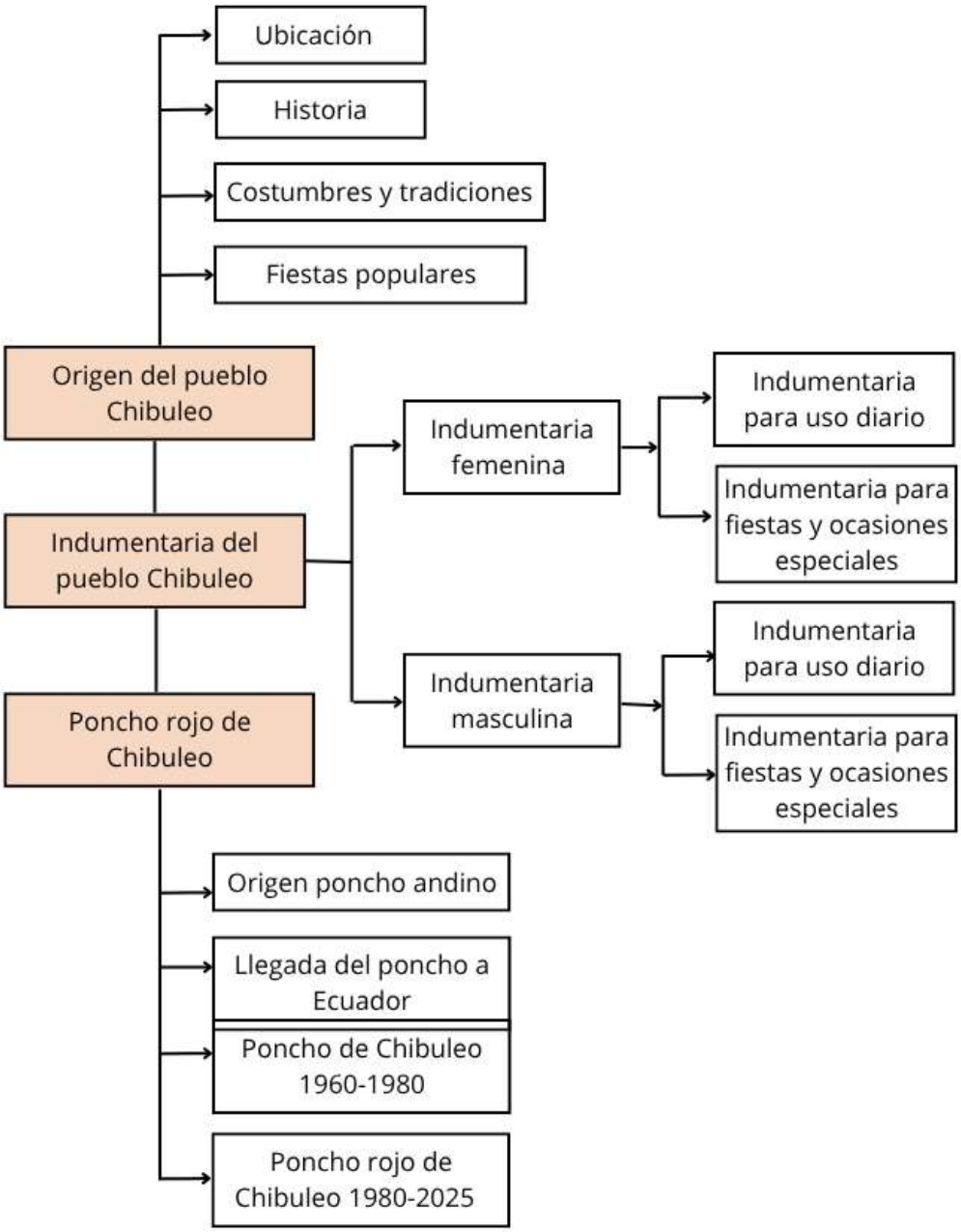


Figura 71: *Desglose variable independiente*

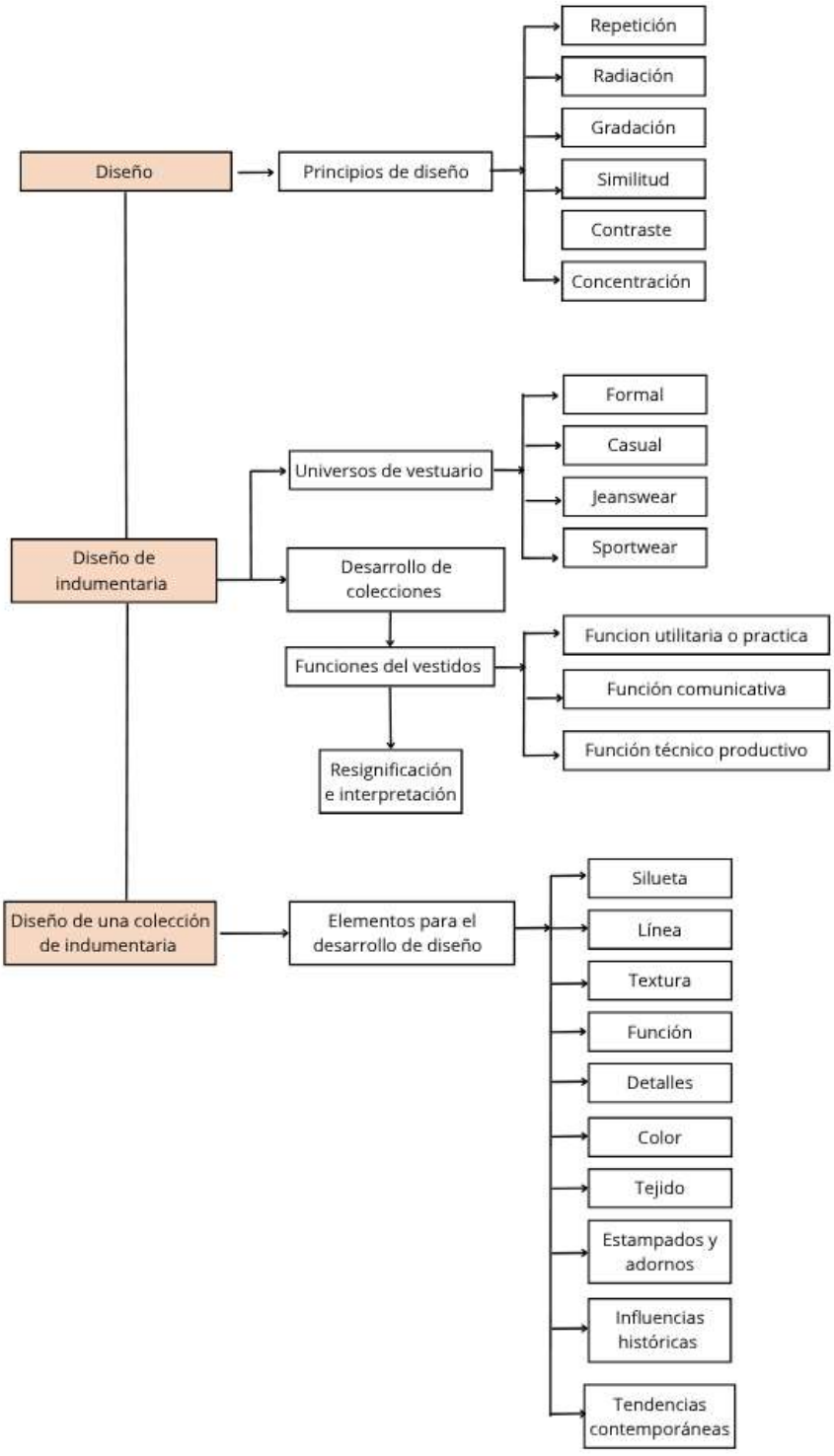


Figura 72: *Desglose variable dependiente*

Figura 73: *Entrevista tayta 1*

Figura 74: *Entrevista artesano*

Figura 75: *Entrevista tayta 3*

Figura 76: *Entrevista tayta 2*

Figura 77: *Entrevista usuarias empresa Wiñay*

Figura 78: *Entrevista usuaria empresa Wiñay*

Figura 79: *Entrevista usuaria empresa Wiñay*

Figura 80: *Entrevista usuaria empresa Wiñay*