

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA

TEMA: DISEÑO CURRICULAR DE UN PROGRAMA DE POSGRADO EN DISEÑO DE MODAS Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPETENCIAS LABORALES Y PROFESIONALES DE LOS DISEÑADORES DE MODA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Trabajo de Investigación

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Diseño Curricular y Evaluación Educativa.

Autora: Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa.

Directora: Ing. Mg. Aylene Karina Medina Robalino.

Ambato – Ecuador

2013

Al Consejo de Posgrado de la UTA:

El Tribunal receptor de la defensa del Trabajo de Investigación con el tema: “**DISEÑO CURRICULAR DE UN PROGRAMA DE POSGRADO EN DISEÑO DE MODAS Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPETENCIAS LABORALES Y PROFESIONALES DE LOS DISEÑADORES DE MODA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**”, presentado por la Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa y conformado por Ing. Mg. Diego Cabrera Yaguana, Ing. Mg. Elizabeth Morales Urrutia, Ing. MBA Diana Flores Carrillo, Miembros del Tribunal, Ing. Mg. Aylen Karina Medina Robalino Directora del Trabajo de Investigación y presidido por el Ing. Mg. Juan Garcés Chávez, Presidente del Tribunal y Director del CEPOS – UTA, una vez desarrollada la defensa oral, el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
Presidente del Tribunal de Grado

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
Director del CEPOS

Ing. Mg. Aylen Medina Robalino
Directora del Trabajo de Investigación

Ing. Mg. Diego Cabrera Yaguana
Miembro de Tribunal

Ing. Mg. Elizabeth Morales Urrutia
Miembro de Tribunal

Ing. MBA Diana Flores Carrillo
Miembro de Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: **“DISEÑO CURRICULAR DE UN PROGRAMA DE POSGRADO EN DISEÑO DE MODAS Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPETENCIAS LABORALES Y PROFESIONALES DE LOS DISEÑADORES DE MODA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, nos corresponden exclusivamente a: Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa Autora e Ing. Mg. Aylene Karina Medina Robalino Directora del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa.

AUTORA

Ing. Mg. Aylene Karina Medina Robalino

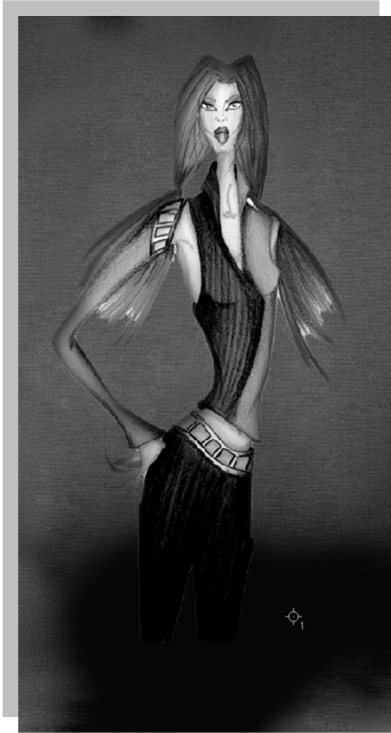
DIRECTORA

DERECHOS DE AUTOR.

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

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa



Dedicatoria.

Al amor infinito.....mis hijos,

Thomas, Danna Valentina y Micaela por ser mi razón de ser.

Al amor incondicional.....mis padres,

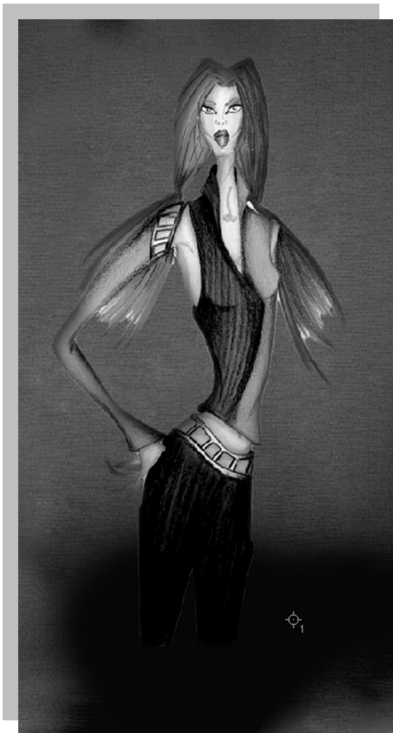
Jorge Washington y Marinita por su apoyo siempre.

Al amor predilecto.....mis hermanos,

Patricio y Karlita por ser mi motivación.

Y al amor cómplice.....mi esposo,

Johnny por acompañarme en este proceso.



Por su infinita bondad.

Agradecimiento.

Al alma máter...

Por prepararnos para la vida.

A mis maestros...

Por entregar sin reserva su conocimiento y
compartir su experiencia.

A mis colegas y amigos en el área...

Por compartir la labor docente con pasión y
perseverancia.

Y finalmente, a Dios...

I. ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.

A. PÁGINAS PRELIMINARES.

Página del título o portada.....	I
Página de aprobación del Tribunal de Grado.....	II
Página de la autoría de la investigación.....	III
Página de derechos de Autor.....	IV
Página de dedicatoria.....	V
Página de agradecimiento.....	VI
Índice general de contenidos.....	VII
Índice de cuadros y gráficos.....	XI
Resumen Ejecutivo.....	XV

B. TEXTO.

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.2 Análisis crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7

1.2.4	Formulación del problema.....	7
1.2.5	Interrogantes (subproblemas).....	8
1.2.6	Delimitación del Objeto de Investigación.....	8
1.2.6.1	Contenidos.....	8
1.2.6.2	Espacio.....	8
1.2.6.3	Tiempo.....	9
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	9
1.4	OBJETIVOS.....	10
1.4.1	Objetivo General.....	10
1.4.2	Objetivos Específicos.....	10

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.

2.1	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2	FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	13
2.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	14
2.4	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	19
2.4.1	Fundamentación teórica de la Variable Independiente.....	22
2.4.1.1	Educación Superior.....	22
2.4.1.2	Denominación de Posgrados.....	23
2.4.1.3	Currículo.....	24
2.4.1.4	Diseño Curricular de un programa de posgrado.....	26
2.4.2	Fundamentación teórica de la Variable Dependiente.....	34
2.4.2.1	Sector Textil Confecciones Ecuatoriano.....	34
2.4.2.2	Diseño de Moda.....	36
2.4.2.3	Competencia.....	37

2.4.2.4. Competencias Laborales y Profesionales del Diseñador de Modas.....	37
2.5 HIPÓTESIS.....	43
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	43

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO.....	44
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	45
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	48
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	54
3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	56

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	57
4.1.1 Resultados de entrevistas dirigidas a Especialistas en Currículo.....	57
4.1.2 Resultados de entrevistas dirigidas a Autoridades de la Academia.....	59
4.1.3 Resultados de entrevistas dirigidas a Representantes del Sector Textil..	60
4.1.4 Resultados de encuestas dirigidas a Diseñadores de Moda.....	62
4.1.5 Resultados de encuestas dirigidas a Empresarios socios de Acontex.....	74
4.1.6 Resultados de listas de cotejo en Departamento de Diseño.....	82
4.2 RESUMEN DEL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	87
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	89
4.3.1 Hipótesis de Investigación.....	89
4.3.2 Hipótesis Estadística.....	89

4.3.3 Prueba de Chi Cuadrado χ^2	90
---	----

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 CONCLUSIONES.....	94
5.2 RECOMENDACIONES.....	97

CAPÍTULO 6. PROPUESTA.

6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	99
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	100
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	101
6.4 OBJETIVOS.....	103
6.4.1 Objetivo General.....	103
6.4.2 Objetivos Específicos.....	103
6.5 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD.....	104
6.6 FUNDAMENTACIÓN.....	105
6.6.1 Programa de Maestría.....	105
6.6.2 Planificación Curricular por competencias.....	107
6.6.3 Método de Análisis Funcional.....	108
6.6.4 Gestión del diseño de moda.....	109
6.7 METODOLOGÍA. PLAN DE ACCIÓN.....	115
6.7.1 Marco Referencial del Programa de Maestría.....	116
6.7.2 Levantamiento de Perfiles.....	123
6.7.3 Diseño y estructura curricular.....	130
6.7.4 Marco Administrativo Legal.....	148
6.7.5 Modelo Operativo.....	159

6.7.6	Estructura curricular adaptada al FORMATO CES.....	168
6.8	Administración.....	197
6.9	Previsión de la evaluación.....	197

C. MATERIALES DE REFERENCIA.

1.	Bibliografía.....	201
2.	Anexos.....	204

II. Índice de cuadros y gráficos.

ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro No. 1:	Población y muestra.....	47
Cuadro No. 2:	Operacionalización de Variable Independiente.....	48
Cuadro No. 3:	Operacionalización de Variable Independiente.....	52
Cuadro No. 4:	Plan de recolección de la información.....	54
Cuadro No. 5:	Factores influyentes en la escasas de programas de posgrado/Pro... 62	
Cuadro No. 6:	Pertinencia de la formación de posgrado/Profesionales.....	63
Cuadro No. 7:	Estudios de posgrado cursados/Profesionales.....	64
Cuadro No. 8:	Titulación de posgrado reconocida por la Senescyt/Pro.....	65
Cuadro No. 9:	Formación de cuarto nivel seleccionada/Profesionales.....	66
Cuadro No. 10:	Competencias evidenciadas/Profesionales.....	67
Cuadro No. 11:	Competencias para desarrollo de marca/Profesionales.....	68
Cuadro No. 12:	Competencias para programar colecciones de moda/Pro.....	69
Cuadro No. 13:	Competencias para establecer un diagnóstico de mercado/Pro.....	70
Cuadro No. 14:	Competencias para diseñar y emplear innovación/Pro.....	71
Cuadro No. 15:	Competencias para asesorar en gestión de moda.....	73
Cuadro No. 16:	Necesidad de actualización de diseñadores/ Empresarios.....	74

Cuadro No. 17: Titulaciones de los diseñadores de moda/Empresarios.....	75
Cuadro No. 18: Competencias para desarrollo de marca/Empresarios.....	76
Cuadro No. 19: Competencias para programar colecciones de moda/Emp.....	77
Cuadro No. 20: Competencias para establecer un diagnóstico de mercado.....	78
Cuadro No. 21: Competencias para aplicar estrategias de innovación/Emp.....	79
Cuadro No. 22: Temas para Formación de posgrado/Empresarios.....	81
Cuadro No. 23: Desarrollo de estrategias de marca/Departamento de diseño.....	82
Cuadro No. 24: Desarrollo de investigación para producción de moda/DD.....	83
Cuadro No. 25: Desarrollo de planeación de colecciones/DD.....	84
Cuadro No. 26: Desarrollo de un diagnóstico de mercadeo/Departamento D.....	85
Cuadro No. 27: Desarrollo de estrategias de innovación.....	86
Cuadro No. 28: Resultados de Encuestas y Listas de Cotejo.....	91
Cuadro No. 29: Chi cuadrado Calculada.....	92
Cuadro No. 30: Principios de modelo pedagógico.....	119
Cuadro No. 31: Pensamiento Complejo.....	121
Cuadro No. 32: Matriz de Planificación curricular.....	130
Cuadro No. 33: Malla Curricular del Programa de Maestría.....	142
Cuadro No. 34: Matriz de construcción de competencia global.....	143
Cuadro No. 35 Matriz de construcción del objetivo.....	144
Cuadro No. 36 Matriz de competencias.....	145
Cuadro No. 37 Talento humano.....	148
Cuadro No. 38 Personal Administrativo.....	149
Cuadro No. 39 Infraestructura.....	150
Cuadro No. 40 Recursos Tecnológicos.....	151
Cuadro No. 41 Recurso financiero. Presupuesto del programa.....	152
Cuadro No. 42 Cronograma.....	154
Cuadro No. 43 Sistema de Acreditación.....	156
Cuadro No. 44 Modelo Operativo.....	159

Cuadro No. 45 Formato de Aprobación de programas de posgrado.....	169
Cuadro No. 46 Previsión de la Evaluación.....	198

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico No. 1: Árbol de Problemas.....	5
Gráfico No. 2: Categorías Fundamentales.....	19
Gráfico No. 3: Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	20
Gráfico No. 4: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.....	21
Gráfico No. 5: Factores influyentes en la escasas de programas de posgrado/Pro... 63	
Gráfico No. 6: Pertinencia de la formación de posgrado/Profesionales.....	64
Gráfico No. 7: Estudios de posgrado cursados/Profesionales.....	65
Gráfico No. 8: Titulación de posgrado reconocida por la Senescyt/Pro.....	66
Gráfico No. 9: Formación de cuarto nivel seleccionada/Profesionales.....	67
Gráfico No. 10: Competencias evidenciadas/Profesionales.....	68
Gráfico No. 11: Competencias para desarrollo de marca/Profesionales.....	69
Gráfico No. 12: Competencias para programar colecciones de moda/Pro.....	70
Gráfico No. 13: Competencias para establecer un diagnóstico de mercado/Pro.....	71
Gráfico No. 14: Competencias para diseñar y emplear innovación/Pro.....	72
Gráfico No. 15: Competencias para asesorar asesorar en gestión de moda.....	73
Gráfico No. 16: Necesidad de actualización de diseñadores/ Empresarios.....	74
Gráfico No. 17: Titulaciones de los diseñadores de moda/Empresarios.....	75
Gráfico No. 18: Competencias para desarrollo de marca/Empresarios.....	77
Gráfico No. 19: Competencias para programar colecciones de moda/Emp.....	78
Gráfico No. 20: Competencias para establecer un diagnóstico de mercado.....	79
Gráfico No. 21: Competencias para aplicar estrategias de innovación/Emp.....	80
Gráfico No. 22: Temas para Formación de posgrado/Empresarios.....	81
Gráfico No. 23: Desarrollo de estrategias de marca/Departamento de diseño.....	82
Gráfico No. 24: Desarrollo de investigación para producción de moda/DD.....	83

Gráfico No. 25: Desarrollo de planeación de colecciones/DD.....	84
Gráfico No. 26: Desarrollo de un diagnóstico de mercadeo/Departamento D.....	85
Gráfico No. 27: Desarrollo de estrategias de innovación.....	86
Gráfico No. 28: Mood Board de consumidor.....	110
Gráfico No. 29: Mood Board de Concepto.....	112
Gráfico No. 30: Ambiente de color.....	112
Gráfico No. 31: Ambientación de Textiles.....	113
Gráfico No. 32: Ambientación de insumos.....	113
Gráfico No. 33: Ropero.....	113
Gráfico No. 34: Mapa Funcional.....	128
Gráfico No. 35 Matriz Dacum.....	129

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA

“DISEÑO CURRICULAR DE UN PROGRAMA DE POSGRADO EN DISEÑO DE MODAS Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPETENCIAS LABORALES Y PROFESIONALES DE LOS DISEÑADORES DE MODA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”

Autora: Ing. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa.
Directora: Ing. Mg. Aylene Karina Medina Robalino.
Fecha: Enero de 2013.

RESUMEN.

El presente trabajo de investigación parte de la escasa oferta de programas de posgrado y su incidencia en las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua, a este respecto la investigación reveló que a menor nivel de formación menor es el nivel de optimización de las competencias de estos profesionales. Este aspecto fue percibido por todos los actores, grupos del sector textil confecciones, profesionales y la academia los cuales a su vez, coincidieron con la necesidad de generar estudios de posgrado que respondan a las exigencias del sector y optimicen las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda. Estos lineamientos fueron tomados como base para plantear el Diseño Curricular por Competencias del **Programa de Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de productos de Moda** que, con su pertinencia, responde a los intereses del Plan de Desarrollo Nacional y justifica su aporte al clúster textil y confecciones de la Provincia de Tungurahua. Su estructura se rige por el Formato de presentación y aprobación de programas de posgrado establecido por el Consejo de Educación Superior para su respectiva aprobación.

Descriptores del trabajo de grado: Formación de posgrado Diseño Curricular, Competencias laborales y profesionales, Diseño de Modas.

TECHNICAL UNIVERSITY DE AMBATO
POSDEGREE STUDY CENTER
MASTER IN CURRICULAR DESIGN AND EDUCATIONAL EVALUATION

"I DESIGN CURRICULAR OF A PROGRAM DE POSGRADO IN DESIGN OF FASHIONS AND THEIR INCIDENCE IN THE LABOR COMPETITIONS AND PROFESSIONALS OF THE DESIGNERS OF FASHION OF THE COUNTY DE TUNGURAHUA."

Author: Engineer Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa.

Directress: Engineer Master Aylene Karina Medina Robalino.

It dates: January of 2013.

SUMMARY.

The present investigation work leaves in fashion of the scarce offer of postdegree programs and its incidence in the labor competitions and the designers' professionals of the County of Tungurahua, to this respect the investigation revealed that at smaller smaller formation level it is the level of optimization of the competitions of these professionals. This aspect was perceived by all the actors, groups of the sector textile makings, professionals and the academy those which in turn, they coincided with the necessity of generating postdegree studies that you/they respond to the demands of the sector and the labor competitions and the designers' professionals optimize in fashion. These limits were taken as base to outline the Curricular Design for Competitions of the Program of Master in Investigation, Development, Design and Innovation of products in fashion that, with their relevancy, he/she responds to the interests of the Plan of National Development and it justifies their contribution to the textile clúster and make of the County of Tungurahua. Their structure is governed by the presentation Format and approval of postdegree programs settled down by the Council of Superior Education for its respective approval.

Describers of the grade work: Formation of postdegree Curricular Design, labor and professional Competitions, Design of Fashions.

B. TEXTO.

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación nace como una respuesta a la escasa formación de posgrado para diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua, y constituye un aporte que revela las exigencias planteadas por el sector textil confecciones para perfeccionar las competencias de estos profesionales. Luego de un exhaustivo estudio se logró identificar las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua y se las plasmó dentro del Diseño Curricular de un Programa de Posgrado.

El CAPÍTULO I, plantea el problema, lo contextualiza, lo justifica y se propone como objetivo general determinar el tipo de Programa de Posgrado que optimice las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda. El CAPÍTULO II, desarrolla una revisión teórica de la investigación, se detallan los resultados de investigaciones previas y se fundamenta la investigación desde el aspecto legal y filosófico; se plantea la hipótesis que regirá el presente trabajo. La parte metodológica que respalda la investigación se encuentra en el CAPÍTULO III que revela el enfoque, el nivel, las técnicas y los instrumentos de investigación, además nos define la población e involucrados y posteriormente se verifica la hipótesis con el estimador estadístico CHI cuadrado. Las respectivas conclusiones y recomendaciones se enumeran en el CAPÍTULO V. Finalmente el CAPÍTULO VI plantea la propuesta que consiste en el Diseño Curricular por competencias del Programa de Maestría, el cual se vislumbra como el factor de solución. A la postre se incluye la bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.

“DISEÑO CURRICULAR DE UN PROGRAMA DE POSGRADO EN DISEÑO DE MODAS Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPETENCIAS LABORALES Y PROFESIONALES DE LOS DISEÑADORES DE MODA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.2.1 Contextualización.

Los Posgrados en América Latina revelan que la mayor parte de la investigación científica se realiza en las universidades y dentro de ellas en programas de posgrado, sin embargo, el escaso tamaño de la comunidad dedicada a tareas de investigación y desarrollo en los últimos 30 años pasó de 30,000 a 100,000. Pombar (2006). La comunidad latinoamericana pasó del 1,4 al 2,4% del total de científicos e ingenieros dedicados a tareas de Investigación y Desarrollo (ID) en el mundo; con esto la

comunidad latinoamericana ocupa un lugar muy modesto a nivel mundial, así lo revela el Director general de la UNESCO Federico Mayor, 2006. A esto se suma el bajo monto de la fracción del Producto Interno Bruto (PIB) dedicado a tareas de ID, mientras los países desarrollados destinan regularmente entre el 2 y el 4% del PIB a ID, los países latinoamericanos no alcanzan el 1% sugerido décadas atrás por Naciones Unidas como un mínimo aceptable. Y no se debe dejar de tras la escasa participación del sector productivo en el financiamiento de la investigación científica; estas son solo un par de razones que dificultan la investigación y el desarrollo de programas de postgrado en América Latina.

Aunque los estudios y programas de posgrado han tenido una significativa expansión en América Latina en las dos últimas décadas, su contribución a la formación de investigadores es insuficiente, tanto cuantitativa como cualitativamente. Las raíces de este fenómeno no son sólo económico-sociales, sino también culturales tienen que ver con el modo en que se desenvuelve la educación científica y los valores que ella inculca.

Para el Ecuador esta realidad no es distante, en términos numéricos es potencialmente poco lo que el estado ecuatoriano ha invertido en investigación y desarrollo en la última década, más se espera que la nueva Ley de Educación Superior replantee estos términos. Pese a ello es notoria la creciente demanda de profesionales por obtener títulos de cuarto nivel en el Ecuador, lo que va de la mano con las políticas implantadas dentro del contexto socio productivo del país. Las estadísticas indican que 30 de cada 100 ecuatorianos optan por culminar sus estudios de posgrado. Esta situación es común en áreas relacionadas con la contabilidad, la ingeniería civil, derecho, docencia y otras afines.

Sin embargo para quienes hacen del diseño su modus vivendi la situación en nuestro país es diferente. Diseñadores gráficos, Diseñadores de espacios arquitectónicos y Diseñadores de moda ven truncado su anhelo de capacitarse, especializarse y actualizarse en estudios de posgrado debido a la escases de programas y falta de universidades del país que los ofertan.

Específicamente, los Diseñadores de Moda una vez concluidos sus estudios de tercer nivel no tienen opciones de capacitación y estudios de especialización o también llamados de cuarto nivel o Posgrado en áreas en los cuales se traten conocimientos más profundos para la solución de los problemas que en su campo de acción se presentan. Realmente en nuestro país son pocos los programas que se han ejecutado en el área del Diseño de Modas, y en la provincia de Tungurahua ninguno.

Por otro lado, el rumbo que ha tomado la industria de confección textil en el Ecuador ha sufrido un cambio considerable en los últimos años, factores como: la profesionalización técnica, la adaptación de la tecnología, la nueva visión del empresario y las salvaguardas impuestas por el gobierno permiten obtener un panorama que impulsa a la industria nacional de confección. Por esta razón las empresas de confección textil de Tungurahua, requieren de diseñadores de moda integrales que optimicen todos los procesos productivos inherentes al departamento de diseño.

Esto revela que se requiere profesionales diseñadores de moda que estén capacitados constantemente y que se actualicen en temas de interés socio productivos. Nuestro país, por lo tanto, tiene un reto que puede ser en parte delegado a los profesionales Diseñadores de Modas y su rol con el desarrollo del sector productivo de confección textil y el mejoramiento continuo de los diversos procesos de producción, parte fundamental de la competitividad.

Árbol de problemas.

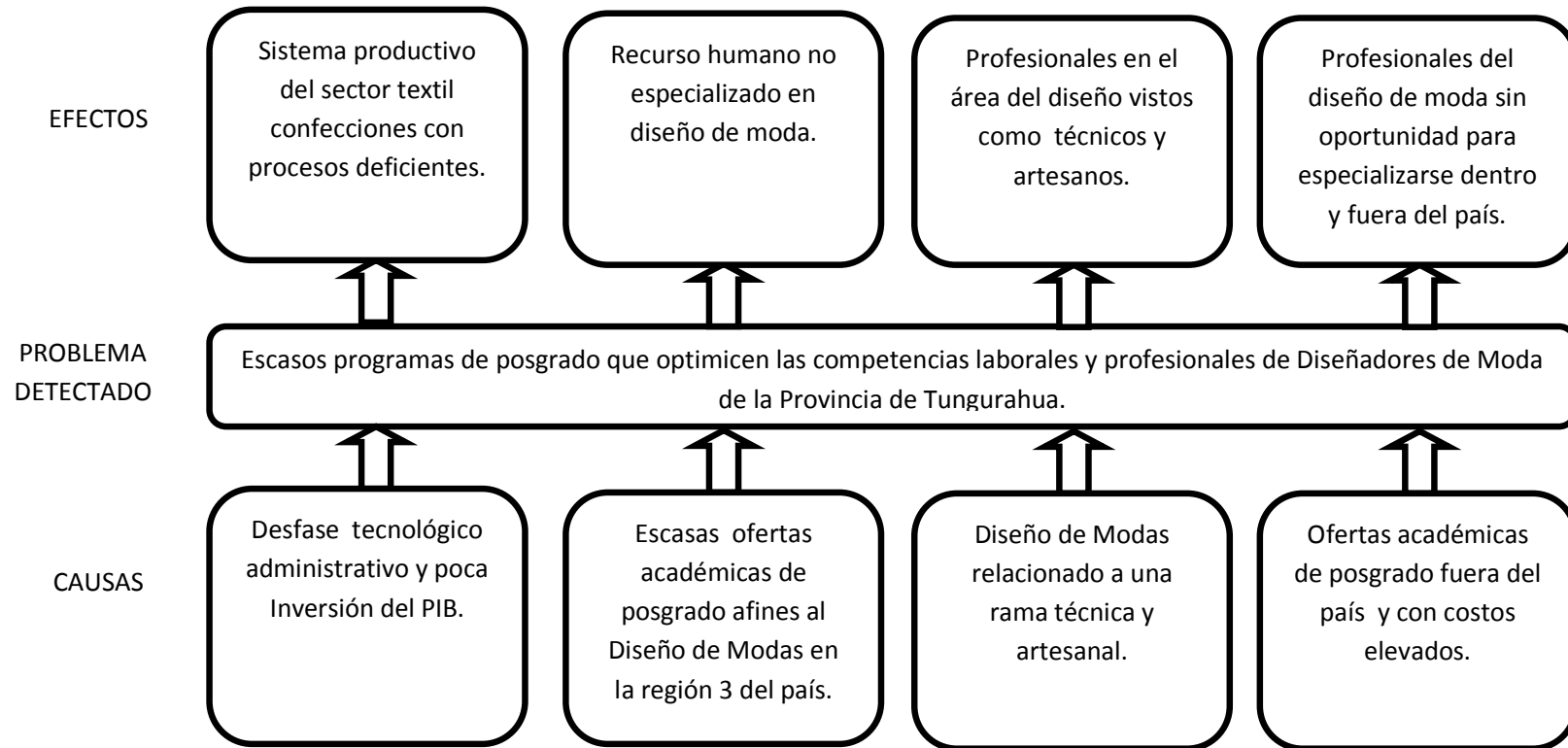


Gráfico No. 1: Árbol de problemas

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

1.2.2

Análisis crítico.

La historia ha comprobado el grado de desfase tecnológico - administrativo por el que atraviesa la industria de confección textil ecuatoriana, al no poder competir en igualdad de condiciones con los productos que ingresaban – hasta hace poco - libremente a nuestro país. Esta participación obligada en el contexto mundial, donde la competitividad y la globalización son dos aspectos que debe considerar todo inversionista y/o empresario para mantenerse en el campo de la comercialización, ha revelado la falta de recurso humano especializado que cumpla con las necesidades de hacer eficientes los sistemas productivos del sector de confección textil.

Además el hecho de que la oferta de capacitación y actualización de conocimientos sea muy escasa, no ha permitido que los diseñadores de moda se especialicen en su área, actualmente las universidades del país solo ofertan titulaciones de tercer nivel en el área, lo que genera que en el país solo existan, en su mayoría, profesionales con títulos de tercer nivel y que futuros docentes universitarios en diseño de modas no puedan tener su titulación requerida para el ejercicio profesional.

A esto se suma el hecho de que el diseño de modas siempre ha estado relacionado con la rama técnica o artesanal por tal razón el sector industrial, las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) y la sociedad los han visto como técnicos y artesanos, y han demandado profesionales con nivel técnico de formación.

Es triste indicar que bajo esta perspectiva, el profesional en diseño de modas tenga ofertas académicas de posgrado fuera del país y con costos elevados, lo que provoca que los diseñadores de moda no se especialicen y que no opten por una titulación de cuarto nivel que les permita mejorar sus competencias profesionales.

1.2.3 **Prognosis.**

La industria de confección textil en el Ecuador ha sufrido un cambio considerable en los últimos años, factores como: la profesionalización técnica, la adaptación de la tecnología, la nueva visión del empresario y las salvaguardas impuestas por el gobierno permiten obtener un panorama que impulsa a la industria nacional de confección y sobre todo a la región 3 del país dedicada a la industria manufacturera de confección. Por esta razón las empresas de confección textil de Tungurahua requieren de diseñadores de moda integrales que optimicen todos los procesos productivos inherentes al departamento de diseño. Si no se generan programas de posgrado en diseño de modas en nuestro país no se supliría esta necesidad. En tal sentido es muy importante discutir y plantear estrategias de posgrado que aporten al área de confección textil del país.

Además, si no se generan programas de posgrado que especialicen a estos profesionales, no existirá recurso humano especializado en diseño de moda para subsanar los procesos deficientes dentro del departamento de diseño y producción. Y los profesionales del diseño seguirán vistos como técnicos y artesanos; y por diversos factores sin oportunidad de especializarse dentro y fuera del país.

1.2.4 **Formulación de Problema.**

¿Cómo determinar el Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Moda que optimice las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua?

Donde se establece como:

- Variable Independiente: Diseño Curricular de un Programa de Posgrado.

- Variable Dependiente: Competencias Laborales y Profesionales de los Diseñadores de Moda.

1.2.5 **Interrogantes (subproblemas).**

¿Cómo detectar el nivel de formación de posgrado de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua y su incidencia en el desarrollo de sus competencias laborales y profesionales?

¿Para qué diagnosticar las exigencias laborales y profesionales en el área del Diseño de Modas del sector productivo de confección textil de la Provincia de Tungurahua?

¿Cómo diseñar el Currículo de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas que responda a las exigencias del sector productivo de confección textil y este en concordancia con los recursos y normativa legal?

1.2.6 **Delimitación del Objeto de Investigación.**

1.2.6.1 Contenidos.

Área: Diseño Curricular.

Sub-área: Programas de Posgrado.

Sector: Diseño de Modas.

Sub-sector: Competencias Laborales y Profesionales del Diseñador de Moda.

1.2.6.2 **Espacio.**

La presente investigación se realizó en la Provincia de Tungurahua, específicamente en las Empresas de confección textil socias de la Asociación de Confeccionistas

Textiles (ACONTEX) y en la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

1.2.6.3 Tiempo.

El trabajo se llevó a cabo en el período comprendido entre Septiembre y Diciembre de 2012.

1.3 JUSTIFICACIÓN.

La concepción de una educación de posgrado descansa sobre la necesidad de fortalecer la formación profesional y sobre este aspecto recae la importancia del proyecto, el cual justifica su interés al proponer una formación de posgrado que responda a las exigencias del sector y optimice las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda.

El presente trabajo tiene como finalidad presentar el diseño curricular para un programa de posgrado; el mismo que servirá para actualizar y perfeccionar las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de moda del país, los cuales serán los directos beneficiarios del mismo. Denota su factibilidad por medio del interés que evidencian los diseñadores de moda de continuar con sus estudios de capacitación y/o actualización y, sobretodo del interés del sector respecto a la optimización de las competencias laborales y profesionales dentro del departamento de diseño, así el proyecto contribuirá con la toda comunidad industrial de confección textil.

Finalmente el proyecto permitirá cubrir las deficiencias detectadas sobre el campo del Diseño de Modas ya que al analizar la problemática existente en los sectores

productivos, estos serán considerados como parte del estudio formal del programa de posgrado por desarrollar. Es innovador y original ya que constituye una gran oportunidad para los Diseñadores de Moda en que se conviertan en actores de un proceso transformador del campo laboral y productivo; proceso que responda a estándares de diferenciación, calidad y competitividad. El diseño curricular para un programa de posgrado constituirá en si una oportunidad para desarrollar competencias y perfeccionar habilidades, dentro del campo laboral.

1.4 OBJETIVOS.

1.4.1 Objetivo General.

Determinar el tipo de Programa de Posgrado en Diseño de Modas para la estructuración del diseño curricular que optimice las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

1.4.2 Objetivos Específicos.

Detectar el nivel de formación de posgrado de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua y su incidencia en el desarrollo de sus competencias laborales y profesionales.

Diagnosticar las exigencias laborales y profesionales en el área del Diseño de Modas del sector productivo de confección textil de la Provincia de Tungurahua.

Diseñar el Currículo de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas que responda a las exigencias del sector productivo de confección textil y este en concordancia con los recursos y normativa legal.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Existen investigaciones relacionadas con estudios de posgrado en el Ecuador que nos permiten tener una visión general de cómo está evolucionando la educación de cuarto nivel. (Roldán, 2006). Sin embargo es escasa la documentación relacionada con estudios de posgrado en Diseño de Moda.

Por ello se hace necesario que la Universidad Ecuatoriana redefina su misión orientándola a contribuir al desarrollo sostenible y al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad ecuatoriana, a través de formar profesionales altamente calificados, participativos, innovadores, críticos y socialmente responsables, para lo cual deberán transformarse en espacios abiertos para la formación profesional, laboral y el aprendizaje permanente, así como en el centro de generación del conocimiento y de la investigación de los problemas que aquejan al sector socio productivo. Esto se puede lograr diseñando currículos que respondan a la formación de cuarto nivel de los profesionales, a este respecto:

El **“Posgrado, Diplomado superior en Moda, Ergonomía y Patronaje”**. Se perfiló como un Programa de Posgrado ofertado por la Universidad del Azuay y Coordinado por la Arq. MDI. Julia Tamayo (2010), cuyo propósito fue actualizar y especializar a diseñadores de moda y personas involucradas en la cadena textil e indumentaria en los aspectos técnicos del patronaje y modelado a partir del análisis de la ergonomía y la adaptación de las prendas de vestir al cuerpo de los usuarios, aplicando el concepto de confort como resultado de un buen diseño para sumar valor agregado a las prendas. Se plantearon eventos como Ergonomía de la Moda, Investigación e innovación, Biomecánica del vestido, Confort de prendas, Patronaje y Modelado, Desarrollo de Proyectos, Calidad del Producto, y Marketing de la Moda. Aprobación CONESUP RCP. S. 21 N° 354.08.

“La cultura del diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la Pyme del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia” desarrollado por Yaffa Gómez Barrera (2008). La investigación aclara que el proceso de incorporación del diseño dentro de las empresas y su utilización estratégica se lleva a cabo a largo plazo, después de superar varias etapas y coordinar diversos esfuerzos. Es ante todo un cambio cultural al interior de la organización. Es decir, la empresa necesita experimentar el diseño como parte de su cultura, integrando precisamente, la cultura del diseño. El diseñador como dinamizador de la cultura del diseño, este cambio involucra la participación de líderes y de todos actores los miembros de la organización.

“Proyecto para la Creación de la Escuela de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil”, Galo Pombar (2006), dentro del proyecto plantea como alternativa pedagógica la Escuela de posgrado que podrá ofertar

estudios de especialización y actualización para Ingenieros Industriales; la estructura de la Escuela queda establecida así: Organización administrativa, Plan de estudios, y la implementación de la infraestructura que permita cumplir eficientemente los objetivos académicos, y una reglamentación para desarrollar todos los programas a implementarse.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Para Galo Naranjo (2006), el paradigma crítico introduce la ideología de forma explícita y la auto reflexión crítica en los procesos del conocimiento, la presente investigación se fundamenta en el Paradigma crítico - propositivo, puesto que busca revelar la incidencia de la formación de posgrado en las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua; crítico ya que analiza esta realidad socio educativa, y propositivo porque busca plantear una alternativa de solución a la problemática encontrada y contribuya al desarrollo integral del ser humano, en la presente investigación se plantea la elaboración del diseño curricular de un programa de posgrado en diseño de modas.

Este paradigma tiene como finalidad la transformación de la estructura de las relaciones sociales y dar respuesta a determinados problemas generados por éstas, así: con la propuesta del diseño curricular de un programa de posgrado se propende a la transformación y optimización de las competencias de los diseñadores de moda. Comprender la realidad que se vive en los departamentos de diseño de empresas de confección textil sumado a las exigencias y requerimientos del sector servirá como praxis, que nos permitirá orientar y reflexionar sobre el conocimiento para transformarlo en parte formal del programa de posgrado.

Desde esta perspectiva crítica, los problemas que surgen dentro del campo laboral del diseñador de modas parten de situaciones reales evidenciadas dentro de las empresas de confección textil y tiene por objeto transformar esa realidad, si se aspira generar un programa de posgrado que optimice las competencias laborales y profesionales sin duda alguna repercutirá en el mejoramiento de los actores sociales (empresarios, diseñadores, usuarios).

Desde el paradigma crítico el diseño de investigación se puede definir como dialéctico, se va generando a través del diálogo y consenso del grupo investigador, así todas las necesidades, requerimientos y exigencias de diversos actores se han recogido, sumado y fusionado para diseñar el presente programa de posgrado.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

El presente trabajo investigativo se fundamente en los siguientes reglamentos:

EL Artículo 350 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Además la Constitución de la República del Ecuador establece que el Sistema de Educación Superior deberá articularse con el Plan Nacional de Desarrollo con el objetivo de garantizar su pertinencia frente a problemas sociales. A este respecto la

Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) garantiza el derecho a la educación superior de calidad y pertinente.

El Reglamento General del Consejo de Educación Superior (CES), el cual establece en su Art. 14 dentro de la tipología que: únicamente las universidades de docencia con investigación podrán otorgar títulos profesionales de especialización y los grados académicos de maestría y de PHD o su equivalente, las universidades orientadas a la docencia podrán otorgar títulos profesionales de especialización y grados académicos de maestría profesionalizante; mientras que las de educación continua no podrán ofertar ninguno de los grados académicos.

El mismo reglamento dentro de sus disposiciones generales indica que el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), determinará aquellas carreras, programas y posgrados que serán evaluadas y acreditadas, priorizando a aquellas que pudieran comprometer el interés público.

Al respecto del tema investigado el CES expide el *Reglamento de Presentación y Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Pregrado y Posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas* con fecha 18 de enero de 2012, en el cual resuelve aprobar las normas que regirán la formación académica hasta el nivel de Maestría. Y con fecha 27 de enero de 2012, expide el *Instructivo al Reglamento de Presentación y Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Grado y Posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas*.

Este Reglamento establece las siguientes definiciones: *“Programa: formación de posgrado conducente al entrenamiento profesional avanzado o a la especialización*

científica y de investigación.” Y “Mención: caracterización sub disciplinar de una carrera o programa.”

Para que los proyectos de carreras y programas de posgrado puedan ser presentados y posteriormente aprobados las Instituciones de Educación Superior IES deberán cumplir con este proceso:

- ✓ Presentar al CES la solicitud de aprobación de programas mediante el portal electrónico del CES.
- ✓ El Rector/a de la IES recibirá una clave de acceso para llenar el Formulario de presentación de proyectos en línea previo suscribir un documento de responsabilidad, veracidad u autenticidad de la información presentada.
- ✓ Dicha solicitud deberá ser presentada por lo menos tres meses antes de la fecha prevista para la iniciación del programa.
- ✓ La solicitud de aprobación de proyectos contendrá:
 - a. Datos generales de la Institución.
 - b. Datos generales de la carrera o programa.
 - c. Descripción de la carrera o programa.
 - d. Descripción administrativa y financiera de la carrera o programa.
 - e. Descripción del plan de estudio de la carrera o programa.
 - f. Descripción del equipo de profesores e investigadores de la carrera o programa.

- ✓ El equipo de profesores y profesoras deberá cumplir con los requisitos para cada nivel de formación determinados en la LOES y para cualquier sustitución del profesor se deberá cumplir con el mismo perfil y nivel académico.
- ✓ El CES no tramitará las solicitudes que no estén completas y consistentes.
- ✓ Una vez aceptada la solicitud por el CES, la Secretaría Nacional de Ciencia, Innovación y Tecnología (SENESCYT) tendrá como plazo 21 días para emitir el informe técnico de cumplimiento de requisitos y recomendar al CES: continuar con la aprobación, devolver el proyecto para la incorporación de observaciones o no aprobar el proyecto.
- ✓ El informe técnico emitido por la SENESCYT, contendrá: Identificación general del proyecto, resultados de la evaluación cuantitativa, análisis de la pertinencia en relación al Plan Nacional de Desarrollo, Valoración cualitativa del proyecto, y las respectivas recomendaciones al Consejo de Educación Superior.
- ✓ Fundamentado en el informe técnico emitido por la SENESCYT el Consejo del CES emitirá su informe.
- ✓ El Pleno Consejo del CES en un plazo de 30 días, en base a los dos informes decidirá mediante resolución: continuar con la aprobación, devolver el proyecto para la incorporación de observaciones o no aprobar el proyecto. El plazo puede extenderse hasta 30 días más.

- ✓ Si el proyecto fue aprobado el CES notificará a la SENESCYT y a la Institución de Educación Superior (IES) solicitante; la SENESCYT registrará la carrera o programa en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador SNIESE para que conste dentro de la oferta académica vigente; solo una vez ingresada esta información la IES podrá ofertar e iniciar la carrera o programa. Si el proyecto no fue aprobado las IES pueden iniciar el trámite de aprobación de un nuevo proyecto.

- ✓ La carrera o programa aprobado tiene una vigencia de hasta 5 años contados a partir de la resolución de su aprobación. Las IES tienen un plazo máximo de 18 meses para iniciar las carreras o programas aprobados por el CES, transcurrido este plazo la resolución de aprobación quedará sin efecto y la IES deberá presentar la solicitud de aprobación al CES de acuerdo al formato establecido en este reglamento.

- ✓ Una carrera o programa puede perder su vigencia por resolución del CES, en función del informe de evaluación y acreditación del CEAACES, la cual será notificada a la IES y la SENESCYT.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.

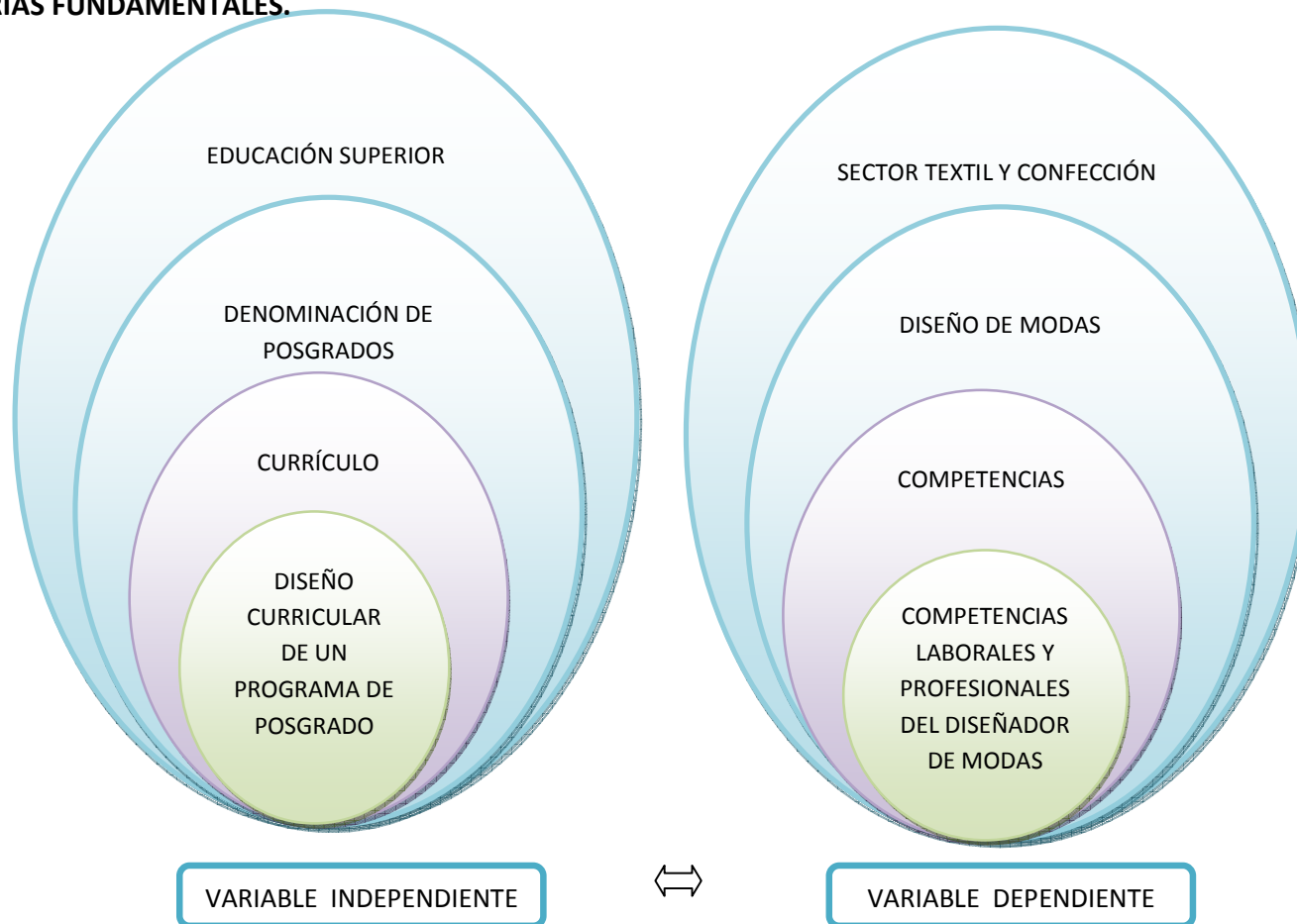


Gráfico No. 2: Categorías Fundamentales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Constelación de Ideas de la Variable Independiente.

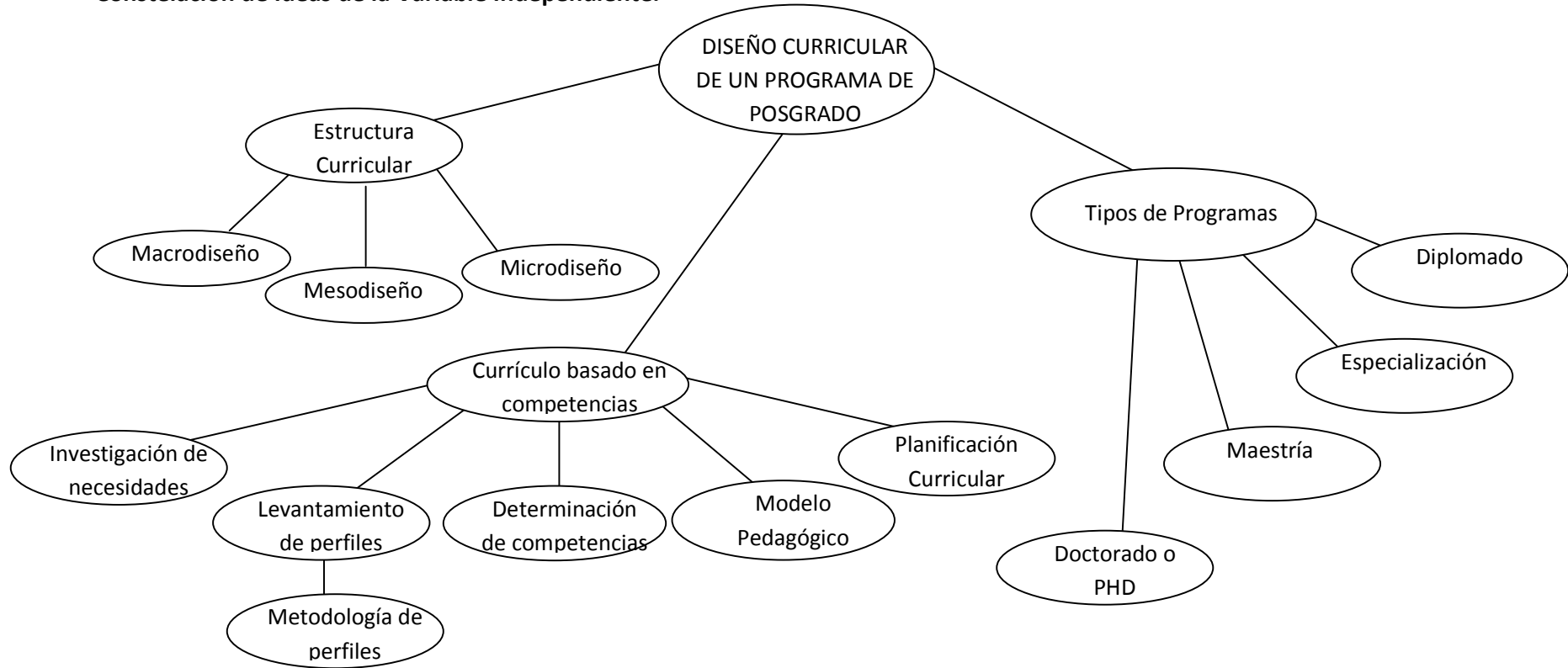


Gráfico No. 3: Categorías Fundamentales Variable Independiente.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.



Gráfico No. 4: Categorías Fundamentales Variable Dependiente.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

2.4.1 Fundamentación teórica de la Variable Independiente.

2.4.1.1 Educación Superior.

La enciclopedia Encarta define a la Educación superior como un periodo de estudios avanzados que se inicia al término de la enseñanza media superior llamada preparatoria o bachillerato, cuya finalidad es formar, capacitar y actualizar a técnicos y profesionales mediante el conocimiento científico-tecnológico en el más alto nivel.

El constante cambio socio económico al que se ha enfrentado el mundo, revela la necesidad de una nueva visión y un nuevo modelo de enseñanza superior, que debería estar centrado en el estudiante, lo cual exige, una renovación de los contenidos, métodos, prácticas y medios de transmisión del saber, que han de basarse en nuevos tipos de vínculos y de colaboración con la comunidad y con los más amplios sectores de la sociedad. Uno de los retos más importantes a los que se enfrentan las instituciones de educación superior, es formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los problemas de la sociedad, buscar soluciones, aplicar estas y asumir responsabilidades sociales.

Las funciones esenciales de la Educación Superior.

- Preparar para la investigación y la docencia.
- Brindar diversos tipos de formación que respondan a la especialización, y a la realidad económica y social.
- Constituirse en espacio de formación (capacitación y actualización) permanente.
- Constituirse un puntual en la transferencia de conocimientos. Contreras (2011).

2.4.1.2 Denominación de Posgrados.

Se llama estudios de posgrado a los estudios universitarios posteriores al título de grado y comprende los estudios de maestría (también denominados *máster* ó *magíster*) y doctorado. Además de los estudios propiamente dichos, se puede incluir a la investigación postdoctoral y/o post universitarios dentro de este ámbito académico. Se trata de un nivel educativo que forma parte del tipo superior o de tercer ciclo. Es la última fase de la educación formal, tiene como antecedente obligatorio la titulación de pregrado. (Wikipedia Enciclopedia libre 2012).

Para la formación de posgrado se demanda una combinación de disciplinas donde se interrelacionan tanto la especialidad como la generalidad de forma continua. Para Beatriz Checchia (2010), la formación de posgrado pretende integrar las condiciones y demandas socio-laborales en torno a la carrera profesional, los fundamentos epistemológicos del conocimiento y las estrategias pedagógicas; este contexto denota las profundas transformaciones cuantitativas y cualitativas que se vienen sucediendo en las instituciones de educación superior.

Diversos estudios han demostrado que la inclusión de las competencias en estudios de posgrado, aporta elementos para garantizar la calidad académica, y que el cambio de lógica académica que implica su desarrollo, se presenta como una alternativa viable para subsanar las deficiencias del sistema universitario tradicional. Al confirmarse tanto la insuficiente integración de las condiciones y demandas del contexto en los programas de posgrado, como la fragmentación disciplinar que afecta a una parte importante de los mismos, la renovación curricular constituye un tema urgente de incluir en las agendas universitarias.

La Ley Orgánica de Educación Superior 2010, que está vigente para el Ecuador, en el Art. 118 indica que la formación de posgrado o cuarto nivel es la que está orientada al entrenamiento profesional avanzado, a la especialización científica o a la investigación. Esta ley indica además, que le corresponde a este nivel el título de Especialista y los grados académicos de Maestría y PHD o su equivalente. En el mismo instructivo se cataloga a un Programa como formación de posgrado conducente al entrenamiento profesional avanzado o a la especialización científica y de investigación.

El reglamento del Centro de Estudios de Posgrado (CEPOS), del sistema de créditos, dentro de los Arts. 32 – 42 se considera un Crédito a una Unidad de valoración académica de los componentes educativos (asignaturas, módulos, talleres, prácticas de laboratorio, otros). Un crédito equivale a 32 horas, entre horas presenciales y de trabajo autónomo del estudiante, dependiendo de la modalidad de estudio. La estructura curricular se realiza en base a horas presenciales.

2.4.1.3 Currículo.

La UNESCO (1958) lo definió así: “Currículo son todas las experiencias, actividades, materiales, métodos de enseñanza y otros medios empleados por el profesor o tenidos en cuenta por él, en el sentido de alcanzar los fines de la educación”. Para Teodoro Barros (2011), El currículo es una propuesta educativa y un plan de acción que se cumplirá en una comunidad educativa específica e implica exigir altos niveles de estándares en el diseño, ejecución, evaluación y mejora continua. Significa tener control de la intención educativa y nos lleva a respondernos ¿Qué país queremos? ¿Qué ser humano necesitamos? ¿Qué ciudadano queremos?

Existen dos tipos de currículos: el currículo convencional y el currículo basado en competencias; en el primero la planificación de la docencia tradicional se basa en las lógicas conceptuales que especifican los especialistas del mundo académico mientras que en el segundo la planificación de la docencia se hace a partir de un diagnóstico prospectivo de la realidad donde se va desempeñar el egresado o la egresada y particularmente sobre la base de las áreas de desempeño, las funciones y las tareas que determinan su ejercicio profesional. (Marga López, 2011).

El egresado que ha sido formado por medio de un currículo basado en competencias, tiene que estar preparado para incorporar los avances científicos y los elementos conceptuales y prácticos adquiridos durante su formación para optimizar la producción, manteniendo por sobre todo el sentido del bienestar y equidad social que debería primar en toda economía. Para Marga López (2011), esta característica debe diferenciar la formación universitaria de la simple capacitación profesional. El Currículo con enfoque de competencias “Es el resultado de la integración esencial y generalizada de un amplio conjunto de conocimientos, habilidades y valores profesionales, que se manifiesta a través de un desempeño eficiente en la solución de problemas, pudiendo incluso resolver aquellos no determinados” (Jorge Forgas, 2003).

En general, hoy no se ponen en duda algunas de las ventajas del uso de las competencias, como son: la mayor facilidad para garantizar aprendizajes, la integración de la teoría y la práctica, la mayor facilidad para incorporarse al campo productivo, y la posibilidad de ordenar y estructurar aprendizajes de largo plazo, vinculados a los ciclos laborales del desempeño profesional. Existe consenso en que el currículo basado en competencias debiera complementarse con una concepción de currículo flexible y recurrente que habilite para la formación continua.

2.4.1.4 Diseño Curricular de un programa de posgrado.

La planeación y diseño del currículo de los programas de posgrado es uno de los más importantes retos que enfrenta la educación del nivel superior. El desafío es grande, sobre todo cuando se tiene claro que la formación de profesionales capaces de desempeñarse en forma inteligente resolviendo o previniendo la problemática social depende mucho del buen diseño de los planes de estudios. El carácter del currículo del nivel superior es complejo y multidimensional, lo que impide aproximarse a su definición o análisis desde un solo punto de vista. En sentido amplio, el currículo puede concebirse como núcleo o centro de la educación, en tanto constituye el factor normativo y regulador de los procesos educativos que ocurren y deben ocurrir en una institución.

En un sentido más restringido, el currículo se refiere al conjunto de conocimientos disciplinarios que se materializa en un plan de estudios, esto es, en un modelo de formación profesional específica en el que confluye un sin número de factores filosóficos, sociológicos, psicológicos, jurídicos, históricos, administrativos, etc. Todos estos aspectos son los que determinan en última instancia la calidad de la educación superior, la que se refleja en distintos grados de eficacia del desempeño real de los profesionales así formados.

Estructura del diseño curricular basado en competencias.

La estructura curricular comprende: el Macrodiseño curricular, el Mesodiseño Curricular, y el Microdiseño curricular.

El macrodiseño curricular, se construye a partir de la interacción dialéctica entre los problemas profesionales, el objeto de la profesión y los objetivos del profesional,

todo lo cual es llevado al plan de estudio. Para Naranjo (2006), es la parte del diseño curricular que se ocupa de determinar los aspectos generales y trascendentales de la formación profesional.

El mesodiseño curricular, Forgas (2005), considera que en esta etapa se determinan las competencias profesionales, las que en el plano didáctico constituyen los conocimientos más generales de la carrera.

El microdiseño curricular, se deriva del plan de estudio y se concreta en la elaboración de los programas de competencia, las que definen los contenidos correspondientes. Es la parte del currículo que a partir del plan de estudios, se concreta en la elaboración de los programas de competencias, áreas, o disciplinas, o módulos, determinándose lo que deben dominar los futuros profesionales. (Ibíd.).

Currículo basado en competencias.

Se desarrolla en cuatro etapas:

- Investigar las necesidades profesionales.
- Levantar el perfil.
- Determinar las competencias profesionales.
- Determinar el método y modelo pedagógico.
- Elaborar la Planificación Curricular.

Investigación de las necesidades profesionales.

El desarrollo acelerado de la ciencia contemporánea y su creciente influencia en todas esferas las de la vida social, son rasgos que caracterizan el mundo actual, en este marco lo relacionado con el perfil profesional se presenta como elemento

impulsor de los cambios en la esfera de la educación, en el área de formación profesional, teniendo en cuenta que los nuevos procesos productivos requieren de nuevos conocimientos, destrezas, capacidades, y competencias razón por la cual se hace necesario investigar las necesidades de superación de los sujetos involucrados y dentro de ello perseguir la adecuada preparación del hombre para enfrentar y resolver de manera exitosa los problemas que se manifiestan en la misma.

Levantamiento del perfil profesional.

Se considera que el perfil profesional basado en competencias es la descripción de los saberes (saber, saber hacer, saber ser) que engloba un conjunto de competencias específicas que le permiten al sujeto actuar con propiedad en una determinada profesión o área profesional. (Forgas, 2003).

El mundo contemporáneo cada vez más globalizado y competitivo requiere de profesionales con formación y actualización constante de conocimientos, habilidades y cualidades personales que los hagan cada vez más competentes y competitivos. Para Jorge Forgas (2005), es indispensable determinar en los trabajadores que aspectos deben caracterizarlos en una esfera de producción y/o servicio, esto implica una visión más global de los procesos del contexto productivo. “La elaboración del perfil basado en competencias, se define como el documento que describe los desempeños de los sujetos en un área profesional y/o profesión” (Ibíd).

Un perfil profesional se presenta como una respuesta a las exigencias de desarrollo económico, solventa la necesidad del vínculo entre la academia y la empresa, y garantiza la adecuada calidad en la formación profesional.

La metodología para levantar perfiles.

Esta indica que primero se debe detectar las necesidades en el desempeño de los trabajadores para resolver situaciones concretas, para luego concretarlas en el perfil profesional basado en competencias y luego levantarlo, ya que todas las exigencias asociadas a la profesionalidad de los sujetos involucrados en los procesos productivos, debe ser expresada en la propuesta del perfil profesional. (Sladona, 1999). Así se establecen cuatro etapas:

- Diagnóstico y caracterización de la empresa.
- Determinación de las competencias profesionales.
- Determinación de los elementos del perfil basado en competencias.
- Instrumentación.

El diagnóstico permite analizar en la empresa la técnica, tecnología, y los recursos humanos relacionados con el perfil ocupacional actual, en la fuerza laboral se analizan el dominio y grado de experiencia de la competencia, las tareas, la determinación de las habilidades y la situación de trabajo. Para Jorge Forgas (2005) las competencias del contenido del puesto de trabajo que responden a las preguntas ¿Qué se hace?, ¿Cómo lo hace?, ¿Para qué se hace?, las condiciones personales, los requisitos y responsabilidades junto con la cultura organizacional y las condiciones de trabajo, permiten el surgimiento de un perfil profesional por competencias.

Determinación de las competencias profesionales.

Se determinan a partir de los problemas profesionales y los problemas de la profesión, estas competencias son de carácter específico, al considerarlas como las competencias del contenido del puesto de trabajo, que definen un nivel de

especificación de las competencias en el perfil. Se plantean como una división que identifican el agrupamiento significativo de actividades que dan respuestas a la profesión, entre cinco o seis competencias que identifican un carácter integrador de la profesión. Los elementos de competencia son acciones descritas como: técnicas, prácticas para responder con eficiencia a las exigencias del desempeño.

En esta etapa se percibe la importancia de establecer cuáles son las competencias que se han de declarar como portadoras del perfil que se levanta, que respondan a requerimientos conceptuales, organizacionales, interpersonales y profesionales. Además de las competencias específicas y los elementos de competencia, deben citarse los componentes del perfil profesional como: criterios de realización, el alcance y las condiciones del ejercicio profesional.

Modelo Pedagógico del diseño curricular.

El modelo pedagógico centrado en el enfoque socio – constructivista, se enmarca en el contexto social y en un proceso de interacción interpersonal. Conecta el desarrollo de ambientes de aprendizaje y la aplicación de un proceso interactivo entre los actores del proceso enseñanza aprendizaje, donde el estudiante produce conocimientos de manera colectiva y colaborativa y lo integra críticamente a su aprendizaje.

Para el DIPLEG (2007) el panorama multidimensional, al que nos enfrentamos, nos obliga a redescubrir un mundo y abandonar esquemas de antaño que no solucionan los problemas actuales. Este tiempo nos ubica en la era de la planetarización, la cual presenta nuevos retos en la educación, si se desea comprender un problema educativo, hay necesidad de contextualizarlo, analizar sus interacciones y retroacciones. Que junto al Pensamiento Complejo, el cual: *“posibilita un método de*

construcción de saberes que tiene en cuenta el entretendido de las partes, la construcción de relaciones, el caos, el cambio y la incertidumbre” (Morín 2006), deben tomarse en cuenta como fundamento para el diseño curricular por competencias.

Planificación Curricular.

Representa aquella parte del currículo que define la malla curricular, el plan de estudios y describe los módulos formativos y contenidos. Tales elementos contienen información sobre: número de créditos, carga horaria, criterios de evaluación y sistema de calificación.

Tipos de programas académicos de Posgrado.

Según el Instructivo del Reglamento para la presentación y aprobación de programas de posgrado, entregado por el CES, la *especialización* es el programa destinado a la capacitación profesional avanzada, la *maestría* es un grado académico que busca ampliar, desarrollar y profundizar en una disciplina o área específica del conocimiento y dota a la persona de las herramientas que le habilitan para profundizar teórica e instrumentalmente en un campo del saber; y el *Doctorado o PHD* es el grado de cuarto nivel más alto que otorga una universidad o escuela politécnica, su formación se centra en el área profesional para contribuir al avance del conocimiento a través de la investigación científica.

De los títulos y grados académicos.

- **Diplomado superior:** título profesional de cuarto nivel que se otorga a los graduados del tercer nivel que alcanzan conocimientos en un área específica del saber sobre la base de los estudios sistemáticos.
- **Especialistas:** título profesional de cuarto nivel que se otorga a los graduados del tercer nivel que profundizan en un área específica del conocimiento y de la práctica profesional.
- **Magíster:** grado académico de cuarto nivel que se otorga a graduados de tercer nivel que profundizan en un área del conocimiento a través de la investigación, para el desempeño laboral especializado y la investigación.
- **Doctor o PHD:** grado académico de cuarto nivel o de posgrado, otorgado a graduados y profesionales con grado académico de magíster, con formación centrada en un área profesional o científica, que contribuya al avance del conocimiento a través de la investigación científica.

Del número de créditos.

- Para obtener el título de diploma superior, la aprobación de un mínimo de quince (15) créditos del currículo. Además del trabajo de titulación correspondiente.
- Para obtener el título de especialistas, la aprobación de un mínimo de treinta (30) créditos del programa académico. Además se debe realizar el trabajo de titulación correspondiente.
- Para obtener el grado académico de magíster, la aprobación de un mínimo de sesenta (60) créditos del programa académico, incluido el trabajo de graduación correspondiente.

- El grado académico de Doctor se sujetará al reglamento aprobado.
- El programa académico se estructurará en relación con el número de créditos establecidos para posgrados será mínimo de: un semestre para diplomado, un año para especialidad, dos años para maestría, y para doctorado de acuerdo al régimen establecido.

De la modalidad de estudios.

- Modalidad Presencial, aquella en la que los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación, se desarrollan prioritariamente con la presencia física del docente y los estudiantes, en el tiempo real de 16 horas por crédito. Un crédito corresponde a 16 horas presenciales efectivas y al menos 16 horas correspondientes al trabajo autónomo del estudiante.
- Modalidad Semipresencial, los procesos de enseñanza-aprendizaje y evaluación conjugan las características y estrategias de funcionamiento tanto de la modalidad presencial como de la modalidad a distancia. El tiempo real de la interacción entre el estudiante y el docente es de 8 horas crédito, que corresponden al 50% de las horas definidas para la modalidad presencial y al menos 24 horas de trabajo autónomo del estudiante.
- Modalidad a distancia, en la que los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación, se desarrollan prioritariamente a través del trabajo autónomo del estudiante mediado por tecnologías de información y comunicación, para compensar la separación física entre el docente y el estudiante. La interacción entre el estudiante y el docente es de al menos 3 horas por crédito y al menos 29 horas de trabajo autónomo del estudiante. Para el

trabajo de graduación, un crédito corresponde a 8 horas de tutorías en tiempo real y 24 horas de trabajo autónomo del estudiante.

2.4.2 Fundamentación teórica de la Variable Dependiente.

2.4.2.1 Sector Textil Confecciones Ecuatoriano.

Contexto.

La actividad textil y de confecciones constituye una importante industria integradora que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, pecuaria, industria de plásticos, industria química, comercial, turística, servicios de publicidad, diseño, logísticos, etc. Según la Asociación de Industriales Textileros del Ecuador (AITE), el Sector Textil y Confecciones Ecuatoriano es el segundo sector en importancia para la generación del PIB industrial. Ecuador exporta (textiles y confecciones) anualmente a 70 países del mundo, entre los más importantes Colombia, Venezuela, EEUU, y Perú. Tales parámetros evidencian un potencial importante del sector, según la última encuesta publicada por el INEC 2010, el sector textil-confección genera más de 160 mil empleos directos (73% urbano y 27% rural).

Luego de que por varios años la entrada libre de textiles y mercadería provenientes de otros países afectara negativamente a la producción nacional, a partir del 2010, la industria cuenta con una medida de protección permanente, el arancel mixto que consiste en el pago de 5,5 dólares por kilo neto importado y un ad-valorem del 10%. (Prendas de vestir y lencería de hogar). Decreto ejecutivo 372 del 28 de mayo del 2010. Además la participación del sexo femenino en la industria dedicada a la

fabricación de prendas de vestir es del 74,76%. (INEC, Encuesta de Manufactura y Minería. 2010). Más del 50% de los hogares realizan gastos en prendas de vestir y calzado de manera trimestral, sin embargo la producción de algodón en el país apenas representa el 3% de los requerimientos para el sector.

Entidades que han palpado la realidad del Sector Textil y Confecciones han detectado diversos problemas dentro de: *el ámbito productivo*: mano de obra calificada acorde a las necesidades del sector, carencia de innovación en modas y diseño, la falta de normativas y estandarización de producción para productos textiles, difícil acceso a materia prima con calidad y requerimientos especiales, informalidad laboral, y subutilización de maquinaria con tecnología de punta debido a la falta de conocimiento de los operarios. *En el ámbito financiero*: No acceso al financiamiento público y privado, débil acceso a los bienes de capital insuficientes, informalidad empresarial y laboral, lo que restringe, trámites burocráticos en las instituciones públicas, Tasas de interés que no incentivan la producción materia prima textil. *En la parte Logística*: Niveles de materias y suministros insuficientes, altos niveles de contrabando textil, débil servicio de atención al cliente, ineficiencia y corrupción en aduanas crediticias, incremento constante de precios en las materias primas.

Al detallar el Sector Textil Confecciones, Germán Flores (2011), indica que dentro del Código de la Producción, el rol del Estado para la transformación de la matriz productiva, establece el promover el desarrollo productivo nacional y territorial, generar sostenibilidad al sector productor textil y confecciones, mejorar la rentabilidad en todos los eslabones del sector textil, transformar productivamente al sector textil y confecciones bajo los lineamientos de innovación, financiamiento y logística. El llevar a cabo estas acciones dará como resultado la mejora de la

productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, en miras a participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva.

El sector textil y de confección, aspira que todos los proyectos ejecutándose y por ejecutarse, como el Centro de innovación tecnológica INNOVACENTRO y RENOVA permitan la Capacitación en competencias laborales a operarios, mandos medios y técnicos; la normalización, asistencia técnica en patronaje y escalado, el desarrollo del centro de investigación e innovación en modas y diseño, la investigación de nuevas fibras, la implementación de normativas y estandarización, la compra de materia prima de manera asociativa, la información actualizada de la industria del sector textil, los créditos para capital de trabajo, la política de protección comercial, los créditos para activos fijos, el control de contrabando, el acceso sin complicaciones al crédito público, el fortalecimiento de la inteligencia de mercados; en fin, acciones que resuelvan la problemática por la que atraviesa el sector y permitan la sostenibilidad del mismo.

2.4.2.2 Diseño de Moda.

Para Sue Jenkyn (2005), el diseño de moda se plantea como una metodología que proyecta y aporta en la planificación estratégica de una empresa, por lo que se le puede definir como una fase que integra comercialización con gerencia; estos aspectos influyen en el nuevo enfoque de las empresas de moda, y por ende en la función que el diseño de modas y el diseñador ejercen en ella. Los cambios que han afectado al sector textil confecciones requieren de la integración de las áreas claves de la empresa para asumir responsabilidades en conjunto. La necesidad de una

nueva interrelación, equilibrada y comprensiva permite que existan dos funciones que son función de diseño y función de gestión que se complementan y son fundamentales en las empresas de la industria del vestido.

2.4.2.3 Competencias.

El mundo globalizado y la sociedad consumista a la que nos enfrentamos llevan a preguntarnos. ¿Qué tipo de preparación deben tener los trabajadores y profesionales que se enfrentan a los retos de una sociedad integrada y productiva? A este respecto Marta Aguiar (2005) menciona que: “Para competir, además de ser competitivo, hay que ser competente”, así el empleado que demuestra pericia, aptitud e idoneidad para desempeñar una actividad puede llamarse competente. Existen diversos tipos de competencias, sin embargo la presente investigación se centra en las competencias laborales y profesionales.

2.4.2.4 Competencias Laborales y Profesionales del Diseñador de Modas.

Se define a *la Competencia laboral* “como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada”. Cinterfor (2003). Esta definición establece que una competencia laboral es saber hacer algo que responda a las necesidades del mercado. Este tipo de competencias preparan al individuo para resolver problemas específicos y pueden brindar mejores resultados que una educación universitaria. Se refieren principalmente a desempeños de orden técnico que requieren de conocimientos y su aplicación práctica; para desempeñar las actividades que componen una función laboral, según los estándares y la calidad establecidos por la empresa y/o por el sector productivo correspondiente.

De orden Técnico.

Para Martha Aguiar (2005), las competencias mantienen dos tendencias: la primera, la tendencia laboral, aquella que capacita al estudiante en la tarea que desempeñará en su entorno profesional, reafirma la educación técnica; persigue una educación que fundamenta su accionar en la práctica. Mientras que en la tendencia académica el alumno puede vivir su propia experiencia de aprendizaje. (Huerta, 2004). El profesional en diseño de modas debe desarrollar ciertas competencias de orden técnico como:

Corte de Piezas de vestir, **Patronaje** Industrial de prendas de vestir, **Confección** de prendas de vestir, este tipo de competencias son la base del diseño de moda y de la fabricación de prendas ya que intervienen en la cadena de desarrollo de pre-producción, producción y post-producción; permiten establecer elementos de carácter técnico desde el patronaje, pasando por el corte y llegando a la confección y las respectivas técnicas de manufactura que interviene en cada una de ellas.

Los sistemas basados en competencias laborales responden al mundo empresarial, ese cosmo que domina gran parte de la sociedad, sus actores principales – los empresarios – indican que sería oportuno que los universitarios conozcan las posibilidades y los requerimientos reales del mercado laboral para su exitosa inserción, también opinan que la academia debería revelar esta realidad laboral técnica el momento de diseñar currículos para una carrera profesional.

Las Competencias profesionales: Son aquellas propias de una determinada profesión. Funciones, tareas y roles de un profesional, incumbencia para desarrollar idóneamente su puesto de trabajo y suficiencia que es el resultado y objeto de un proceso de capacitación y cualificación. (Estrada 2010).

La competencia profesional la tiene aquel que: “dispone de los conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible, está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo” Cinterfor (2003). A diferencia de las competencias laborales, en las competencias profesionales está inmersa la calificación que es la capacidad adquirida para realizar un trabajo. Además existe el modelo de gestión por competencias el cual es: “Un modelo que se viene delineando como uno de los más adecuados para los nuevos tiempos”.

El diseñador de moda requiere de competencias en las que se trate de adoptar lo cotidiano, de competencias profesionales denominadas integrales, éstas se caracterizan por un *currículum por competencias profesionales integrales que articulan conocimientos globales, conocimientos profesionales sumados a experiencias laborales*, el cual, se propone reconocer las necesidades y problemas de la realidad. Tales necesidades y problemas se definen mediante el diagnóstico de las experiencias de la realidad social, de la práctica de los profesionales, del desarrollo de la disciplina y del mercado laboral. Estos elementos “permiten identificar las necesidades hacia las cuales se orientará la formación profesional, de donde se identificarán las competencias profesionales integrales, o genéricas, indispensables para el establecimiento del perfil de egreso del futuro profesional”. (Huerta, 2000).

En relación con las universidades, éstas cumplirán un papel bastante claro, el de formar los recursos humanos preferentemente para las empresas, lo que aparece como un hecho natural en el contexto de la globalización, incluso aparece como una ventaja de las competencias. Las competencias se crearon para generar

profesionales muy creativos y adaptables en todas sus formas y características, las competencias son una alternativa dentro de la globalización. Una alternativa para formar un profesional en mejores condiciones para su inserción laboral.

Dirección del diseño de moda.

Conocer y manejar operativamente los beneficios que el diseño puede aportar a la empresa, sus campos de aplicación y niveles de integración, requiere sobre todo capacidad de dirección y gestión. Como en todo desarrollo cualitativo, el éxito en la incorporación de nuevas tecnologías, nuevos procesos y nuevos servicios depende de una ampliación del “saber hacer” de la empresa. Por tanto, entre la detección de la necesidad de utilizar el diseño y su incorporación práctica intervienen capacidades y actividades específicas, denominadas “dirección de diseño” o “gestión de diseño”. (Dilon, 2012).

La dirección de diseño consiste en el conjunto de actividades dirigidas a coordinar los recursos humanos y materiales internos o/y externos necesarios para llevar a término proyectos, programas, políticas o estrategias de diseño, vinculándolos a los objetivos empresariales. La gestión del diseño es una figura profesional relativamente nueva, que se define con mayor claridad desde los años noventa. Nace como figura organizativa de orientación a la “calidad total”, para el mejoramiento de la cultura de la empresa.

Hoy su rol es estratégico y consiste en *“fundar la cultura de empresa y la cultura de proyecto, integrando innovación proveniente del mundo del diseño con la estrategia*

de la empresa para realizar productos y servicios convincentes para el mercado” Ana Lucía Jaramillo (2012).

Desarrollo de productos de moda.

Es importante establecer interrogantes para el desarrollo de productos o colecciones de moda. El planteamiento de un nuevo producto de moda, sugiere realizar un análisis con miembros internos y externos a la empresa, para definir el concepto de un nuevo producto y responder a preguntas como: ¿Quién utilizará el producto?, ¿Qué beneficios básicos aporta al consumidor?, ¿En qué modo y momento se usará?, ¿Cuál es el nivel de precio en el que se ubicará?, ¿Qué relación debe tener con la empresa?, ¿Qué relación tiene con otros productos del mercado?

Innovación en diseño de moda.

Las nuevas tendencias indican que no podrán incorporar diseño aquellas empresas que no tengan predisposición a la innovación y sean reticentes a un cambio. Bien a través de una actitud estratégica ofensiva liderando el mercado; o bien a través de una actitud estratégica de homologación apostando por equipararse en calidad, sin realizar innovaciones radicales como generación de nuevos conceptos pero sí en desarrollo. Así mismo no podrán incorporar diseño aquellas empresas que no cuenten con una estructura variable, equipos interdepartamentales, con tareas detalladas por cada componente del equipo y un sistema de decisiones y control basado en la comunicación y el autocontrol. Dentro de las empresas de confección,

aquellas que han conseguido incorporar al diseño es porque le han dado un lugar significativo, la clara implantación del departamento de diseño establece estrategias industriales y comerciales, por tanto, ha de considerarse que el compromiso e implicación de la dirección con el diseño constituye un elemento imprescindible. Carlos Trujillo (2012).

Departamentos de Diseño.

El departamento de diseño constituye, en las empresas de moda, la pieza clave generadora de procesos que marcan la diferenciación y elevan el nivel de competitividad.

Funciones del Departamento Diseño.

Las funciones de este departamento son:

- Relevancia al diseño con actividades generales de la empresa.
- Desarrollo del proceso de diseño como línea permanente.
- Llevándolo a cabo como una actividad interna.
- Desarrollo de un producto innovador, comunicarlo y venderlo.

La gestión de este departamento, permite que una empresa de confección adopte la orientación a la diferenciación, la cual consiste en diversificar el producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que el mercado perciba como único, de difícil semejanza. Los métodos para la diferenciación pueden adoptar muchas formas: diseño o imagen de marca, tecnologías de producto, proceso, distribución, servicio al cliente. Debe tenerse en cuenta que la estrategia de diferenciación no ignora los costos, sino que más bien no son el objetivo estratégico primordial de la competencia. La diferenciación, de tener éxito, es una estrategia viable para obtener

beneficios superiores al promedio del sector, porque crea una posición muy defendible ante las cinco fuerzas competitivas, a pesar de que no constituya un liderazgo en costos. La diferenciación proporciona aislamiento contra la rivalidad competitiva debido a lo específico de su posición respecto a la competencia.

La resultante lealtad del cliente y la necesidad del competidor para salvar el carácter diferencial, proporciona barreras de entrada. La diferenciación produce márgenes más elevados para tratar con el poder proveedor y claramente debilita el poder del comprador porque carece de alternativas sustituibles con facilidad. Es más común que para lograr la diferenciación se requiera ceder en la búsqueda de reducir los costos, pues las actividades para diferenciarse requieren que el departamento de diseño invierta en: extensa investigación, diseño novedoso de producto, materiales de alta calidad o y servicio al cliente.

2.5 HIPÓTESIS.

El Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas optimizará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.

- **Variable Independiente:** Diseño Curricular de un Programa de Posgrado.
- **Variable dependiente:** Competencias Laborales y Profesionales de los Diseñadores de Moda.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA.

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO.

La presente investigación se rige por un enfoque cualitativo y cuantitativo. Según Herrera (2004): una investigación predominantemente cualitativa es conocida como naturalista, participativa, etnográfica, humanista, interna e interpretativa; al analizar las exigencias del sector productivo dentro de las competencias laborales y profesionales de un Diseñador de Modas se pretende hacer énfasis en los procesos de diseño, con carácter holístico e interpretar una realidad socioeducativa. Responde, además al enfoque cuantitativo, por que se obtuvieron datos numéricos mismos que fueron tabulados estadísticamente.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de la presente investigación responde a una la investigación de campo, y documental-bibliográfica.

Herrera y colaboradores (2004) indican que la investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos, el proyecto de investigación regido por esta modalidad logra que el investigador tome

contacto en forma directa con la realidad, misma que servirá para obtener información. En el presente proyecto se desarrolló esta investigación al visitar Empresas de confección del sector productivo de la Provincia de Tungurahua de la Asociación de Confeccionistas Textiles (ACONTEX) y sus respectivos Departamentos de Diseño para detectar las exigencias del sector productivo dentro de las competencias laborales y profesionales del Diseñador de Modas. Además, dentro de la Universidad Técnica de Ambato, se recogió criterios y opiniones de especialistas en diseño curricular y autoridades la academia sobre el tema investigado.

Por otra parte la investigación documental-bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión específica, basados en fuentes primarias y/o secundarias (Herrera, 2004). En este estudio se aplicó una comparación a los diferentes procesos y métodos de producción dentro del departamento de diseño y se amplió la información de acuerdo a las referencias consultadas como libros, textos, artículos y publicaciones.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se enmarca en un nivel de asociación de variables, que permite medir la relación entre los sujetos del contexto determinado. El objetivo es que este tipo de investigación permita evaluar las variaciones de comportamiento de una variable en función de la otra y medir el grado de relación para finalmente determinar tendencias (Ibíd.).

Dentro de la presente investigación según la hipótesis planteada se logró evaluar cómo reacciona la variable: Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en función de la otra: Competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de

moda; esto permitió medir el grado de relación entre variables e identificar tendencias en los profesionales del área y del sector textil obteniendo predicciones que se estructuran en el diseño curricular planteado. Se utiliza además el nivel descriptivo el cual caracteriza a una comunidad, nos permite comparar entre dos o más fenómenos, situaciones o estructuras y tiene interés de acción social. La presente investigación, compara los resultados de la escasa formación de posgrado con los posibles efectos positivos que generaría el capacitar y actualizar a diseñadores de moda con un estudio de posgrado, proyecto que cumple un accionar social.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población destinada para la presente investigación son los profesionales Diseñadores de Moda, Ingenieros en Diseño de Moda, Ingenieros en Procesos y Diseño de Modas, e Ingenieros Industriales mención Modas graduados en la provincia de Tungurahua. Basados en los libros de titulación que reposan en las Universidades que ofertan diseño en la ciudad de Ambato y considerando que dentro de la Provincia únicamente este cantón oferta titulaciones de tercer nivel para profesionales en diseño de moda, se puede notar que: la Pontificia Universidad Católica Extensión Ambato (PUCESA) ha graduado a 15 Ingenieros en Diseño Industrial Mención Modas; la Universidad Cristiana Latinoamericana (UCL) (actualmente cerrada por el CAACES) graduó a 14 Ingenieros en Diseño de Modas y la Universidad Técnica de Ambato (UTA) a 61 Diseñadores de Moda e Ingenieros en Procesos y Diseño de Modas; datos que plantean una población de 90 profesionales.

Los 90 profesionales en diseño representan los potenciales maestrantes de toda la Provincia de Tungurahua ubicados en su mayoría en el Cantón Ambato, en vista de que en los demás cantones como Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Pillaro,

Quero y Tisaleo no existen Instituciones de Educación Superior que oferten una titulación de tercer nivel en el área, solamente se pudo constatar que existen tres Colegios que ofertan el Bachillerato Técnico en Industria del Vestido y cuatro Academias de Corte y Confección lo que nos lleva a concluir que en la Provincia de Tungurahua únicamente el Cantón Ambato sería el mercado potencial para ofertar estudios de posgrado en diseño de modas.

Para obtener la muestra se ha aplicado un muestreo probabilístico al azar que selecciona a los elementos de forma individual y directa, es decir que todo elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra (Herrera, 2004). La fórmula de muestreo aplicada en la presente investigación considerando un error de muestreo del 5%, ha arrojado como resultado una muestra de 74 Profesionales del Diseño de moda que serán el objeto de estudio (Véase Anexo 1). Sin embargo por razones de confiabilidad de la investigación se trabaja con toda la población. Además se tomará en cuenta a 35 empresarios y sus respectivos departamentos de diseño asociados a ACONTEX que representan a la Provincia de Tungurahua y la región 3 del país; y en vista de que la Academia forma parte vital de la investigación, se tomará en cuenta a Autoridades, y Especialistas expertos en Diseño Curricular.

Población y Muestra.

Informantes	Población
Profesionales del Diseño de Modas de la Provincia de Tungurahua.	90
Empresarios de ACONTEX.	35
Departamentos de Diseño de Empresas de Acontex.	35
Representantes del sector Textil.	5
Autoridades de la Academia.	5
Especialistas en Diseño Curricular.	5
Total	175

Cuadro No.1: Población y muestra.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

- VARIABLE INDEPENDIENTE: Diseño Curricular de un Programa de Posgrado.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas / Inst.
<p>Diseño Curricular de un Programa de Posgrado.</p> <p>Se define al Diseño Curricular como :</p> <p>“El currículum es el proyecto de País. El proyecto de país es la esperanza que ese país tiene de sí mismo. Todo plan de estudios de un sistema educativo es el boceto de lo que podrá hacer el futuro ciudadano.”(Cirigliano)</p> <p>“Una propuesta educativa y un plan de acción para llevarlo a cabo en una comunidad educativa específica” BARROS, T.</p>	<p>1. Estructura Curricular.</p> <p>2. Currículo basado en competencias.</p>	<p>1.1 Macrodiseño curricular.</p> <p>1.2 Mesodiseño curricular.</p> <p>1.3 Microdiseño curricular.</p> <p>2.1 Investigación de necesidades.</p> <p>2.2 Levantamiento de perfiles.</p> <p>2.3 Determinación de competencias.</p>	<p>Dentro de la estructura del diseño curricular ¿Qué considera como macrodiseño, mesodiseño y microdiseño curricular?</p> <p>¿Qué funciones y responsabilidades le otorgaría a un profesional diseñador de modas especializado?</p> <p>¿Cómo ha visto el desarrollo de la educación de cuarto nivel en la región 3 del país?</p> <p>¿Qué establece el Plan Nacional de Desarrollo con relación a la región 3 del país y al clúster textil, diseño y confecciones de la Provincia de Tungurahua?</p> <p>¿Qué factores considera Ud. que han influido para que sean escasos los programas de cuarto nivel para los</p>	<p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario</p>

<p>(2010)</p> <p>“ Currículo son todas las experiencias, actividades, materiales, métodos de enseñanza y otros medios empleados por el profesor o tenidos en cuenta por él, en el sentido de alcanzar los fines de la educación” (UNESCO, 1958)</p>	<p>3. Tipos de Programas.</p>	<p>2.4 Modelo Pedagógico y metodología.</p> <p>2.5 Planificación curricular.</p> <p>2.1 Diplomado.</p> <p>2.2 Especialización.</p> <p>2.3 Maestría.</p> <p>2.4 Doctorado o PHD.</p>	<p>profesionales del diseño de moda en nuestro país?</p> <p>¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para aplicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategias de desarrollo de marca ✓ Programar colecciones de moda ✓ Establecer un diagnóstico de mercadeo ✓ Brindar una asesoría de comercialización ✓ Emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda ✓ Brindar asesoría sobre gestión de producción de moda. <p>¿Qué modelo pedagógico y metodología aplicaría para el diseño curricular por competencias de un posgrado?</p> <p>¿Qué dimensión epistemológica y dimensión técnica aplicaría para el diseño curricular por competencias de un posgrado?</p> <p>Dentro de la estructura del diseño curricular ¿Cómo define al plan de estudios?</p>	<p>estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado. T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p>
---	-------------------------------	---	--	---

			<p>¿Considera Ud. pertinente una formación de cuarto nivel para profesionales diseñadores de moda?</p> <p>¿Qué tipo de formación de cuarto nivel tomaría?</p> <p>Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Ha cursado o está cursando actualmente alguno de los siguientes programas de posgrado? Diplomado, Especialización, Maestría, Doctorado, PHD, Ninguno.</p> <p>Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Cuenta Ud. con algunos de los siguientes títulos de formación de posgrado reconocido por la SENESCYT? Diplomado, Especialización, Maestría, Doctorado, PHD, Ninguno.</p> <p>Si se le presenta la oportunidad de seguir una formación de posgrado dentro de su área el diseño de modas, ¿Qué tipo de formación de cuarto nivel tomaría? Diplomado, Especialización, Maestría, Doctorado, PHD, Ninguno.</p> <p>¿El Diseñador de modas que trabaja en su empresa cuenta con alguna de las</p>	<p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista. I: Cuestionario estructurado.</p>
--	--	--	--	---

			<p>siguientes titulaciones de posgrado? Diplomado, Especialización, Maestría, Doctorado, PHD</p> <p>¿Qué especificaciones y número de créditos se establece para cada programa de posgrado?</p> <p>¿Qué opina de la estructura implantada por el CES para la presentación de programas de posgrado?</p> <p>¿Qué tipo de formación de posgrado responde a las exigencias del contexto?</p>	
--	--	--	---	--

Cuadro No.2: Operacionalización de variable dependiente.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

- VARIABLE DEPENDIENTE: Competencias Laborales y Profesionales de los diseñadores de moda.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas / Inst.
-------------------	-------------	-------------	---------------	------------------

<p>Competencias Laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda.</p> <p>La definición de competencias laborales: “Aquellas requeridas para el desempeño de una función en un puesto de trabajo. Son desempeños de orden técnico que requieren de conocimientos y su aplicación práctica para desempeñar las actividades que componen una función laboral, según los estándares y la calidad establecidos por la empresa y/o por el sector productivo correspondientes.” ESTRADA. J (2010)</p> <p>La definición de competencias profesionales: “son aquellas propias de una determinada profesión, funciones, tareas, roles de</p>	<p>1. Competencias Laborales.</p> <p>2. Competencias Profesionales.</p> <p>3. Departamentos de Diseño.</p>	<p>1.1 De orden técnico.</p> <p>2.1 Gestión en diseño de moda. 2.2 Desarrollo en Diseño de moda. 2.3 Innovación en diseño de moda.</p> <p>3.1 Funciones del Departamento de Diseño.</p>	<p>¿Qué competencias laborales debería evidenciar un profesional en diseño con formación de cuarto nivel?</p> <p>¿Cree Ud. que es necesario que el Diseñador de Modas que trabaja para su empresa actualice o especialice su conocimiento constantemente en temas relacionados con diseño y producción de moda?</p> <p>¿En qué medida considera Ud. que es competente para aplicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategias de desarrollo de marca ✓ Programar colecciones de moda ✓ Establecer un diagnóstico de mercadeo ✓ Brindar una asesoría de comercialización ✓ Emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda ✓ Brindar asesoría sobre gestión de producción de moda. <p>Dentro del departamento de diseño: ¿Aplica estrategias de desarrollo de marca?</p>	<p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta. I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Observación. I: Lista de Cotejo. T: Observación. I: Lista de Cotejo. T: Observación. I: Lista de Cotejo. T: Observación.</p>
---	--	---	---	--

<p>un profesional, incumbencia para desarrollar idóneamente su puesto de trabajo y suficiencia que es el resultado y objeto de un proceso de capacitación y cualificación". ESTRADA. J (2010)</p>			<p>¿Desarrolla investigación para productos de moda?</p> <p>¿Programa colecciones de moda y las desarrolla?</p> <p>¿Aplica estrategias de mercadeo y comercialización?</p> <p>¿Aplica estrategias que generen innovación?</p>	<p>I: Lista de Cotejo.</p>
---	--	--	---	----------------------------

Cuadro No.3: Operacionalización de variable independiente.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Las técnicas utilizadas para recolectar la información en la presente investigación son la entrevista, la encuesta, y la lista de cotejo; puesto que se está en contacto con el objeto de estudio en escenarios como empresas de producción textil y sus departamentos de diseño; además se aplican entrevistas a involucrados lo que permite analizar las exigencias laborales y profesionales en el área del Diseño de Modas en el sector productivo de confección textil de la Provincia de Tungurahua para considerarlo como parte del estudio formal del Programa de Posgrado.

Estas matrices de entrevistas y encuestas contribuyen en la definición del perfil profesional del Diseñador de Modas que requiere el sector productivo de confección textil de la Provincia de Tungurahua.

Para la organización y estructura del Diseño Curricular del Programa de Posgrado en Diseño de Moda que requiere el sector productivo de confección textil representado por Acontex en la Provincia de Tungurahua y su respectiva presentación a la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, se utiliza como instrumentos la encuesta direccionada a especialistas en diseño curricular.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Detectar los niveles de formación de posgrado, las competencias profesionales y laborales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua y las exigencias del sector productivo de confección textil para estos profesionales.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Diseñadores de Moda, Ingenieros en Diseño de Modas, Ingenieros Industriales con mención en Modas, graduados en la Provincia de Tungurahua.

3.- ¿Sobre qué aspectos?	Competencias laborales y profesionales dentro de la esfera ocupacional, esfera tecnológica, esfera expresiva, y esfera de mercado en diseño de modas.
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigadora.
5.- ¿A quiénes?	Profesionales del diseño Moda, Empresarios del sector de confección textil, Representantes de entidades relacionadas con el sector textil, Autoridades de la academia y Especialistas en diseño curricular.
6.- ¿Cuándo?	De septiembre a diciembre de 2012.
7.- ¿Dónde?	Empresas de confección textil y departamentos de diseño asociados a ACONTEX, Entidades relacionadas con el sector de confección textil, UTA.
8.- ¿Cuántas veces?	Prueba piloto y su respectiva aplicación.
9.- ¿Cómo? ¿Qué técnicas?	<p>Técnica: Encuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Matriz de encuesta aplicada a 90 Profesionales del Diseño de Moda. • 1 Matriz de encuesta aplicada a 35 Empresarios del sector de confección textil asociados a Acontex. <p>Técnica: Observación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Matriz de observación aplicada a 35 Departamentos de diseño. <p>Técnica: Entrevista.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Matriz de entrevista aplicada a 5 Representantes de entidades relacionadas con el sector textil. • 1 Matriz de entrevista aplicada a 5 Autoridades de la academia. • 1 Matriz de entrevista aplicada a 5 Especialistas en diseño curricular. (Véase anexo 2)
10.- ¿Con qué?	<p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario estructurado. • Cuestionario estructurado. • Lista de Cotejo.

Cuadro No.4: Plan de recolección de la información.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Dentro del procesamiento de la información se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: limpieza de la información, tabulación de datos y elaboración de cuadros y gráficos. Para el proceso de limpieza de datos se tomaron los datos revelados en las encuestas eliminando las respuestas contradictorias, incompletas y no pertinentes; y para su respectiva tabulación se presentan por medio de:

- Representación tabular, para ordenar los datos en filas y columnas.
- Representación gráfica, para presentar datos porcentuales.
- Representación de carácter tabular y gráfica.

Una vez recogidos los datos se procedieron a analizar e interpretar los resultados teniendo en cuenta el Marco Teórico, se empleó un modelo estadístico para la comprobación matemática de la hipótesis, la misma que fue verificada con el análisis y la aplicación estadística.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

4.1.1 Resultados de la entrevista dirigida a Especialistas en Diseño Curricular.

Pregunta 1: ¿Cómo ha visto el desarrollo de la formación de posgrados en la región 3 del país? El alto porcentaje de especialistas consideran escaso el desarrollo de estudios de posgrado en el centro del país, más consideran que en los últimos años el estudiar una Especialidad o Maestría se generalizó ampliamente en el Ecuador. Lo que nos lleva a deducir que la formación de cuarto nivel en la región 3 del país no se ha desarrollado como debiese.

Pregunta 2: ¿Qué modelo pedagógico y metodología aplicaría para el diseño curricular por competencias de un programa de posgrado? En su mayoría los entrevistados consideran que el modelo pedagógico debe ser el socio - constructivismo, y la metodología, debe perseguir el enfoque funcional para identificar las competencias laborales asociadas a una actividad, para ello sugieren el Método de Análisis Funcional, ya que parte del análisis de funciones dentro de un puesto de trabajo. Sugieren además que el método DACUM -Desarrollo del Currículo- como una matriz que facilita la descripción del mismo.

Pregunta 3: ¿Qué dimensión epistemológica y teórica aplicaría para el diseño curricular por competencias de un posgrado? Los entrevistados consideran que el pensamiento complejo y sistémico complementado con la formación por competencias constituye la base sobre la cual cimentar el currículo de una formación de posgrado. Opinan que el pensamiento complejo posibilita un método de construcción de saberes que tiene en cuenta la relación entre las partes. De esto se puede inferir que, en la presente propuesta curricular, el fundamento

epistemológico será: el pensamiento complejo y el fundamento teórico: la formación por competencias.

Pregunta 4: Dentro de la estructura del diseño curricular ¿Qué considera como macrodiseño curricular y microdiseño curricular? En su mayoría los entrevistados consideran que el macrodiseño curricular abarca la parte general del currículo como identificación de problemas de la profesión; el meso currículo se compone del perfil profesional y el perfil ocupacional; mientras que el microdiseño curricular son los programas y módulos formativos. Entonces de esto se puede inferir que el macro currículo abarca toda la generalización del currículo, el meso currículo lo conforman los perfiles y el micro currículo lo conforman los programas formativos.

Pregunta 5: ¿Qué opina de la estructura implantada por el CES para programas de posgrado? Los entrevistados coinciden en que este ente regulador ha actualizado la matriz pero que más que cuestionar o no la estructura del CES, el currículo del posgrado debería diseñarse bajo esos parámetros, si se persigue la aprobación y la puesta en marcha del programa. Se puede concluir entonces que, el diseño curricular, debe seguir la estructura implantada por el CES.

Pregunta 6: ¿Qué número de créditos establece el CES para cada programa de posgrado? En su mayoría los entrevistados coinciden que en programas de posgrado un crédito equivale a 16 horas presenciales efectivas y 16 correspondientes al trabajo autónomo, y que a una maestría la conforman 60 créditos. De ahí entonces debe tomarse en cuenta que un crédito equivale a 32 horas.

4.1.2 Resultados de entrevistas dirigidas a Autoridades de la Academia.

PREGUNTA 1: ¿Qué factores considera Ud. que han influido para que sean escasos los programas de cuarto nivel para los profesionales Diseñadores de moda en nuestro país? Autoridades de la Academia consideran que el factor más influyente para que sean escasos los programas de posgrado de cuarto nivel para diseñadores de moda es el poco interés de especialistas en el área para desarrollarlos, y el escaso recurso humano profesional al respecto. De esto se puede deducir que existe la necesidad de especialistas en el área que desarrollen los programas y los presenten.

PREGUNTA 2: ¿Considera Ud. pertinente una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda? Los entrevistados consideran de vital importancia la formación de posgrado en el área de diseño de modas, sobretodo tomando en cuenta las exigencias de titulación planteadas por la LOES para los docentes universitarios. Es una necesidad y se requiere diseñadores con una formación de cuarto nivel que están vinculados a la Academia. De esto se toma en consideración la pertinencia de formar diseñadores de moda con un grado académico de posgrado.

PREGUNTA 3: ¿Qué programa de posgrado le parece más pertinente y viable para un profesional diseñador de modas? Diplomado. Especialización. Maestría. Doctorado, PHD. En su mayoría los entrevistados consideran que la Maestría es el grado académico de titulación más acorde a las exigencias del LOES, pero sobretodo el más factible para desarrollarlo. De esto se puede concluir que la Maestría es el programa de posgrado sugerido por autoridades de la Academia.

PREGUNTA 4: Analizando el contexto social y productivo del país, ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el diseñador de modas? Investigación para producción de moda, Desarrollo e

innovación de productos de moda, Macro creación de marca y montaje de colecciones, Diseño de moda sustentable y sostenible. Los entrevistados consideran que los temas citados deberían ser fusionados, y solo en una denominación abarcar todos los temas que mantienen relación y pertinencia con el sector. Entonces se deduce que se debe tomar en cuenta en la estructura del diseño curricular del programa de posgrado estos temas.

PREGUNTA 5: ¿Qué tipo de normativa legal o reglamentos deben tomarse en cuenta para la presentación y aprobación de un programa de posgrado dentro de la UTA? Los entrevistados consideran que la normativa legal para el desarrollo de un programa de posgrado es el Reglamento del Centro de Estudios de Posgrado CEPOS, pero sobretodo el Reglamento para la Presentación y Aprobación de Programas de Posgrado del CES. De esto se puede inferir que la normativa legal a tomarse en cuenta para el presente proyecto de investigación es el Reglamento de Presentación y Aprobación de Programas de Posgrado.

4.1.3 Resultados de entrevistas dirigidas a Representantes del Sector Textil.

PREGUNTA 1: ¿Qué establece el Plan Nacional de Desarrollo con relación a la región 3 del país y al clúster textil, diseño y confecciones de la Provincia de Tungurahua? Mediante el Plan del Buen Vivir el aporte al sector productivo ha sido apuntar a la reducción de la pobreza, la distribución equitativa de recursos económicos, la desconcentración del aparato productivo en las regiones de acuerdo a sus potencialidades, la sustitución de importaciones, los rubros atractivos para bolsa de exportación; todas estas líneas estratégicas apuntan a la política productiva a nivel nacional; implementados por el MCPEC, MIPRO, SETEC y PROEXPORT, y la política provincial deben alinearse a este plan de desarrollo. Por ello los entrevistados consideran que en Tungurahua se manejan 5 rubros:

ecoturismo, cuero y confecciones, productos alimenticios, carrocías, y textiles y confecciones como un enlace entre política estatal, macro política y micro política. De esto se puede deducir que los objetivos del plan han generado un programa de transformación de la matriz productiva dentro del país y la región 3; además, en la provincia, se ha dado impulso al clúster textiles y confecciones, y cuero y calzado.

PREGUNTA 2: En tal virtud, ¿Considera Ud. Pertinente una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda? Los entrevistados consideran que si es pertinente la formación de posgrado para diseñadores de moda en la Provincia. De esto se puede concluir que es pertinente por que las líneas de política regional y provincial apuntan a dos clúster: el clúster textiles y confecciones, y cuero y calzado.

PREGUNTA 3: ¿Qué temas - que tenga pertinencia con el Plan de Desarrollo Nacional - considera de interés para una formación de posgrado de diseñadores de moda? Los entrevistados consideran que el Plan de Desarrollo contiene programas y políticas relacionados con la producción y que por ello sería importante el tema desarrollo del producto y desarrollo de la marca.

PREGUNTA 4: ¿Qué competencias laborales y profesionales considera Ud. que debe cumplir un Diseñador de moda que haya cursado una formación de posgrado? Opinan que en función del sector textil y confecciones las competencias deberían orientarse hacia la investigación de perfiles del consumidor y el fortalecimiento del producto por medio de colecciones. Entonces se puede deducir que es indispensable la formación del diseñador en temas de estudio del consumidor y desarrollo de colecciones.

PREGUNTA 5: Analizando el contexto social y productivo del país, ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el

diseñador de modas? Investigación para producción de moda, Desarrollo e innovación de productos de moda, Macro creación de marca y montaje de colecciones, Diseño de moda sustentable y sostenible. En su mayoría los entrevistados consideran que el Desarrollo e innovación de productos de moda y Macro creación de marca y montaje de colecciones, son temas que estarían en función de las necesidades de las empresas. Lo que nos lleva a concluir que temas como la investigación y el desarrollo de colecciones deben ser tomados en cuenta para el diseño curricular.

4.1.4 Resultados de encuestas dirigidas a Profesionales Diseñadores de Moda.

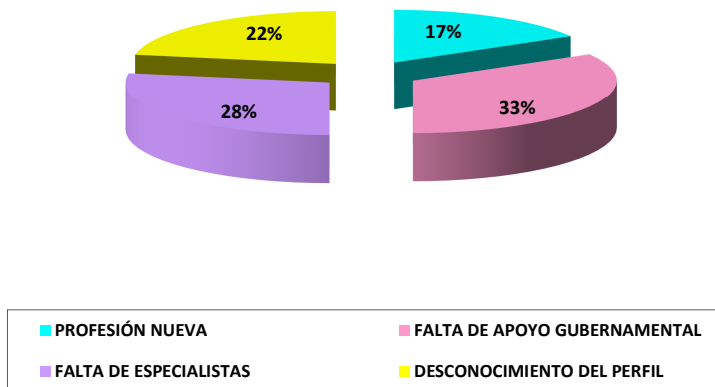
PREGUNTA 1: ¿Qué factores considera Ud. que han influido para que sean escasos los programas de cuarto nivel para los profesionales del diseño de moda en nuestro país?

Cuadro No.5

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PROFESIÓN RELATIVAMENTE NUEVA	15	17
FALTA DE APOYO GUBERNAMENTAL	30	33
FALTA DE ESPECIALISTAS QUE LO PLANTEEN	25	28
DESCONOCIMIENTO DEL PERFIL PROFESIONAL	20	22
TOTAL	90	100

Gráfico No. 5: Factores influyentes e en la escases de programas de posgrado/Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 17% de los encuestados consideran que el factor que ha influido para que sean escasos los programas de posgrado es que la profesión es nueva, el 33% considera que es la falta de apoyo gubernamental, el 28% considera que es la falta de especialistas para que lo planteen y el 22% creen que se debe al desconocimiento del perfil profesional. La respuesta indica que los principales factores influyentes en los escasos programas de posgrado son: apoyo gubernamental y falta de especialistas interesados en desarrollarlos. Entonces se deduce que uno de los factores es la falta de especialistas y a esto se suma la falta de apoyo gubernamental.

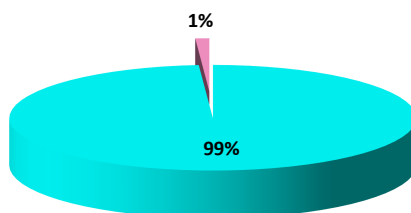
PREGUNTA 2: ¿Considera Ud. pertinente una formación de posgrado para profesionales Diseñadores de moda?

Cuadro No.6

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	89	100
NO	1	0
TOTAL	90	100

Gráfico No. 6: Pertinencia de la formación de posgrado/Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 99% de los encuestados consideran que si es pertinente la formación de posgrado para diseñadores de moda, y solo el 1% considera que no lo es. En su gran mayoría los profesionales diseñadores de moda consideran pertinente su formación de posgrado lo evidencia su interés de seguir perfeccionando sus competencias laborales y profesionales. Esto denota la importancia y pertinencia de desarrollar un programa de posgrado para diseñadores de moda.

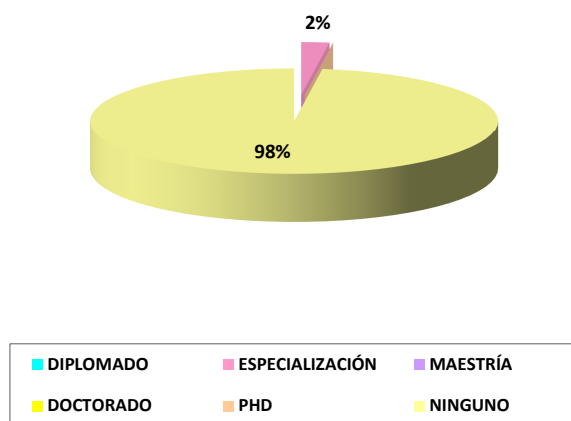
PREGUNTA 3: Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Ha cursado o está cursando actualmente alguno de los siguientes programas de posgrado?

Cuadro No.7

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIPLOMADO	0	0
ESPECIALIZACIÓN	3	3
MAESTRÍA	0	0
DOCTORADO	0	0
PHD	0	0
NINGUNO	87	97
TOTAL	90	100

Gráfico No. 7: Estudios de posgrado cursados/Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 98% de los encuestados no cursa ninguna de las denominaciones en programas de posgrado, solo el 2% cursa una especialización. Entonces, la mayoría de los profesionales diseñadores de moda no ha cursado ni están cursando un programa de posgrado dentro de su área el diseño de modas. Lo que indica la necesidad de generar un programa de posgrado para diseñadores de moda.

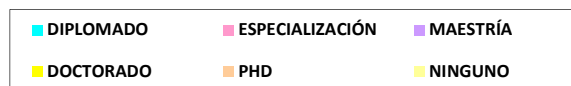
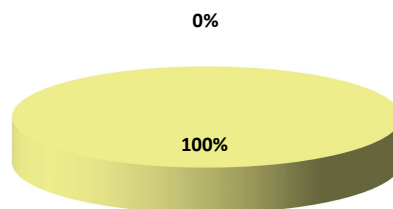
PREGUNTA 4: Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Cuenta Ud. con algunos de los siguientes títulos de formación de posgrado reconocido por la SENESCYT?

Cuadro No.8

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIPLOMADO	0	0
ESPECIALIZACIÓN	0	0
MAESTRÍA	0	0
DOCTORADO	0	0
PHD	0	0
NINGUNO	90	100
TOTAL	90	100

Gráfico No.8: Titulación de posgrado reconocidos por la Senescyt/Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 100% de los encuestados no cuenta con una titulación de posgrado reconocida por la SENESCYT. Así que los profesionales diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua no cuentan con una titulación de cuarto nivel reconocida por la SENESCYT, lo que nuevamente nos permite inferir que el desarrollo, aprobación y ejecución de programas de posgrado es indispensable.

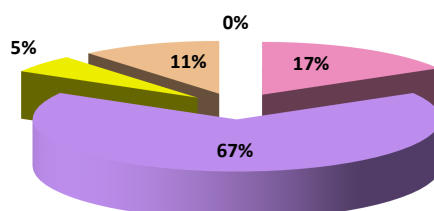
PREGUNTA 5: Si se le presenta la oportunidad de seguir una formación de posgrado dentro de su área el diseño de modas, ¿Qué tipo de formación de cuarto nivel tomaría?

Cuadro No.9

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIPLOMADO	0	0
ESPECIALIZACIÓN	15	17
MAESTRÍA	60	55
DOCTORADO	5	6
PHD	10	22
NINGUNO	0	0
TOTAL	90	100

Gráfico No.9: Formación de cuarto nivel seleccionada/Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



■ DIPLOMADO	■ ESPECIALIZACIÓN	■ MAESTRÍA
■ DOCTORADO	■ PHD	■ NINGUNO

El 66% de los encuestados optarían por una Maestría, el 17% por una Especialización, el 11% se inclinaría por un Phd, el 6% por un Doctorado y el 0% por un Diplomado. La mayoría de profesionales diseñadores de moda evidencian su interés por una formación en un programa de Maestría, lo que evidencia que el programa de posgrado a desarrollarse debe responder a este grado de formación.

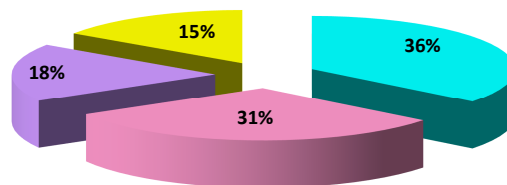
PREGUNTA 6: ¿Qué competencias laborales debería evidenciar un profesional en diseño con formación de cuarto nivel?

Cuadro No.10

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PATRONAJE DE PRENDAS DE VESTIR	32	35
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	28	31
ESCALADO DE PRENDAS DE VESTIR	16	18
CORTE DE PRENDAS DE VESTIR	14	16
TOTAL	90	100

Gráfico No.10: Competencias evidenciadas /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



■ PATRONAJE DE PRENDAS DE VESTIR	■ CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
■ ESCALADO DE PRENDAS DE VESTIR	■ CORTE DE PRENDAS DE VESTIR

Al encuestar a los profesionales diseñadores de moda sobre las competencias laborales que debería tener un profesional con una formación de posgrado, el 35% considera que debería confeccionar prendas de vestir, el 31% considera que debe patronas prendas de vestir, el 18% cree que debe escalar prendas de vestir y el 16% considera que debe aportar en el corte de prendas de vestir. De esto se puede concluir que las competencias de los diseñadores con una formación de posgrado se enmarcan en un desarrollo técnico-global del producto de moda, desde su planeación pasando por procesos de pre-producción, producción y post-producción.

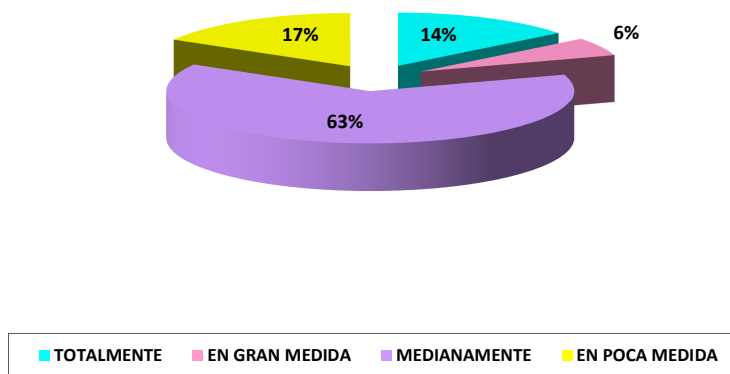
PREGUNTA 7: ¿En qué medida considera Ud. que es competente para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa dedicada a la producción de moda?

Cuadro No.11

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	13	28
EN GRAN MEDIDA	5	6
MEDIANAMENTE	57	55
EN POCA MEDIDA	15	11
TOTAL	90	100

Gráfico No.11: Competencias para desarrollo de marca /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 63% de los encuestados considera que es medianamente competente para aplicar estrategias que desarrollen marca, el 17% en poca medida, mientras que solo el 14% reconoce que domina totalmente la aplicación de estrategias que desarrollen marca, y el 6% lo dominan en gran medida. En su mayoría, con un 80% los encuestados consideran que no son completamente competentes para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa de producción de moda, lo que evidencia y permite deducir la necesidad de reforzar esta competencia.

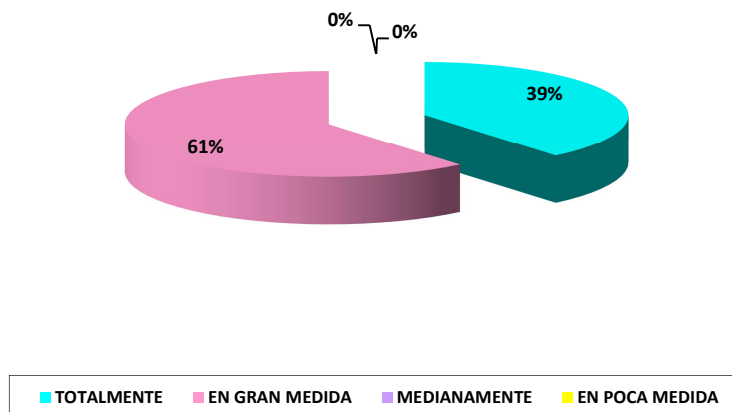
PREGUNTA 8: ¿En qué medida considera Ud. que es competente para programar colecciones de moda y desarrollarlas dentro de una empresa de producción de moda?

Cuadro No. 12

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	35	39
EN GRAN MEDIDA	55	61
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	0	0
TOTAL	90	100

Gráfico No.12: Competencias para programar colecciones de moda /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 61% de los encuestados considera que es competente en gran medida para programar colecciones y desarrollarlas dentro de una empresa, mientras que el 39% reconoce tener desarrollada esta competencia en su totalidad. Más de la mitad de los profesionales de moda encuestados consideran tener desarrollada en gran medida la competencia para programar colecciones y desarrollarlas dentro de una empresa, el objetivo sería que todos se consideren totalmente competentes, por ello se puede concluir que se debe perseguir al perfeccionamiento y actualización en esta competencia.

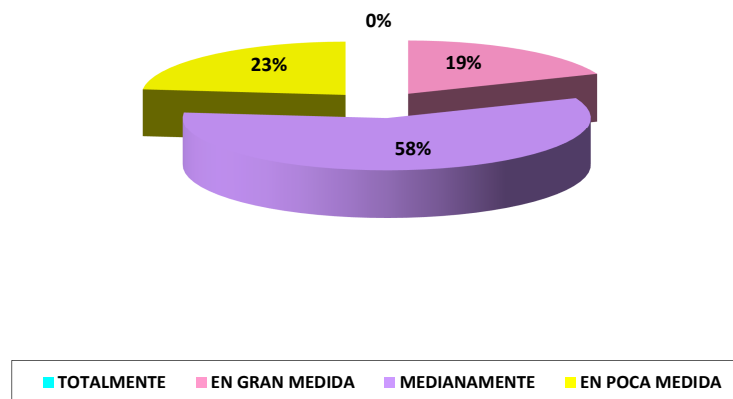
PREGUNTA 9: ¿En qué medida considera Ud. que es competente para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda?

Cuadro No. 13

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	17	19
MEDIANAMENTE	52	58
EN POCA MEDIDA	21	23
TOTAL	90	100

Gráfico No.13: Competencias para establecer un diagnóstico de mercado /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 58% de los encuestados reconoce que es medianamente competente para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda, el 23% considera que lo es en poca medida; mientras que solo el 19% considera que en gran medida es competente. En su mayoría, con un 81% los encuestados consideran que no son completamente competentes para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda, y ya que ningún profesional se considera totalmente competente, esto nos lleva a deducir que es imprescindible el desarrollo de la competencia en diagnóstico de mercado y comercialización.

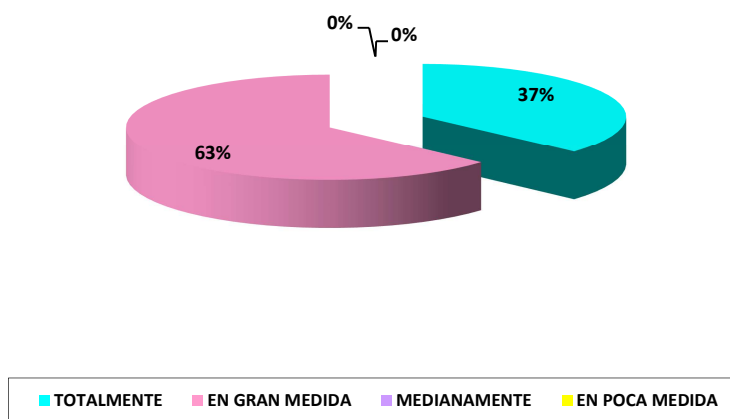
PREGUNTA 10: ¿En qué medida considera Ud. que es competente para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda?

Cuadro No.14

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	33	37
EN GRAN MEDIDA	57	63
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	0	0
TOTAL	90	100

Gráfico No.14: Competencias para diseñar y emplear estrategias de innovación /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 63% de los encuestados reconoce en gran medida su competencia para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda, y el 37% lo dominan en gran total. En su mayoría, los encuestados se consideran que son en gran medida competentes para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda, tal innovación entendida como un valor agregado en el diseño, mas no vista como un proceso trascendental innovador, por ello se puede deducir que es necesaria el desarrollo de la competencia en esta área.

PREGUNTA 11: ¿Qué temas considera de interés para una formación de posgrado para profesionales en diseño?

Despierta el interés de los encuestados temas como: Gestión de moda. Desarrollo de marca y promoción de moda. Marketing y comunicación de la moda. Moda ecológica y nuevas tecnologías textiles. Procesos de producción. Planeación, desarrollo y seguimiento de colecciones. Investigación de mercado. Tendencias adoptadas al mercado nacional. Estos temas nos llevan a deducir que el común denominador es el enfoque a la producción integral de moda.

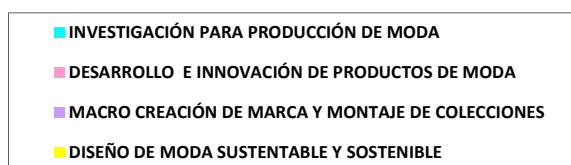
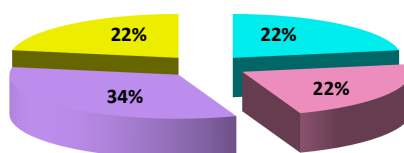
PREGUNTA 12: ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado en el área de diseño de modas?

Cuadro No.15

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
INVESTIGACIÓN PARA PRODUCCIÓN DE MODA	20	22
DESARROLLO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA	20	22
MACRO CREACIÓN DE MARCA – MONTAJE DE COLECCIONES	30	34
DISEÑO DE MODA SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE	20	22
TOTAL	90	100

Gráfico No.15: Competencias para asesorar en gestión de moda /Profesionales.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Al 22% de los encuestados le parece oportuno para una formación de posgrado el tema: Investigación para producción de moda, otro 22% considera el desarrollo e innovación de productos de moda, el 34% le apuesta a la Macro creación de marca y el montaje de colecciones y el 22% al Diseño de moda sustentable y sostenible. Luego de realizada las encuestas se percibe que existe una decisión proporcional de los temas como alternativas, llevando una ligera ventaja la Macro creación de marca y el montaje de colecciones. Sin embargo se puede deducir que la tendencia de los temas sugeridos en la investigación para el programa de posgrado es la producción integral de moda.

4.1.5 Resultados de encuestas dirigidas a Empresarios socios de ACONTEX.

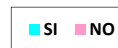
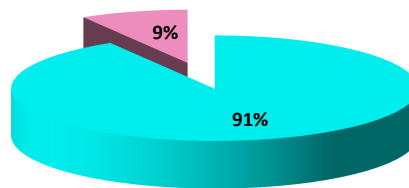
PREGUNTA 1: ¿Cree Ud. que es necesario que el Diseñador de Modas que trabaja para su empresa actualice o especialice su conocimiento constantemente en temas relacionados con diseño y producción de moda?

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
----------------	-------------	------------

SI	Cuadro No 16	80
NO		20
TOTAL	35	100

Gráfico No.16: Necesidad de actualización de diseñadores de moda /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 91% de los empresarios encuestados consideran que es primordial que los Diseñadores de Moda se capaciten constantemente, ya que consideran que de ello depende los resultados comerciales y las proyecciones de venta. En su mayoría los empresarios encuestados consideran que es importante la actualización y especialización para diseñadores de moda, y cabe recalcar que es muy notorio como ha cambiado la visión del empresario al dar una importancia relevante al departamento de diseño, así se puede inferir que una exigencia del sector de confección textil es la capacitación y actualización constante de los diseñadores de moda.

PREGUNTA 2: ¿El Diseñador de modas que trabaja en su empresa cuenta con alguna de las siguientes titulaciones de posgrado?

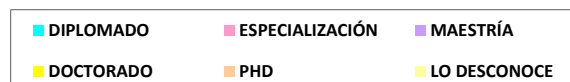
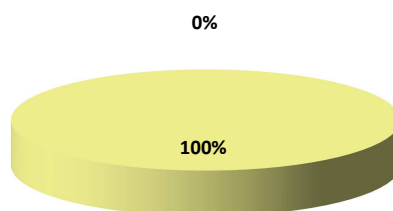
Cuadro No.17

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIPLOMADO	0	0
ESPECIALIZACIÓN	0	0

MAESTRÍA	0	0
DOCTORADO	0	0
PHD	0	0
LO DESCONOCE	35	100
TOTAL	35	100

Gráfico No.17: Titulaciones de los diseñadores de moda /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 100% de los empresarios encuestados desconocen si el profesional en diseño que trabaja para su empresa cuenta con una titulación de posgrado. Los empresarios del sector desconocen el tipo de titulación con el que cuenta el profesional que presta sus servicios en el departamento de diseño, lo que evidencia un desconocimiento de la titulación de tercer nivel del profesional y más aun de cuarto nivel.

PREGUNTA 3: ¿Qué tipo de capacidades laborales y profesionales necesitaría su empresa de un profesional Diseñador de Modas especializado? En su mayoría los encuestados consideran que el objetivo de la empresa es vender lo que produce y tener un cliente satisfecho; razón por la cual necesitan un diseñador de modas integral visionario, innovador, un profesional multifacético, poli funcional que comprenda el comportamiento del mercado y genere colecciones que lleguen al

consumidor, y que genere además colecciones que se puedan vender. Además los empresarios del sector asociados a Acontex, le dan mucha importancia al desarrollo de la marca y colecciones, pues consideran que hoy por hoy las empresas que sobrevivan serán aquellas que vendan marca y no productos. De esto se puede deducir que el tipo de exigencias que presenta el sector industrial es la de un diseñador de modas integral, y a la vez se justifica la necesidad de un especialista curricular para que interprete las exigencias del sector productivo.

PREGUNTA 4: ¿Qué funciones y responsabilidades le otorgaría a un profesional diseñador de modas especializado? En su mayoría los encuestados consideran que las funciones que asignarían a un profesional de modas especializado sería fundamentalmente la planeación y desarrollo de colecciones, que se generen previo un análisis del mercado y usuario; esto nos permite deducir que las funciones y responsabilidades que se le otorgaría a un profesional especializado tiene que ver con actividades de desarrollo de colecciones, mercadeo, imagen del producto y comercialización.

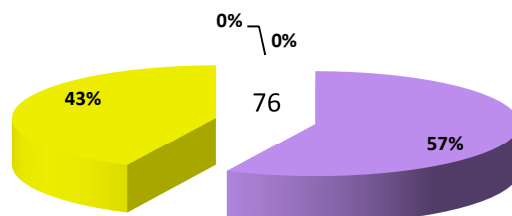
PREGUNTA 5: ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa dedicada a la producción de moda?

Cuadro No.18

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	0	0
MEDIANAMENTE	20	57
EN POCA MEDIDA	15	43
TOTAL	35	100

Gráfico No.18: Competencia para desarrollo de marca /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 57% de los encuestados consideran que el diseñador de modas que trabaja en su empresa es medianamente competente para aplicar estrategias que desarrollen marca, y el 43% reconoce que en poca medida lo desarrollan. En su mayoría, el empresario reconoce que el profesional que trabaja en su empresa medianamente y en muy poca medida es competente para aplicar estrategias que desarrollen la marca, razón por la cual consideran fundamental se capacite y especialice en este tema, lo que permite inferir que deben aplicarse dentro del estudio formal de posgrado estrategias que desarrollen marca.

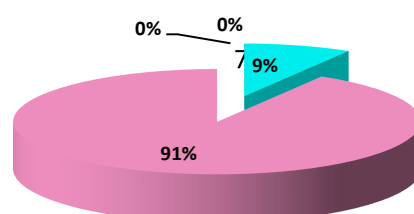
PREGUNTA 6: ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para programar colecciones de moda y desarrollarlas dentro de una empresa de producción de moda?

Cuadro No.19

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	3	9
EN GRAN MEDIDA	32	91
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	0	0
TOTAL	35	100

Gráfico No.19: Competencias para programar colecciones de moda /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Los empresarios consideran que el 91% de los profesionales que trabajan en sus empresas son competentes en gran medida para programar colecciones y desarrollarlas, mientras que un 9% reconoce que es totalmente competente. Esto nos permite deducir que, según la visión del empresario, los diseñadores de moda han desarrollado en buena medida la competencia para la programación y desarrollo de colecciones sin embargo se requiere profundizar en la planeación.

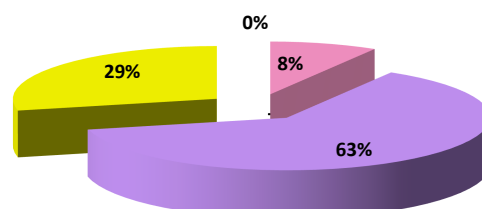
PREGUNTA 7: ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda?

Cuadro No. 20

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	3	9
MEDIANAMENTE	22	62
EN POCA MEDIDA	10	29
TOTAL	35	100

Gráfico No.20: Competencias para establecer un diagnóstico de mercado /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 62% de los empresarios encuestados reconocen que los profesionales diseñadores de moda son medianamente competentes para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda, y solo el 9% reconoce que lo es en gran medida. En su mayoría, los empresarios consideran que los profesionales que trabajan en su empresa no son completamente competentes para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda, lo que permite deducir que es necesaria la capacitación en diagnóstico de mercadeo y comercialización.

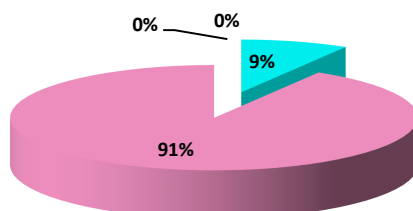
PREGUNTA 8: ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda?

Cuadro No.21

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	3	9
EN GRAN MEDIDA	32	91
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	0	0
TOTAL	35	100

Gráfico No.21: Competencias para aplicar estrategias de innovación /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



El 91% de los empresarios encuestados reconoce que los profesionales diseñadores de moda en gran medida son competentes para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda, y solo el 9% lo desempeñan totalmente. En su mayoría, los encuestados consideran que sus diseñadores son en gran medida competentes para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda, sugieren que para llegar a su totalidad en el dominio de esta competencia deberían capacitarse en estrategias de innovación. Sin embargo se percibe que se refieren a la innovación enfocada al diseño y no a procesos que es más trascendental, por ello se ve la necesidad de que dentro del estudio formal del programa de maestría se aplique estrategias de innovación.

PREGUNTA 9: ¿Qué temas considera de interés para una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda? Los temas sugeridos por los empresarios encuestados son diversos sin embargo, en su mayoría enfatizan el área de desarrollo de colecciones, estudio del consumidor, temas enfocados a la producción y comercialización, al desarrollo gráfico de la marca e imagen y pocos revelan la necesidad de desarrollar un estudio previo de moda - investigación -; este abanico de alternativas nos permite deducir nuevamente, que las exigencias del sector apuntan a una especialización que permita generar un diseñador de modas integral.

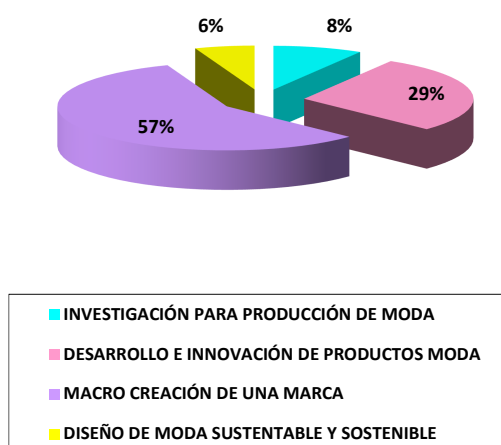
PREGUNTA 10: En base a su experiencia en el sector de confección textil ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el diseñador de modas?

Cuadro No.22

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
INVESTIGACIÓN PARA PRODUCCIÓN DE MODA	3	9
DESARROLLO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA	10	42
MACRO CREACIÓN DE MARCA – MONTAJE DE COLECCIONES	20	43
DISEÑO DE MODA SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE	2	6
TOTAL	35	100

Gráfico No.22: Temas para formación de posgrado /Empresarios.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



A un 9% de los empresarios encuestados le parece oportuno para una formación de posgrado el tema: Investigación para producción de moda, otro 29% considera el desarrollo e innovación de productos de moda, el 56% le apuesta a la Macro creación de marca y el montaje de colecciones y el 6% al Diseño de moda sustentable y sostenible. Se percibe que existe una decisión proporcional de los temas como alternativas, llevando una gran ventaja la Macro creación de marca y el montaje de colecciones. Al respecto cabe concluir que aunque no se obtuvo porcentajes altos de aceptación para la investigación de moda hay que tomar en

cuenta que las políticas de gobierno apuntan a la innovación por medio de la investigación, lo que indica que este tema es importantísimo y debe ser considerado como parte formal del estudio de posgrado.

4.1.6 Resultados de listas de cotejo en Departamentos de Diseño.

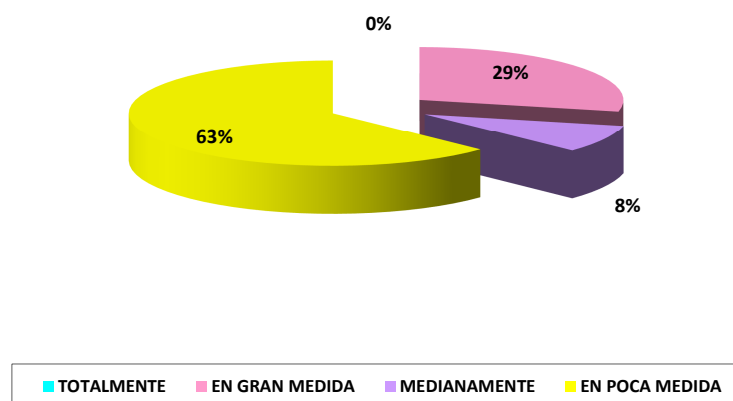
INDICADOR OBSERVABLE 1: Aplica estrategias de desarrollo de marca. Elabora Mood board de marca. Elabora el cuadro de características del usuario.

Cuadro No.23

ESCALA DE VALORACIÓN	EMPRESAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	10	29
MEDIANAMENTE	3	9
EN POCA MEDIDA	22	62
TOTAL	35	100

Gráfico No.23: Desarrollo de estrategias de marca /Departamento de diseño.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Dentro de las empresas de confección textil se pudo observar que el 62% de las empresas aplican en poca medida estrategias de desarrollo de marca, el 29% lo aplica en gran medida y el 9% medianamente. Entonces en su mayoría en las empresas de confección textil asociadas a Acontex casi no se aplican estrategias de desarrollo de marca ya que solo un 38% lo desarrolla. Este aspecto denota la necesidad de aplicar estrategias de desarrollo de marca y considerarlas como parte formal dentro de una formación de posgrado.

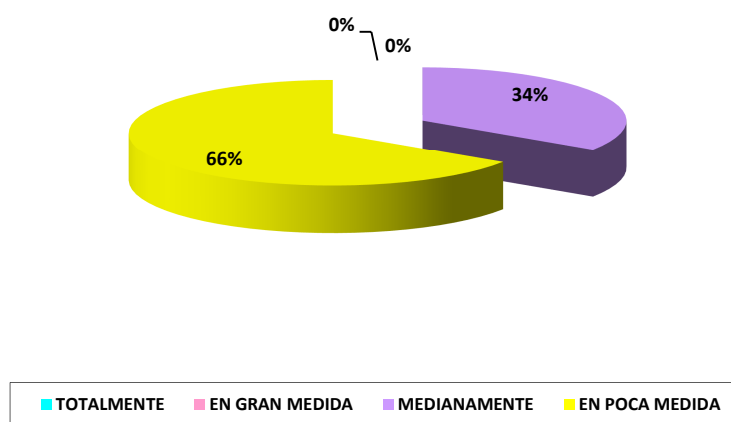
INDICADOR OBSERVABLE 2: Desarrolla investigación para producción de moda. Identifica macro y micro tendencias. Deduce las tendencias y su implicación en los negocios.

Cuadro No.24

ESCALA DE VALORACIÓN	EMPRESAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	0	0
MEDIANAMENTE	12	34
EN POCA MEDIDA	23	66
TOTAL	35	100

Gráfico No.24: Desarrollo de investigación para producción de moda /Departamento de diseño.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Dentro de las empresas de confección textil se pudo observar que el 66% de las empresas aplican en poca medida la investigación para producción de moda identificando Macrotendencias, Microtendencias, el 34% lo aplica medianamente. Entonces en su mayoría en las empresas de confección textil asociadas a Acontex casi no se aplica la fase de investigación, lo que evidencia la necesidad de desarrollar investigación de moda previo el desarrollo de colecciones.

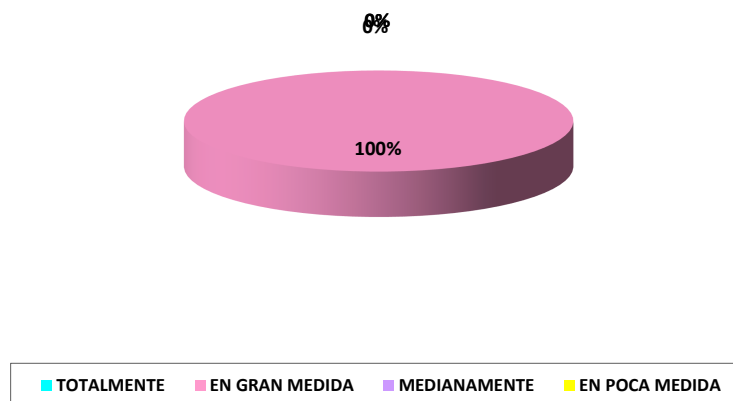
INDICADOR OBSERVABLE 3: Programa colecciones de moda y las desarrolla. Elabora un cronograma de actividades. Elabora colecciones siguiendo el calendario industrial. Toma en cuenta los tipos de productos y su estructura.

Cuadro No.25

ESCALA DE VALORACIÓN	EMPRESAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	35	100
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	0	0
TOTAL	35	100

Gráfico No.25: Desarrollo de planeación de colecciones /Departamento de diseño.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Dentro de las empresas de confección textil se pudo observar que el 100% de las empresas aplican en gran medida la programación de colecciones y las desarrolla, mas ninguna empresa lo aplica en su totalidad. Sin embargo al no alcanzar ese nivel de competencia en su totalidad se puede deducir que se debe perfeccionar en estrategias que permitan desarrollarlas totalmente.

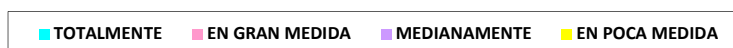
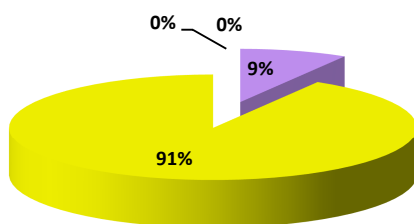
INDICADOR OBSERVABLE 4: Aplica un diagnóstico de mercadeo y comercialización. Analizar y contribuye al plan de comercialización. Aplica el marketing de moda.

Cuadro No.26

ESCALA DE VALORACIÓN	EMPRESAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	0	0
MEDIANAMENTE	3	9
EN POCA MEDIDA	32	91
TOTAL	35	100

Gráfico No.26: Desarrollo de un diagnóstico de mercadeo/Departamento de diseño.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Dentro de las empresas de confección textil se pudo observar que el 91% de las empresas aplican en muy poca medida estrategias de mercadeo y comercialización, y solo un 9% lo aplica medianamente. Entonces en su mayoría las empresas asociadas a Acontex no aplican estrategias de mercadeo y comercialización. Este aspecto denota la necesidad de aplicar estrategias de mercado y comercialización y considerarlas como parte formal dentro de una formación de posgrado.

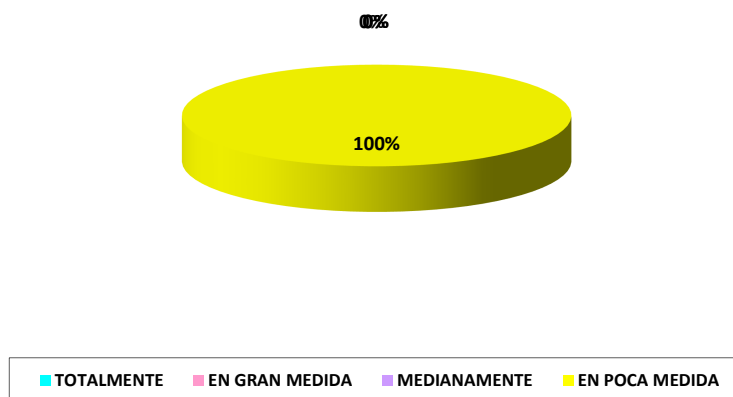
INDICADOR OBSERVABLE 5: Aplica estrategias que generen la innovación en productos. Analiza el fundamento del Diseño de moda sustentable, sostenible, ética y universal.

Cuadro No.27

ESCALA DE VALORACIÓN	EMPRESAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	0	0
EN GRAN MEDIDA	0	0
MEDIANAMENTE	0	0
EN POCA MEDIDA	35	100
TOTAL	35	100

Gráfico No.27: Desarrollo de estrategias de innovación /Departamento de diseño.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Dentro de las empresas de confección textil se pudo observar que se aplica el factor de innovación al diseño más no a los procesos como tal, el 100% de las empresas cumplen en poca medida con este indicador. Entonces en su mayoría en las empresas de confección textil asociadas a Acontex casi no se aplican métodos, técnicas y estrategias que permitan desarrollar innovación. Este aspecto denota la necesidad de aplicar innovación vista como un diseño sustentable, sostenible, ético y universal; y considerarlas como parte formal dentro de una formación de posgrado.

4.2 RESUMEN DEL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Una vez desarrollado el análisis e interpretación de resultados obtenidos se puede sintetizar que:

La mayoría de los profesionales diseñadores de moda no ha cursado ni está cursando un programa de posgrado dentro de su área: el diseño de modas, razón por la cual no cuentan con una formación y titulación de cuarto nivel; sin embargo es notorio el interés de seguir perfeccionando sus competencias laborales y profesionales.

Al respecto la investigación desarrollada establece que el principal factor influyente en la escases de programas de posgrado para profesionales diseñadores de moda se debe a tres factores: el primero que la profesión es relativamente nueva en la Provincia, la carrera se inicia en 1997 y cumple apenas 15 años; el segundo factor es la falta de profesionales especialistas que se dediquen a diseñar el currículo de programas de posgrado; y el tercer factor es el escaso apoyo de organismos reguladores a nivel de la academia y el estado.

Los actores sociales, entre ellos, empresarios y representantes del sector textil confecciones, autoridades de la academia y profesionales diseñadores de moda consideran que es pertinente la formación de posgrado para diseñadores de moda en la Provincia.

Debido a que los diseñadores de moda únicamente, han alcanzado su titulación de tercer nivel incide en que sus competencias no están perfeccionadas; tanto el profesional diseñador de modas como el empresario consideran que:

- La competencia *para aplicar estrategias de desarrollo de marca* dentro de una empresa de producción de moda no está completamente desarrollada.
- Más de la mitad de los profesionales de moda encuestados consideran tener desarrollada en gran medida la competencia para programar colecciones y desarrollarlas dentro de una empresa, sin embargo el objetivo sería que todos se consideren totalmente competentes. El empresario recalca que dentro del tema de colecciones hay que profundizar en la programación.
- La investigación refleja, además que la competencia para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda no está completamente desarrollada, razón por lo cual se evidencia esta necesidad.
- El factor de innovación se concibe solo como una estrategia en diseño y no se lo orienta como una estrategia de procesos, entonces no se lo aplica.
- Los involucrados coinciden en que los profesionales en diseño de moda son, en gran medida, competentes para brindar asesoría sobre gestión de producción de moda, sin embargo los profesionales consideran que no son

completamente competentes para aplicarlas, todo ello evidencia la necesidad de especializar al diseñador de moda en estos temas.

Se infiere entonces, que el grado máximo de titulación alcanzado por estos profesionales es de tercer nivel y que no poseen formación de cuarto nivel en el área; factor que ha incidido notablemente en el desarrollo de sus competencias demostrando no alcanzar en su totalidad la competencias y exigencias planteadas, por ello se considera necesaria la actualización y especialización para diseñadores de moda.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Para comprobar la hipótesis de investigación se aplica la prueba estadística del **Chi Cuadrado** χ^2 , puesto que los datos se han obtenido por primera vez y se está creando la información. Para ello se establecen las hipótesis estadísticas a partir de las hipótesis de la investigación.

4.3.1 Hipótesis de Investigación.

El Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas optimizará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

4.3.2 Hipótesis de Estadísticas.

Hipótesis Nula H_0 : El Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas no optimizará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

Hipótesis Alternativa H₁: El Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas si optimizará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

4.3.3 Prueba de Chi Cuadrado χ^2 .

Para efectuar la prueba estadística de Cuadrado χ^2 es necesario realizar diversos cálculos aplicando fórmulas para el efecto.

Fórmula de la prueba estadística de Cuadrado χ^2

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

χ^2 = Chi Cuadrado

O = Valores Observados

E = Valores Esperados

Fórmula para obtener los Valores Esperados (E)

$$E = \frac{Tf * Tc}{GT}$$

Tf = Total Fila

Tc = Total Columna

GT = Gran total

RESULTADOS DE ENCUESTAS Y LISTA DE COTEJO															
COMPETENCIAS	PROFESIONALES DEL DISEÑO DE MODA					EMPRESARIOS DE ACONTEX					DEPARTAMENTOS DE DISEÑO - ACONTEX				
	T	GM	M	PM	TF	T	GM	M	PM	TF	T	GM	M	PM	TF
Macro creación de marca.	13	5	57	15	90	0	0	20	15	35	0	10	3	22	35
Investigación y gestión de moda.	0	48	42	0	90	0	22	13	0	35	0	0	12	23	35
Montaje de colecciones.	35	55	0	0	90	3	32	0	0	35	0	35	0	0	35
Mercadeo y Comercialización.	0	17	52	21	90	0	3	22	10	35	0	0	3	32	35
Innovación de productos de moda.	33	57	0	0	90	3	32	0	0	35	0	0	0	35	35
TOTAL COLUMNA (TC)	81	182	151	36	450	6	89	55	25	175	0	45	18	112	175

NOMENCLATURA: T=TOTALMENTE, GM= EN GRAN MEDIDA, M= MEDIANAMENTE, PM= EN POCA MEDIDA

Cuadro No.28: Resultados de Encuestas y Listas de Cotejo.

Elaborado por: Taña E. Escobar. G.

Cálculos Chi Cuadrado x^2 .

N°	O	E	O - E	(O-E)2	(O-E)2/E	O	E	O - E	(O-E)2	(O-E)2/E	O	E	O - E	(O-E)2	(O-E)2/E					
1	13	16,2	-3,2	10,24	0,63	0	1,2	-1,2	1,44	1,20	0	0	0	0	0					
2	0	16,2	-16,2	262,44	16,20	0	1,2	-1,2	1,44	1,20	0	0	0	0	0					
3	35	16,2	18,8	353,44	21,82	3	1,2	1,8	3,24	2,70	0	0	0	0	0					
4	0	16,2	-16,2	262,44	16,20	0	1,2	-1,2	1,44	1,20	0	0	0	0	0					
5	33	16,2	16,8	282,24	17,42	3	1,2	1,8	3,24	2,70	0	0	0	0	0					
6	5	36,4	-31,4	985,96	27,09	0	17,8	-17,8	316,84	17,80	10	9	1	1	0,11					
7	48	36,4	11,6	134,56	3,70	22	17,8	4,2	17,64	0,99	0	9	-9	81	9,00					
8	55	36,4	18,6	345,96	9,50	32	17,8	14,2	201,64	11,33	35	9	26	676	75,11					
9	17	36,4	-19,4	376,36	10,34	3	17,8	-14,8	219,04	12,31	0	9	-9	81	9,00					
10	57	36,4	20,6	424,36	11,66	32	17,8	14,2	201,64	11,33	0	9	-9	81	9,00					
11	57	30,2	26,8	718,24	23,78	20	11	9	81	7,36	3	3,6	-0,6	0,36	0,10					
12	42	30,2	11,8	139,24	4,61	13	11	2	4	0,36	12	3,6	8,4	70,56	19,60					
13	0	30,2	-30,2	912,04	30,20	0	11	-11	121	11,00	0	3,6	-3,6	12,96	3,60					
14	52	30,2	21,8	475,24	15,74	22	11	11	121	11,00	3	3,6	-0,6	0,36	0,10					
15	0	30,2	-30,2	912,04	30,20	0	11	-11	121	11,00	0	3,6	-3,6	12,96	3,60					
16	15	7,2	7,8	60,84	8,45	15	5	10	100	20,00	22	22,4	-0,4	0,16	0,01					
17	0	7,2	-7,2	51,84	7,20	0	5	-5	25	5,00	23	22,4	0,6	0,36	0,02					
18	0	7,2	-7,2	51,84	7,20	0	5	-5	25	5,00	0	22,4	-22,4	501,76	22,40					
19	21	7,2	13,8	190,44	26,45	10	5	5	25	5,00	32	22,4	9,6	92,16	4,11					
20	0	7,2	-7,2	51,84	7,20	0	5	-5	25	5,00	35	22,4	12,6	158,76	7,09					
PROFESIONALES DEL DISEÑO					295,59	EMPRESARIOS DE ACONTEX					143,48	DEPARTAMENTOS DE DISEÑO					162,85			
CHI CUADRADO CALCULADA										(295,59 + 143,48 + 162,85) / 3 = 200,64						CHI CUADRADA CALCULADA TABULAR = 5,226				

Cuadro No.29: Chi Cuadrado Calculada.

Elaborado por: Taña E. Escobar. G.

Chi cuadrado Tabular. Para identificar el Chi Cuadrado tabular es necesario determinar los grados de libertad y el nivel de significación.

Grados de libertad para Chi Cuadrada χ^2 .

gl= (c-1) (f-1)	gl= Grados de libertad
gl= (4-1) (5-1)	c= Número de columnas
gl= 3*4	f= Número de filas
gl= 12	

Nivel de significación α .

Para la presente investigación, por ser de intervención social el nivel de significación oscila entre 80% y 95%, y para gozar de un mayor grado de seguridad se considera que lo adecuado es aplicar el 95%. Entonces $\alpha = 95\%$ (0,95).

Determinados los grados de libertad y el nivel de significación, se recurre a la Tabla de valores críticos de Chi Cuadrada, para conocer la *Chi Cuadrada Tabular*, dando como resultado lo siguiente: CHI CUADRADO TABULAR = 5,226. (Véase anexo 3).

Conclusión.

En consideración que la Chi Cuadrada Calculada es 200,64 es mayor que la Chi Cuadrada Tabular 5,226, se rechaza la hipótesis nula H_0 por lo tanto se demuestra que el Diseño Curricular de un Programa de Posgrado en Diseño de Modas si optimizará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 CONCLUSIONES.

- Los resultados de la investigación demuestran la ineludible necesidad de que se estructure, se desarrolle y se ponga en marcha un programa de posgrado de Maestría que optimice las competencias laborales y profesionales de los diseñadores de moda de la Provincia de Tungurahua, necesidad evidenciada tanto por los empresarios como por el interés de los mismos profesionales en diseño y sugerida por la academia como aquella que cumple parámetros de exigencia establecidos y se presenta como la más factible. El grado académico de Maestría o Magíster es considerado como titulación de cuarto nivel que profundiza en un área del conocimiento a través de la profesionalización, especialización e investigación; bajo este programa deben cumplirse un mínimo de 60 créditos, un crédito es equivalente a 32 horas, repartidos con horas presenciales efectivas y de trabajo autónomo según la modalidad de estudios. Con ello queda determinado que el programa de posgrado a ejecutarse será una Maestría, dando cumplimiento al objetivo general de la presente investigación.
- El que los diseñadores de moda hayan alcanzado su titulación solo en un grado académico de tercer nivel incide en que sus competencias no están

perfeccionadas; tanto el profesional diseñador de modas como el empresario consideran que la competencia para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa de producción de moda no está completamente desarrollada, más de la mitad de los profesionales de moda encuestados consideran tener desarrollada en gran medida la competencia para programar colecciones y desarrollarlas dentro de una empresa, sin embargo el objetivo sería que todos se consideren totalmente competentes. El empresario recalca que dentro del tema de colecciones hay que profundizar en la programación, la investigación refleja, además que la competencia para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda no está completamente desarrollada razón por lo cual se evidencia esta necesidad.

- El factor de innovación se concibe solo como una estrategia en diseño y no se lo orienta como una estrategia de procesos, los involucrados coinciden en que los profesionales en diseño de moda son, en gran medida, competentes para brindar asesoría sobre gestión de producción de moda, sin embargo los profesionales consideran que no son completamente competentes para aplicarlas, todo ello evidencia la necesidad de especializar al diseñador de moda en estos temas, con ello se da cumplimiento al primer objetivo específico ya que se ha detectado el nivel de formación de los diseñadores de moda y su incidencia en el desarrollo de sus competencias.
- Los empresarios encuestados plantean exigencias relacionadas con el objetivo de la empresa: *vender lo que producen y tener un cliente satisfecho*; razón por la cual necesitan un diseñador de modas integral visionario, innovador, un profesional multifacético, poli funcional que comprenda el comportamiento del mercado y genere colecciones que lleguen al consumidor. Los empresarios

consideran que las empresas que sobrevivirán serán aquellas que generen marca y no solo productos por ello consideran que el Desarrollo e innovación de productos de moda, la Macro creación de marca y montaje de colecciones, son temas que estarían en función de las necesidades de las empresas. Las exigencias planteadas por el sector de confección textil son diversas sin embargo todas tienen el común denominador: su enfoque a la producción integral de moda.

- Los representantes del sector textilero le apuestan a la Gestión de moda, con la Investigación de moda el desarrollo de marca y promoción de moda, la Planeación, desarrollo y seguimiento de colecciones, y la innovación. Las competencias que se consideran imprescindibles para diseñadores de moda con una formación de posgrado nos enmarcan en un desarrollo global del producto de moda, desde su planeación pasando por la producción hasta llegar al punto de venta y distribución, al diagnosticar las exigencias del sector productivo de confección textil de la Provincia de Tungurahua, dándose cumplimiento al segundo objetivo específico.
- Para el diseño curricular del programa de posgrado Maestría, los expertos en currículo consideran que debe partirse del enfoque funcional para identificar las competencias laborales asociadas a una actividad, para ello sugieren el Método de Análisis Funcional, ya que parte del análisis de funciones dentro de un puesto de trabajo. Sugieren además que el método DACUM - Desarrollo del Currículo- es una matriz que facilita la descripción del mismo.
- Consideran además que la fundamentación del currículo debe responder al pensamiento complejo y sistémico complementándolo con la formación por competencias, estos constituyen la base sobre la cual cimentar el currículo de

una formación de posgrado. En su mayoría los entrevistados consideran que el macrodiseño curricular abarca la parte general del currículo como identificación de problemas de la profesión; el mesodiseño curricular enfoca los perfiles, y estructura. Mientras que el microdiseño curricular son los programas y módulos. La evaluación debería enfocarse al Diseño curricular del programa de posgrado y puede aplicarse mediante una Matriz de evaluación que abarque etapas, y/o aspectos del diseño con una escala de valoración. Se diseñará el currículo en base al Reglamento de Presentación y Aprobación de Carreras y Programas de Pregrado y Posgrado implantado por el CES.

5.2 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda estructurar, desarrollar y poner en marcha Maestrías, ya que este tipo de programa de posgrado ha sido considerado como el más idóneo. Por ello se incita a que expertos en el área desarrollen diseños curriculares que permitan la actualización, profesionalización y especialización de estos profesionales.

- La propuesta de solución al problema investigado, debe encaminarse a la optimización o perfeccionamiento de las competencias laborales y profesionales, varias de las cuales los profesionales en diseño de modas ya lo tienen, pero deben especializarse en su aplicación y sobretodo enfocarse al desarrollo global del producto moda; razón por la cual se recomienda que los profesionales en diseño de moda se mantengan al día y que continúen reforzando su formación para la actualización y perfeccionamiento de sus competencias.

- Se recomienda que los proyectos de diseño curricular para programas de posgrado se diseñen considerando las exigencias del sector, y que se sujeten al Formato de presentación y aprobación de programas de posgrado del CES para enrumbar su pertinencia a los requerimientos planteados por este organismo.

- Se recomienda además, que la presente investigación sirva de base a futuras investigaciones y planteamientos de diseño curricular orientados a programas de posgrado, tomando en consideración que una formación de posgrado está orientado al entrenamiento profesional avanzado o a la especialización científica y de investigación, que busque ampliar, desarrollar y profundizar en una disciplina o área específica del conocimiento.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS.

TÍTULO	DISEÑO CURRICULAR POR COMPETENCIAS DE LA MAestrÍA EN INVESTIGACIÓN, DESARROLLO, DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA.
PROGRAMA DE POSGRADO	MAESTRÍA EN IDDI DE PRODUCTOS MODA.
INSTITUCIÓN	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
BENEFICIARIOS DIRECTOS	Profesionales en Diseño de Modas de la Provincia de Tungurahua y aquellos que ejercen su actividad en la zona central del país.
BENEFICIARIOS INDIRECTOS	Usuarios de productos y Empresarios de sector textil confecciones y sus respectivas PYMES. Estudiantes de Diseño de Moda.
UBICACIÓN	Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño Arquitectura y Artes. Campus Huachi.
TIEMPO DE EJECUCIÓN	Septiembre 2013 – Septiembre 2015.
EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE	Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa.
COMITÉ DE GESTIÓN	Coordinador de Carrera FDAA. Director Académico Administrativo.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

La escasa oferta de programas de posgrado en el área del Diseño de Modas planteada como una cruda realidad para los profesionales en Diseño de Modas que ejercen su actividad en la Provincia de Tungurahua y en la zona central del país, ha constituido la problemática a solucionar y el punto de partida para la presente propuesta curricular.

Pese a que la Carrera de Diseño de Modas ha sido ofertada por más de 15 años en la Provincia y que han graduado desde Tecnólogos en Diseño de Modas, hasta Ingenieros en Procesos y Diseño de Modas, ninguno de ellos ha cursado o está cursando una maestría en el área a fin, lo que ha incidido notablemente en sus competencias laborales y profesionales, así lo reconocen los mismos profesionales y empresarios del sector textil para quien prestan sus servicios estos profesionales.

A este respecto Empresarios del sector textil y confecciones han expuesto sus requerimientos y han establecido las exigencias sobre un profesional en diseño de modas especializado por otro lado, vista su experiencia en el campo laboral, los diseñadores de moda están conscientes y evidencian un profundo interés y predisposición para actualizarse y capacitarse en las competencias en las que consideran, les falta el desarrollo de la experticia; de ahí surge la necesidad de plantear una propuesta de solución al problema planteado, que no puede basarse en un proceso de capacitación transitorio, sino que debe estructurarse con un verdadero programa de profundización de competencias, que se lo pretende ejecutar dentro del presente programa de posgrado.

6.3 JUSTIFICACIÓN.

Dentro de la Universidad Técnica de Ambato, el fortalecimiento de la Educación Superior de Posgrado es motivo de interés dentro de la comunidad universitaria, y compromete a todos los actores sociales que forman parte del sistema institucional a trabajar en una serie de gestiones que potencialicen el talento humano. Razón por la cual actividades dentro de la docencia, investigación y extensión pretende ser cubiertas con el diseño de currículos alternativos que consideren los problemas del contexto social. A este respecto la visión de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato es “Formar profesionales Diseñadores Gráficos, Diseñadores de Modas, y Diseñadores de Espacios Arquitectónicos comprometidos con el desarrollo de la ciencia y la sociedad con excelencia y liderazgo”. Tomando como compromiso educativo propiciar la práctica del desarrollo como una regla ética centrada en el crecimiento de los seres humanos y las sociedades, el presente proyecto presenta el Diseño Curricular de un Programa de Maestría para la IES mencionada.

El objetivo de la presente investigación es pertinente ya que, en cierta medida se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo o Plan del Buen Vivir, el cual dentro de sus ejes considera el aporte al sector productivo mediante la reducción de la pobreza, distribución equitativa de recursos económicos, desconcentración del aparato productivo en las regiones de acuerdo a sus potencialidades, sustitución de importaciones, rubros atractivos para bolsa de exportación; estas líneas estratégicas apuntan a la política productiva a nivel nacional. Los objetivos del plan han generado un programa de transformación de la matriz productiva, y la política provincial también se alinea a este desarrollo. Así Tungurahua apunta al desarrollo a través de cinco rubros: ecoturismo, cuero y calzado, producto alimentos, carrocerías y textiles y confecciones como un enlace entre política estatal, macro política y micro política. La presente investigación establece un programa de Maestría que irá orientado al

desarrollo del Clúster textiles y confecciones de la Provincia de Tungurahua, así justifica su pertinencia.

Como cualquier otro fenómeno evolutivo la moda presenta al diseño como un proceso complejo que refleja las transformaciones de la sociedad; si ayer el sector textil y confecciones requerían de profesionales especializados que manejen eficazmente el diseño de moda, hoy por hoy, la sociedad consumista exige un perfil integral de dichos profesionales; ya no se considera eficiente a un diseñador que solo plasme sus ideas en un papel si no que se busca a un diseñador de modas integral, polifacético, polifuncional, que investigue, proponga conceptos de moda, y desarrolle estrategias creativas, estéticas, técnicas, tecnológicas, ergonómicas, productivas y comerciales, que desarrolle eficazmente productos de moda y que finalmente venda su propuesta. Esta realidad sugiere la puesta en marcha del presente programa de Maestría, de manera que un posgrado en el área abrirá una excelente oportunidad de perfeccionar las competencias de estos profesionales.

Al ejecutar una Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación en productos de moda, se pretende especializar y actualizar las competencias de los Diseñadores de Moda que tomen el Programa, esto sin duda alguna transformará la manera de visionar y desarrollar el diseño y gestión de moda en el sector de confección textil de la región y el país, en donde este tipo de formación aún es insuficiente. De esto se puede afirmar que un posgrado contribuirá a elevar las competencias laborales y profesionales, para quienes deseen actualizarse justificando así su importancia y alcance.

6.4 OBJETIVOS.

6.4 1 Objetivo General.

Diseñar el Currículo del Programa de Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de productos de moda que responda a las exigencias del sector productivo de confección textil, este en concordancia con los recursos y normativa legal, y optimice las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.

6.4.2 Objetivos Específicos.

Determinar el marco referencial del Programa de Maestría que permita la identificación de las necesidades del contexto y su mercado ocupacional.

Identificar el perfil de ingreso, el perfil de egreso y el perfil del docente para el Programa de Maestría articulando el ámbito educativo, social y productivo.

Construir el currículo por competencias del Programa de Maestría en IDDI de productos de Moda.

Plantear el Marco Administrativo y legal del Programa de Maestría que permita la identificación de recursos y reglamentos.

Estructurar la propuesta curricular del Programa de Maestría en IDDI de productos de Moda, de acuerdo al Esquema de presentación y aprobación de Programas de Posgrado establecido por el Consejo de Educación Superior.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

El Programa de Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de productos de moda es factible dentro del aspecto:

- *Institucional*, porque la Universidad Técnica de Ambato, como Unidad Ejecutora se encuentra habilitada para presentar el Programa ante Organismos Superiores como el CES y la SENESCYT, además tanto la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes como el Centro de Estudios de Posgrado cuentan con la infraestructura necesaria para la puesta en marcha del presente programa de posgrado.
- *Técnico*, ya que las exigencias de los empresarios del sector de confección textil evidencian la demanda de la presente propuesta curricular, este aspecto forma parte del estudio formal del programa.
- *Económico*, ya que es un proyecto autofinanciado y la administración de sus recursos se cumplirá de acuerdo con el presupuesto aprobado por cada programa. El Maestrante puede solventar los costos de la colegiatura del programa de posgrado accediendo al crédito del Instituto de Crédito Educativo (IECE), por tarjeta de crédito, o efectivo.
- *Operativo*, ya que el diseño curricular plantea Módulos con sus respectivas actividades y fechas de realización, además se cuenta con la planta docente para la disertación de los mismos.

6.6 FUNDAMENTACIÓN.

6.6.1 Programa de Maestría.

La maestría (también llamada máster o magíster) es un grado académico de posgrado. Un máster oficial de posgrado se consigue al completar un programa de dos años o más según la universidad y el sistema educativo nacional. La finalidad de las maestrías es ampliar y desarrollar los conocimientos para la solución de problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales, y además dotar a la persona de los instrumentos básicos que la habilitan como investigador en un área específica de las ciencias, de las artes o de las tecnologías, que le permitan profundizar teórica y conceptualmente en un campo del saber.

Un título de máster equivale a tener unos estudios universitarios de 6 años o más (según la universidad y el sistema nacional de acreditación), ya que es necesario obtener el título de grado (4 años o más) antes de acceder a este nivel. El siguiente posgrado académico universitario es el doctorado. Existen multitud de maestrías, dependiendo del área de estudios al que pertenece el programa. Algunas de ellas son:

- M.Cs. (Maestría en Ciencias); M.Sc. (Máster of Science). Se otorga a quienes terminan estudios de posgrado en alguna área científica o tecnológica. Por lo general, conducen a doctorado en ciencias.
- M.I. (M.Eng.), Maestría en Ingeniería. Se otorga a quien culmina estudios de posgrado en ingeniería para aplicaciones y desarrollo profesional. Es requisito para estudios de doctorado en ingeniería aplicada.
- M.A., Maestría en Artes.
- M.S.P., Maestría en Salud Pública.
- LL.M., Maestría en Ciencias del Derecho. El LL.M. Eur es el Máster en Derecho Europeo.

- M.Ed., Maestría en Educación o en Docencia, orientadas a educación especial, bachillerato o nivel universitario.
- M.A.E. (M.B.A.), Maestría en Administración de Empresas.
- M.D.I. Maestría en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias.

El informe sobre la Educación superior en América Latina (2000 – 2005), señala que en países de América Latina donde se incluye Ecuador, la formación de posgrado se encuentra dando sus primeros pasos y responden en su gran mayoría a titulaciones de Maestrías, estos programas tienden a ser reproducción de programas de naciones desarrolladas sin ajustarse a las realidad de Latinoamérica, y en muchos de los cuales el aseguramiento de la calidad es deficiente, sin duda programas sin adecuación a los planes de desarrollo nacionales y regionales. Según el mismo informe el Ecuador ocupa uno de los últimos lugares en porcentaje de Doctorados de toda la región.

Según el Instructivo del Reglamento para la presentación y aprobación de programas de posgrado, entregado por el CES, la Maestría perfilada como un programa que busca ampliar, desarrollar y profundizar en una disciplina o área específica del conocimiento es de dos tipos:

- Maestría Profesionalizante: Orientada al desarrollo de competencias profesionales avanzadas. Los programas de este tipo se caracterizan por ser esencialmente teóricos-prácticos.
- Maestría de Especialización científica y de investigación: Orientada al desarrollo de competencias académicas e investigativas. Los programas de este tipo incluyen un componente de investigación y se caracterizan por ser fundamentalmente teóricos-investigativos.

6.6.2 Planificación Curricular por Competencias.

Para María Solar (2008) pedagoga, los elementos del diseño curricular por competencias son:

- El **marco referencial**, que abarca el macro currículo y dentro de este la investigación de necesidades, y la delimitación del campo profesional.

- El **levantamiento de perfiles**: *Perfil de Ingreso*, es el conjunto de competencias básicas adquiridas en el nivel medio, que permiten la inserción en los estudios universitarios. *Perfil Intermedio*, son las competencias que los estudiantes deben adquirir durante el proceso formativo de acuerdo a sus respectivas etapas de formación. *Perfil de Egreso*, posee las competencias centrales de la profesión en un grado de eficacia y eficiencia aceptable, traducido en el cumplimiento de las tareas propias de la profesión, para su construcción se requiere consultar representantes académicos y especialistas en el área, a egresados, empleadores y expertos para identificar las necesidades sociales. El Levantamiento del Perfil Profesional, entendido como el marco de referencia para organizar todo el proceso formativo, orienta la estructura curricular, las estrategias didácticas y los recursos, constituye el conjunto de rasgos que permiten a una persona ser reconocida como un profesional por la sociedad.

- La **estructura curricular** en la selección y organización de los contenidos, tiene que ver con toda la planificación, resultados de Aprendizaje, son las competencias que se esperan que el estudiante adquiera una vez finalizado su proceso de formación. Módulos, se define como el conjunto de actividades planificadas para alcanzar los logros de aprendizaje. Créditos, constituyen la

carga de trabajo que demandará la actividad curricular para el logro de los objetivos de aprendizaje. Metodología, se refiere a las distintas estrategias y técnicas que se utilizarán para el logro de los resultados de aprendizaje, y finalmente:

- *La Evaluación de Competencias*, es el juicio de valor respecto al estudiante, si alcanzó o no las competencias o logros de aprendizaje.

6.6.3 Método de Análisis Funcional.

Para Jesús Estrada (2010), el *“análisis funcional está considerado como herramienta pedagógica para identificar competencias laborales inherentes al ejercicio profesional. Tal función puede estar relacionada con una ocupación, una empresa, un grupo de empresas o todo un sector de la producción o los servicios.”* Para el presente diseño curricular se ha empleado el método de análisis funcional. Este puede desarrollarse en el nivel de ocupación, de organización laboral, o de sector ya que su lógica es deductiva y avanza sucesivamente desde lo general hasta lo particular. El análisis funcional ha permitido diseñar el mapa funcional fundamentado en la investigación previa, tomando en cuenta las necesidades y exigencias del sector textil y de confecciones con la finalidad de capacitar y especializar a los estudiantes de posgrado en función dichos requerimientos.

Los seguidores del enfoque funcional buscan identificar las competencias laborales asociadas a una actividad laboral concreta en una organización para conseguir los objetivos principales. Para ello emplean una aproximación deductiva, establecida por el Método de Desarrollo del Currículo: DACUM. define los objetivos de la

actividad, las funciones que desarrollarán dichos objetivos, y determina subfunciones que cumplen dichas funciones. De este análisis que parte del propósito inicial se determinan funciones principales que se transforman en Competencias, al desagregarse las funciones básicas se convierten en (elementos de competencia); constituyendo así una descripción lineal o programa de formación por competencias. (Herrera, 2006).

6.6.4 Gestión en diseño de moda.

El Manual de Proceso de Gestión y Operación de la Unidad Tecnológica de Acontex (2012), tiene como objetivo integrar políticas en gestión de la investigación de moda, gestión de colecciones y desarrollo de productos, enfatizando su análisis, en interpretación de tendencias sociales y de indumentaria, que faciliten el desarrollo de las PYMES y que sirva de motor a la creatividad como eje futuro de la competitividad. Este plantea el siguiente proceso para la generación de colecciones o productos de moda:

Proceso de Investigación, para cumplir con la etapa investigativa, es imprescindible contar con: un trabajo de escritorio que reúna material gráfico tomado de páginas web o revistas de moda, sumado a un trabajo de campo desarrollado en ferias de moda, o viajes. El contar con esta información gráfica nos permitirá determinar información valiosa de nuestro consumidor para determinar que estrategias de mercado debe seguir la empresa. INTI (2012). La construcción exitosa de colecciones de moda -único propósito del departamento de diseño - depende de saber identificar detalladamente a nuestro consumidor y mercado. (Seivewright. 2007).

Perfiles del consumidor



Gráfico No. 28 Mood Board de Consumidor

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Se entiende como perfil a todos los rasgos que identifican y diferencian a nuestro consumidor. Todos los perfiles se encuentran en las diferentes edades y segmentos socio económico. Para INEXMODA (2012), el estudio del consumidor busca principalmente su perfil. En esta etapa se debe investigar ciertas características como actividades, gustos, etc.

Planeación de colecciones, en la planeación de una colección es indispensable como primer paso crear un cronograma de trabajo, detallando sus ciclos y determinando los meses y semanas de entrega de colección con su respectiva participación de otros departamentos, más comúnmente el comercial. Se deben evaluar el cumplimiento de las fechas establecidas para determinar el compromiso de las personas a cargo y su efectividad. Después debe analizarse el comportamiento de aceptación y venta de la colección anterior, los tiempos de respuesta por parte del consumidor en cuanto a modelos, precios, publicidad y eventos. Es determinante en todos estos pasos tener en cuenta que la planeación de esta la colección debe proyectarse a un presupuesto de ventas, tipos de producto que obedezcan a la necesidad de una temporada, el perfil del consumidor, su estilo de vida y productos complemento que estratégicamente le brinde una mayor aceptación del producto a nuestro consumidor objetivo. (Posner, 2011).

Análisis de la información, Un soporte de análisis lo determinan los viajes a ferias de moda o mercados específicos de acuerdo con las necesidades, el comercio y el punto de venta, todo ello debe estar orientado a un consumidor de características similares al consumidor objetivo de la marca, las tendencias, que se recogen de revistas, catálogos, presentaciones e Informes de moda; todo esto se seleccionará de acuerdo con el perfil de consumidor y la ocasión de uso.

Proceso de Desarrollo, dentro del proceso de desarrollo de productos de moda, la colección se debe presentar de una manera gráfica, visual y entretenida. Debe tener su propio lenguaje, que a través de sus siluetas, colores, texturas, textiles, marquillas, etiquetas comparta su concepto, la etiqueta debe integrar siempre el lenguaje corporativo de la marca y su concepto, para esto trabajan en conjunto los diseñadores con el departamento de publicidad. En la presentación de las colecciones ante los clientes es importante establecer equipos comerciales y de ventas, es importante apoyarse en un catálogo de la colección donde este consignada la información de cada producto. Debe determinarse como una actividad de soporte estratégico al plan de mercadeo de la marca. El mostrar como las colecciones aportan identidad de marca representa una ventaja competitiva, así lo indica el Manual de Proceso de Gestión y Operación de la Unidad Tecnológica de Acontex (2012).

Estructura del producto, Los productos que son parte del ropero de colección deben ser de dos tipos: los productos de línea y los productos de moda: *Producto de línea: (básicos, clásicos)* son los productos que presentan leves cambios entre colección y colección, pero siempre están como base para conformar una colección. Generalmente son los productos de mayor rotación dentro de la pirámide del producto, a la vez que carecen de factores de innovación, carecen de

complicaciones a nivel de producción. En ellos están los grandes volúmenes y las pequeñas ganancias. *Producto de Moda:(innovadoras)* son aquellos productos donde se aplican las diferentes variables del concepto de moda. Estos productos son los de mayor valor percibido, en ellos están los pequeños volúmenes y las grandes ganancias. (Ibíd.)

Conceptualización



Gráfico No. 29 Mood Board de Concepto

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

La manera en cómo han evolucionado las colecciones anteriores provee una información muy valiosa, además del análisis de la estructura del producto. Luego se inicia el proceso de conceptualización definiendo conceptos que pueden aplicarse a las El instrumento para desarrollar es el MOOD BOARD.



Gráfico No. 30 Ambiente de color

Se requiere, además, desarrollar el AMBIENTE DE COLOR que presenta el concepto de moda. Se recomienda que la paleta de color planteada en el ambiente contenga como máximo 10 colores. Es imprescindible definir los colores base, los acentos y los complementos y determinar sus respectivos porcentajes de participación.



Gráfico No. 31 Ambientación de Textiles

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Se debe definir además, una AMBIENTACIÓN DE TEXTIL, que debe contener las bases textiles sugeridas por el concepto de moda en

el cual se plantee una selección de texturas, colores sólidos, estampados, preteñidos, bordados, acabados, composiciones.



La ambientación de insumos y accesorios da énfasis al concepto y al diseño de la silueta los detalles de confección revelados en: pespuntos, presillas, recogidos. Los accesorios e insumos son los componentes finales en la terminación del producto o la ornamentación.

Gráfico No. 32 Ambientación de insumos

Elaborado por: Taña E. Escobar G.



Gráfico No. 33 Ropero

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Selección de bases e insumos, con el presupuesto de ventas y compras predeterminado se debe iniciar la actividad de selección de insumos, y definir de antemano las cantidades tentativas por producto, de acuerdo a la categoría o grupo que tenga dentro de la colección. Los proveedores se clasifican y se seleccionan de según el tipo de productos que ofrecen. Aunque la selección

de materiales es una actividad del departamento de producto o diseño, la confirmación del pedido es responsabilidad del departamento de planeación y compras por el manejo de políticas de negociación en descuentos, plazos, convenios o flujos de caja.

Se pueden diseñar diversos roperos y cada uno se los representará a un concepto y universo de vestuario. Finalmente se presentará un ropero unificado. Para continuar con el desarrollo del producto se entrega un pre - colección a diseño para planeación, a producción para programación de confección, y al departamento de compras. Carlos Trujillo (2012).

Patronaje y moldería, este proceso se inicia con la elaboración de moldes o patrones. Se define el molde y sus características según el tallaje y proporciones establecidas por la marca. (El tallaje adecuado y pre establecido es parte de la identidad de la marca). El producto servirá como muestra para la definición del nuevo molde y la elaboración de la hoja de producto y especificaciones. Todo cambio debe quedar consignado en la historia de vida o uso del producto. (Ibíd.)

Muestras de producto, para producción se debe tener una prenda con todos los detalles de confección para así garantizar un mejor desempeño de la producción. *Hojas de producto,* es el documento gráfico con las especificaciones detalladas del producto, la matrícula que será el manual de trabajo de las diferentes y múltiples áreas que nos complementan y un error no corregido oportunamente puede ser de alto costo. *Solicitud de procesos:* (Estampados, bordados y lavados). Es realizada directamente por el departamento de diseño con la coordinación de producción. *Hojas de especificaciones técnicas:* es realizada por el departamento técnico o de producción bajo la coordinación del departamento de diseño.

Entrega y venta de la colección, de esta manera debe entenderse al diseño y su proceso como: un conjunto de conocimientos propios de la disciplina del diseño,

donde concurren una serie de habilidades intelectuales e instrumentales que permiten al diseñador convertir problemas y necesidades (ideas y conceptos) en soluciones formales de todo tipo (objetos concretos). Las habilidades intelectuales son consecuencia de la capacidad de combinar el análisis y la creación, detectar y estudiar los elementos constitutivos de un problema, todo ello con la capacidad de dar respuestas formales concretas. Las capacidades instrumentales consisten en el dominio de técnicas que permiten visualizar, representar los productos de forma unitaria y distinguir cada uno de los elementos que la constituyen. De la integración multidisciplinar entre marketing y gestión del proyecto se logran capacidades operativas competitivas. (Groce, 2012).

6.7 METODOLOGÍA. PLAN DE ACCIÓN.

La estructura del diseño curricular del Programa de Maestría en IDDI de productos de moda, abarca en primera instancia un Marco Referencial, seguido del Levantamiento de perfiles, el Diseño y estructura Curricular del Programa, y la implantación del Marco Administrativo y legal, para finalizar con el Modelo Operativo de la Propuesta adaptada al formato de presentación de programas de posgrado implantada por el CES.

6.7.1 Marco Referencial del Programa de Maestría en IDDI de productos de Moda.

Contexto socio económico de la Maestría en IDDI de productos de Moda.

El sector textil confecciones y su industria en el Ecuador, han sufrido un cambio considerable en los últimos años, agentes como: la globalización, la adaptación veloz de la tecnología, el rápido crecimiento de franquicias internacionales y

últimamente la introducción de imperios productores de moda a nuestro país, todo esto sumado a la facilidad con la que hoy se accede a información relacionada con la industria, las tendencias y la moda revela que las empresas de confección textil de Tungurahua se enfrentan al fenómeno llamado fast fashion o pronta moda, fenómeno que sin duda alguna requiere cambios considerables en el accionar de la cadena productiva. Si todo lo expuesto, ha representado factores de alerta, también es importante rescatar la nueva visión del empresario ecuatoriano, las salvaguardas impuestas por el gobierno para productos que entraban libremente a nuestro país, y los esfuerzos que desarrollan entidades gubernamentales para facilitar la exportación nos permiten obtener un panorama que impulsa a la industria nacional y al sector textil confecciones.

Para enfrentar un mercado tan competitivo, es imprescindible que las empresas de confección textil desarrollen procesos integrales del producto moda que respondan a las exigencias de un consumidor globalizado. Insertarse dentro de un marco que les permita gestionar la investigación, el desarrollo, diseño e innovación de productos de moda no es tarea fácil, requiere del aporte de profesionales especializados, actualizados, proactivos que optimicen todos los procesos productivos inherentes al departamento de investigación, desarrollo & diseño de productos de moda, mercadeo y ventas; profesionales que dominen competencias en su área afín, y profesionales actualizados constantemente en temas de interés socio productivo y moda.

Estas industrias del sector textil confecciones, se perfilan como escenarios potenciales que les permitirá a futuros Maestranes en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de Productos de moda, encaminar a las empresas hacia niveles de desarrollo competitivo y responsable.

Mercado ocupacional

El Maestrante en IDDI de productos de moda podrá prestar sus servicios profesionales en áreas como: la Investigación de moda, el Desarrollo de productos de moda y la Innovación de productos de moda. Además este profesional podrá prestar sus servicios profesionales en campos como: Unidades Tecnológicas de Producción, Industrias de moda, Satélites y Maquilas de industrias de moda, Consultoría y Asesoría, Empresa independiente y Capacitación docente.

Las personas e instituciones que demandarán los servicios de este profesional son: Empresarios del sector textil confecciones, Acontex, Capit, Caltu, e Instituciones de Educación Superior.

Campo profesional

Dentro de una **Unidad Tecnológica de Producción** el profesional especializado puede desempeñarse como:

- Jefe de la Unidad de Investigación del Observatorio de Tendencias y perfiles del consumidor.
- Jefe de la Unidad de desarrollo, diseño y montaje de colecciones.
- Jefe de la Unidad de innovación de productos y/o colecciones de moda.

Dentro de una **Industria de moda** el profesional especializado puede desempeñarse como:

- Jefe del departamento de investigación y desarrollo de productos de moda.
- Jefe del departamento de diseño en una industria de moda.
- Coordinador del montaje de colecciones por líneas o segmentos de vestuario.

Como **Profesional especializado independiente** puede desempeñarse como:

- Empresario de moda independiente.
- Consultor especializado en investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.
- Generador independiente de proyectos de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.

Dentro del **Área de capacitación** el profesional especializado puede desempeñarse como:

- Docente universitario en área de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.
- Instructor de seminarios relacionados con la investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.

La provincia de Tungurahua se perfila como zona industrial y productora del país, debido a que dentro de ella se han formado dos clúster. El clúster textil confecciones, y el clúster cuero y calzado lo que nos lleva a indicar que dentro de la Provincia las PYMES promueven la economía local. Tungurahua es fabricante de productos como: ropa interior, ropa deportiva, pijamería, pantalones jeans, calzado

y prendas en cuero. Existen talleres, microempresas y empresas del sector que indican la demanda existente de profesionales especializados en diseño de modas.

Modelo pedagógico que orienta el Programa de Maestría en IDDI de productos de moda.

El modelo pedagógico del programa se centra en el enfoque socio – constructivista, el cual conecta el desarrollo de ambientes de aprendizaje y la aplicación de un proceso interactivo entre los actores del proceso enseñanza aprendizaje, donde el maestrante produce conocimientos de manera colectiva y colaborativa y lo integra críticamente a su aprendizaje. El modelo se centra en el contexto social y en un proceso de interacción interpersonal.

Principios del Modelo Pedagógico	
Constructividad	Proceso activo del pensamiento para la construcción del conocimiento.
Significatividad	Relación sustancial entre el aprendizaje y el conocimiento previo.
Creatividad	Innovación, flexibilidad, transferencia dentro del PEA.
Comunicación	Interactividad entre la dimensión comunicativa y social.
Colaboración	Interdependencia, producción colectiva interpersonal e intrapersonal.
Autogestión	Generación de soluciones creativas ante el medio ambiente.
Integración	Dominio de aprendizaje de varias disciplinas y visión integradora.

Cuadro No.30: Principios del Modelo Pedagógico.

Modelo Fuente: Vicerrectorado Académico, y varios (2007). Construyendo futuro. Pág. 35. **le**
productos de moda: Modelo Curricular por Competencias.

Dimensión filosófica epistemológica.

La presente propuesta de diseño curricular mantiene como fundamento la sociedad del conocimiento, la globalización, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la tercera revolución científica y técnica, la conservación del medio ambiente, la equidad de género y otras megas tendencias que día a día nos exponen a un panorama cada día más complejo. Para el DIPLEG (2007) este panorama multidimensional, nos obliga a redescubrir un mundo y abandonar esquemas de antaño que no solucionan los problemas actuales. La Era de la planetarización presenta nuevos retos en la educación, si se desea comprender un problema educativo, hay necesidad de contextualizarlo, analizar sus interacciones y retroacciones y su multidimensionalidad.

La presente propuesta curricular parte de una reflexión crítica sobre la Era de la Planetarización la misma que es interpretada dentro del Pensamiento Complejo. *“El pensamiento complejo posibilita un método de construcción de saberes que tiene en cuenta el entretreído de las partes, la construcción de relaciones, el caos, el cambio y la incertidumbre”* (Morín 2006). Este reconoce y mezcla componentes opuestos pero a la vez complementarios de una realidad: las partes y el todo: lo cuantitativo y lo cualitativo, el análisis y la síntesis, lo abstracto y lo concreto, la teoría y la práctica, la certeza y la incertidumbre, la vida y la muerte. Esta perspectiva de pensamiento permite un conocimiento pertinente y dialéctico del fenómeno de la planetarización, posibilita interpretar la trama de la vida humana, la educación y el trabajo. (CEDED 2007). Por ello la Era de la Planetarización interpretada desde la perspectiva del Pensamiento Complejo sirve de base epistemológica y metodológica para el diseño curricular por competencias aplicado en el presente proyecto.

Pensamiento complejo

Gestiona el talento humano en función de aprender a desaprender, aprender a aprender y aprender a reaprender.

Cuadro No.31: Pensamiento Complejo

Fuente: Vicerrectorado Académico, y varios (2007). Construyendo futuro. Pág. 69.

Dimensión científica técnica.

Desde la perspectiva del pensamiento complejo se plantea formar profesionales que siempre estén desaprendiendo, aprendiendo y reaprendiendo para responder con capacidad al cambio planetario, a una realidad compleja y evolutiva. Una de las alternativas que afrontan esta situación es la *Formación por Competencias* la cual persigue la formación de profesionales polivalentes, poli funcionales y poli proyectuales, competencias que generen un desarrollo humano integral. La Universidad Técnica de Ambato articula dos ejes de competencias: *Las competencias genéricas* que integran a aquellas que son fundamentales para convivir y desenvolverse en cualquier ámbito social y las que son comunes a varias ocupaciones o profesiones; y *Las competencias específicas* aquellas que permiten desarrollar una profesión.

Esta perspectiva sumada a la vinculación educación - empresa, la Metodología participativa, la Gestión de calidad y la Evaluación Potencializadora fundamentan la dimensión científica técnica. La vinculación educación – empresa indica que las IES deben diseñar los currículos y formar en base a requerimientos del contexto para que dichos profesionales puedan resolver con autonomía, creatividad y precisión los problemas del contexto, soluciones que impulsarán su desarrollo. La metodología participativa plantea que la enseñanza aprendizaje parta de la vida y vuelva a ella para transformarla, por ello se aplica el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP),

que parte de un problema y vuelve a él para solucionarlo. La gestión de calidad, debe responder a las exigencias del contexto al formar profesionales competentes, idóneos, que se desempeñen con éxito y satisfagan las demandas sociales con criticidad, creatividad y productividad. Y la evaluación potencializadora del talento humano hacia su desarrollo integral vista como una práctica de aprendizaje, de renovación e innovación para asumir retos y trabajar para alcanzarlos. (Ibíd.)

Definición del Programa: Magíster en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de Productos de Moda.

La Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de productos de moda es una plataforma hacia la gestión estratégica de proyectos integrales en la industria de moda. Aplica la metodología IOI (Intuición, Observación, Interpretación), para investigar la moda, conocer el mercado y sobretodo entender el perfil del consumidor. Proporciona una visión puntual de la empresa y la marca. Planifica el montaje y diseño de colecciones. Plantea técnicas relacionados con el mercadeo y ventas. Invita a la aplicación de la innovación de productos de moda por medio de procesos relacionados con el diseño sustentable, sostenible, ético y universal. Esta formación permitirá responder con eficacia y eficiencia a las exigencias de un consumidor cada día más exigente, a la vez suplirá con acierto los requerimientos del sector textil confecciones.

6.7.2 Levantamiento de perfiles.

Perfil de ingreso.

El aspirante al Programa de Maestría en IDDI de productos de moda debe ser un profesional:

- Con Experiencia en el campo industrial de la moda y dominio en el diseño, la ilustración, el patronaje, el escalado y la producción de colecciones; el manejo de software y sistemas CAD CAM para la representación artístico-técnico de propuestas y colecciones de moda en diversos universos del vestuario.
- Con profunda motivación para actualizarse permanentemente.
- Con una actitud crítica frente a su propio desempeño profesional.
- Capaz de medir sus propias competencias y las de sus colegas y, de adaptarse a nuevas estrategias de trabajo.
- Con pasión por la moda.
- Investigador dinámico.
- Abierto a los cambios.
- Con capacidad comunicativa y solidario.
- Con responsabilidad social.
- Predispuesto a trabajar.

Levantamiento del Perfil de egreso.

Una vez identificado en el contexto profesional los problemas críticos o nodos que deberá afrontar el egresado, se determinan las competencias globales y específicas que constituyen la base para el levantamiento del perfil del egresado.

Nodo problémico.

Escasa formación de posgrado en grado académico de Maestría que se enfoque a la producción integral de moda y especialice a profesionales en diseño de moda sobre la gestión de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda, que aseguren la colocación del producto en el mercado y que encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.

Propósito clave definido. Competencia global.

- Especializar profesionales en diseño de modas en la investigación, el desarrollo, el diseño, y la innovación de productos de moda que aseguren la colocación del producto en el mercado y encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.

Competencias específicas.

- Investigar información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo en los negocios, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda.
- Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.
- Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.
- Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño sustentable, sostenible, ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social.

Perfil de egreso

El profesional especializado se perfila como:

- Un investigador dinámico capaz de comprender el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo.
- Un analista de perfiles del consumidor y mercados.
- Un pronosticador e interpretador de tendencias e información de moda.
- Un estratega de mercadeo y comunicación de la moda.
- Un creador de empresas de moda.
- Un creador de marcas.
- Un planeador, gestor y productor de colecciones de moda y/o productos de moda.
- Un diseñador de colecciones y/o productos de moda.
- Un planeador de mercadeo y ventas.
- Un analista de canales de distribución y puntos de venta.
- Un estratega de servicio para generar y superar expectativas de los clientes.
- Un asesor de ventas en productos de moda.
- Un innovador de procesos en productos de moda y/o colecciones de moda.
- Un generador de proyectos de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.

- Un asesor para el desarrollo de colecciones y/o productos de moda.
- Un consultor en investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.
- Un facilitador en programas de posgrado relacionados con el diseño de moda.
- Un empresario de moda proactivo.
- Un impulsor del trabajo en equipo.

Perfil del docente.

El docente del Programa de Maestría debe ser capaz de:

- Sustentar la actividad docente en la investigación socioeducativa.
- Actualizar su formación profesional de manera que responda a los cambios de época.
- Emplear la investigación como estrategia para aprender, desaprender y reaprender.
- Emplear métodos y estrategias para aprendizajes críticos, creativos y productivos (ABP, ABPRO, Works shops, y otros)
- Vincular la gestión de clase al contexto socio-productivo.
- Tutoriar el trabajo autónomo según necesidades e intereses de los maestrantes.
- Implementar actividades de formación opcional “a la carta”, basada en diversos estilos de aprendizaje.

- Apoyar la definición de un proyecto personal del estudiante.
- Desarrollar trabajos en equipo entre estudiantes y solucionar conflictos.
- Cooperar en la formación continua de los compañeros de docencia.
- Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación en el proceso docente educativo.
- Actuar de acuerdo con un proyecto ético de vida y de docencia profesional.
- Cumplir con los compromisos pedagógicos acordados por los estudiantes.
- Aplicar la evaluación basada en evidencias de desempeño, de resultados y de conocimiento.
- Desarrollar comunicación dialógica con los maestrantes.

Cabe mencionar que para la identificación de las competencias se ha aplicado el análisis funcional, como una aproximación deductiva establecida por el Método del Desarrollo del Currículo (DACUM) que culmina con la obtención del mapa funcional.

Gráfico No.34: Mapa Funcional
Elaborado por: Taña E. Escobar

**MAPA
FUNCIONAL**

ESPECIALIZAR PROFESIONALES EN DISEÑO DE MODAS EN LA INVESTIGACIÓN, EL DESARROLLO, EL DISEÑO, Y LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA QUE ASEGUREN LA COLOCACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO Y ENCAMINEN AL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES HACIA NIVELES DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.

Propósito clave

Escasa formación de posgrado en grado académico de Maestría que enfoque la producción integral de moda y especialice a profesionales en diseño de moda sobre la gestión de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda que aseguren la colocación del producto en el mercado y que encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.

Problema del contexto

1. Investigar información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo en los negocios, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda.

2. Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.

3. Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.

4. Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño sustentable, sostenible, ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social.

Función principal

1.1 Investigar el comportamiento de la moda, sus macro y micro tendencias que permitan determinar su proyección e implicación segura en los negocios.

1.2 Investigar el perfil del consumidor basado en datos relevantes que permitan encontrar información fiable del usuario y procuren una conexión exitosa con el producto de moda.

1.3 Investigar el comportamiento del mercado para obtener información segura y confiable que permita determinar planes para la orientación exitosa de la empresa en los negocios.

2.1 Proporcionar una visión general de la gestión estratégica empresarial por medio del análisis de recursos y operaciones que permita direccionar la actividad empresarial hacia niveles de desarrollo.

2.2 Generar una visión general de los principales conceptos y elementos del marketing mix para su aplicación directa a la industria de la moda.

2.3 Gestionar el valor de la marca mediante la aplicación de estrategias que permitan alcanzar el posicionamiento deseado.

3.1 Gestionar colecciones de moda por medio de la planificación, montaje y desarrollo, siguiendo las herramientas metodológicas de estructura, análisis y validación de colecciones dentro del aspecto creativo y comercial.

3.2 Aplicar estrategias de comunicación para adaptarlos al espacio comercial y lograr una exhibición coherente con la identidad de la marca, las propuestas de moda, y el consumidor objetivo.

Función Básica

1.1.1 Generar un observatorio de tendencias que permitan concebir una metodología de observación, análisis, aplicación y pronóstico de tendencias de moda.

1.2.1 Definir el tipo de consumidor y el comportamiento de futuros usuarios para pronosticar eficazmente el consumo en productos de moda.

1.3.1 Pronosticar la forma de consumo en el mercado y las tendencias de moda para mantener argumentos críticos que fusionen e interpreten la investigación de moda.

2.1.1 Gestionar los modelos referencia sobre la Gestión de Operaciones implantados para discernir el modelo idóneo en función del tipo de organización y aplicar de forma práctica esas técnicas, en todas las áreas de gestión de una organización.

2.2.1 Identificar los elementos fundamentales del marketing a nivel estratégico y operativo de un proyecto.

2.3.1 Desarrollar el concepto e imagen de una marca que mantenga a lo largo del tiempo una combinación de atributos tangibles y de valores intangibles que sean importantes para el cliente, le de identidad y permita adecuar todas las estrategias en función del posicionamiento deseado.

3.1.1 Aplicar herramientas de gestión de colecciones expresivas, operativas, técnicas y tecnológicas del producto en base al público objetivo para el cual se ha diseñado.

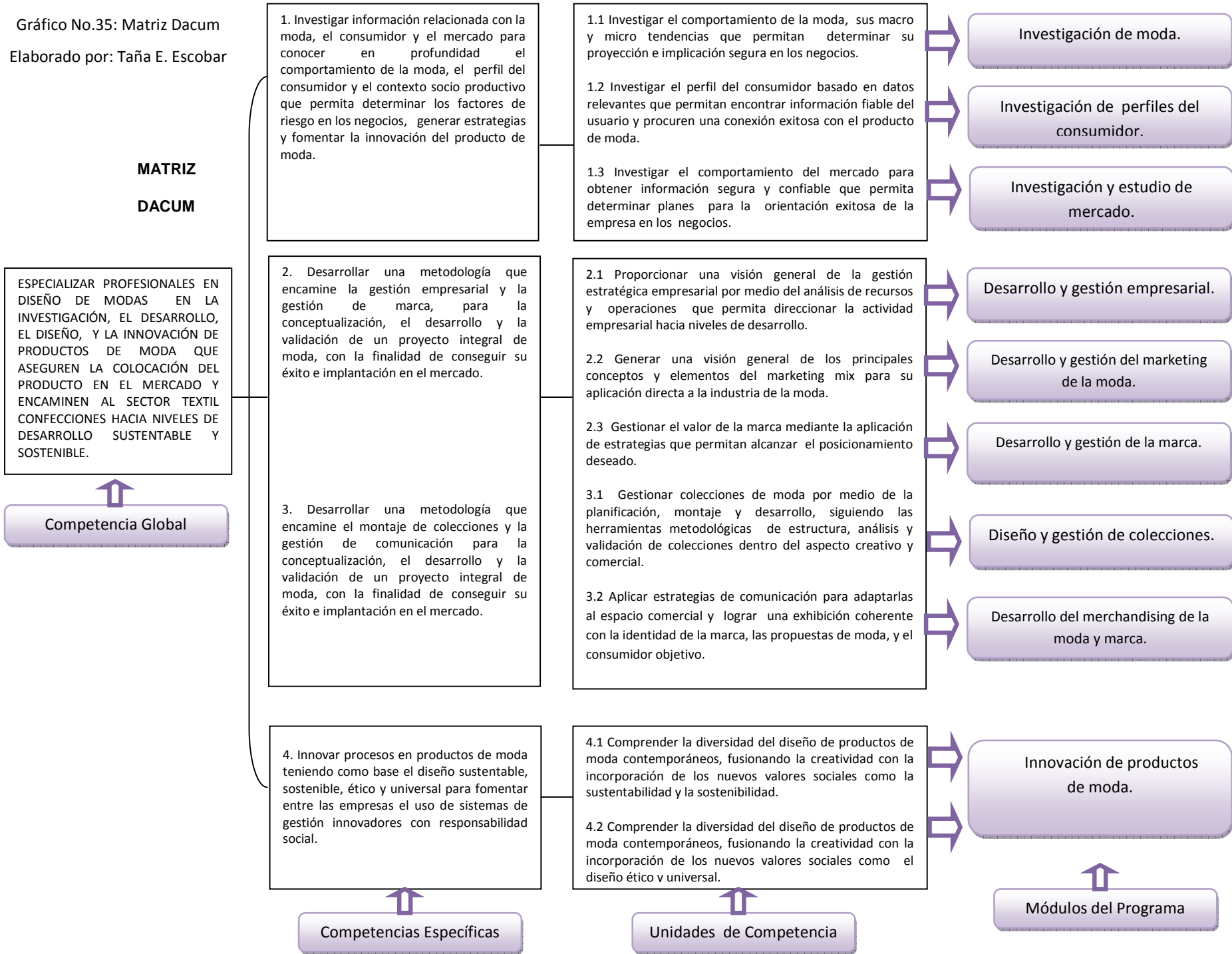
3.2.1 Aplicar distintas técnicas y herramientas de comunicación de tal forma que nos permitan gestionar estratégicamente la colocación del producto en la superficie comercial.

Sub-función Productivas

4.1.1 Aplicar procesos de innovación generados a partir de la sustentabilidad y sostenibilidad en productos de moda funcionales.

4.2.1 Aplicar procesos de innovación generados a partir de el diseño ético y universal en productos de moda funcionales.

Gráfico No.35: Matriz Dacum
Elaborado por: Taña E. Escobar



6.7.3 Diseño y estructura Curricular.

Matriz de planificación curricular.

PLANIFICACIÓN CURRICULAR				
CÓDIGO	PROGRAMA DE MAESTRIA EN INVESTIGACIÓN, DESARROLLO, DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA			PÁGINA 1 DE 11
1. DATOS INFORMATIVOS.				
NIVEL	LÍNEA CURRICULAR		ÁREA	
CUARTO NIVEL	FORMACIÓN POR COMPETENCIAS.		INGENIERÍA, INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN.	
ESPECIALIDAD	PROGRAMA DE POSGRADO.		VERSIÓN	PARALELOS
DISEÑO DE MODA	DE	INVESTIGACIÓN, DESARROLLO, DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA.	E PRIMERA	A
MODALIDAD	PRESENCIAL.			
DURACIÓN	SEPTIEMBRE DE 2013 A SEPTIEMBRE DE 2015.			
2. CÁLCULO DE TIEMPO.				
INTENSIDAD HORARIA	HORAS CLASE	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	HORAS DE TUTORIA DE TESIS	TOTAL CRÉDITOS
1728	768	768	192	60
3. Nº DE CRÉDITOS.				
Nº EVENTOS	EVENTOS / MÓDULOS		HORAS	Nº DE CRÉDITOS
1	Investigación de Moda.		64	4
2	Investigación de perfiles del consumidor.		64	4
3	Investigación y estudio de mercado.		64	4

4	Desarrollo y gestión empresarial.	64	4
5	Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	64	4
6	Desarrollo y gestión de la marca.	64	4
7	Seminario de tesis de grado.	64	4
8	Diseño y gestión de colecciones.	128	8
9	Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	64	4
10	Innovación de productos de moda.	128	8
11	Tesis de Grado.	192	12

4. MACROCOMPETENCIA.

Formar posgradistas maestrantes que se especialicen en la gestión y producción integral de moda, con la finalidad de que transfieran sus conocimientos a empresas del sector textil confecciones respondiendo oportunamente a los cambios de época.

5. COMPETENCIA GLOBAL.

Especializar profesionales en diseño de modas en la investigación, el desarrollo, el diseño, y la innovación de productos de moda que aseguren la colocación del producto en el mercado y que encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.

6. OBJETIVOS DEL PROGRAMA.

Aplicar la producción de moda integral a nivel creativo innovador a través de la investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda con pasión y responsabilidad social.

7. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS.

Nº	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
C1	Investigar información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo en los negocios, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda.
C2	Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.

C3 Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.

C4 Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño sustentable, sostenible, ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social.

8. SISTEMA DE CONOCIMIENTOS DEL PROGRAMA DE COMPETENCIA - EDICIÓN DE QUE GENERE MANUAL DE TRABAJO.

MÓDULO 1: INVESTIGACIÓN DE MODA.

Observatorio de Tendencias: Ejes estratégicos: Intuición, Observación, Interpretación, Difusión. Metodología de la Observación. Macrotendencias y Microtendencias. Proyecciones de las Tendencias a largo plazo y corto plazo. Cartograma de las tendencias. Ciclo de vida de la tendencia. Especialista en predicción de tendencias.

Metodología de Análisis: Predicción de moda. Coolhunters y Cultsearchers. Tendencias de moda de los consumidores. Tendencias de las pasarelas del diseñador. Tendencias seleccionadas por la prensa. **Metodología**

de aplicación: Interpretación conceptual. Proyección y consumo. Ciclo de vida y consumidor. Las tendencias y su implicación en los negocios.

MÓDULO 2: INVESTIGACIÓN DE PERFILES DEL CONSUMIDOR.

El perfil del consumidor: Perfiles del consumidor. Tendencias y comportamiento del consumidor. Tipo de consumidores. Variables demográficas, geográficas, psicográficas. Variables conductuales, de uso y beneficio.

Mood Board del perfil del consumidor. Análisis de Características. **Los futuros consumidores:** Relos. Parasiters. Flowmads. Health Rubands.

MÓDULO 3: INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO.

Mercados emergentes: Tendencias de mercado. Tamaño del mercado. **Situación de mercado:** Tendencias empresariales precios. Competidores: productos y precios, operaciones y servicios, cuota del mercado. Empresa: finanzas, modelos de negocio, oportunidades de negocio, política y economía. Especialista en comprador minorista o merchandiser.

MÓDULO 4: DESARROLLO Y GESTIÓN EMPRESARIAL.

Gestión estratégica empresarial: La empresa. Objetivos y valores. Organización, dirección, y estructura. La empresa en 5 fases y sus ciclos. Etapas y ciclos de vida en la empresa familiar. Las estrategias y ventajas competitivas. La formulación, implantación y evaluación de las estrategias. La planificación y el control estratégico. **Gestión de recursos:** Límites internos y externos de la Estrategia empresarial. Análisis y efectos de la Globalización en las empresas. Factores motivadores de la globalización. **Aspectos conceptuales y empresariales del producto:** Creatividad artística & creatividad comercial. La gestión de la creatividad en las empresas de moda. La cultura del diseño como elemento básico en la distinción empresarial. **Gestión de operaciones:** Mass Customization. Concepto de PRONTO MODA. Gestión de demanda y stocks. Gestión LEAN. Gestión por Procesos y CMI. La Logística por Procesos. Gestión de Almacenes. Diseño y procesos del almacén. Gestión de Stocks. Parámetros de control. El proceso de compras.

MÓDULO 5: DESARROLLO Y GESTIÓN DEL MARKETING DE LA MODA.

El marketing: Estrategias del marketing operativo. El marketing mix. **El marketing de moda.** El plan de marketing. El plan de distribución. La gestión del canal. Distribución mayorista y minorista. El plan de publicidad y promoción de ventas. El mix promocional. El “paquete” de servicios al cliente. El plan de promoción. Estrategias y tácticas en promoción. Patrocinio Mecenazgo y Relaciones públicas. El marketing directo y el marketing interactivo.

MÓDULO 6: DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA MARCA.

La marca: Introducción y objetivos del Branding. Definición de la marca. Desarrollo, gestión y posicionamiento de la identidad de una marca. Concept Book de una marca. Característica, generalidades y parámetros. Mood board de la marca. El valor de la marca. Identidad corporativa e identidad visual corporativa. Tangibles e intangibles (elemento material, elemento inmaterial). Estrategia de marca. La relación entre la marca y producto en la moda. La reputación de la marca. Capital de marca o brand equity. Marcas y moda. Gestión de marcas. Creación de marcas fuertes. Casos de éxito. Anatomía de la marca 1: tipografía. Normativa básicas sobre tipografía. Normativa básica sobre composición. Tipografía creativa: desde las vanguardias a la actualidad. Tipografía manual. Introducción a la semiótica: signo y significado. **Desarrollo de Marca:** Orientación y enfoque, Definición de la empresa e inversión. Matriz de segmentación de mercado. Matriz de definición de la participación de la marca en el mercado. Tema de mercadeo. Matriz de precio, perfil, producto y atributos de la marca. Matriz de perfiles vrs universos de vestuario y ocasiones de uso. Plan estratégico de marca. Mood board de marca. Manual de marca. **Desarrollo de la imagen de marca:** Desarrollo del logo. Certificado de registro. Manual de identidad corporativa. Paketh labell. Validación de manual de marca.

MÓDULO 7: SEMINARIO DE TESIS DE GRADO.

Estructura del Proyecto de Tesis. Capítulo I, El problema de la investigación. Capítulo II, Marco Teórico. Capítulo III, Metodología de la Investigación. Capítulo IV, Análisis e Interpretación de resultados. Capítulo V, Conclusiones y Recomendaciones.

MÓDULO 8: DISEÑO Y GESTIÓN DE COLECCIONES.

El negocio de la moda: Herramientas para la gestión de una colección. Metodología para la estructuración de una colección. Metodología para el análisis y validación de una colección. Determinación del tema o concepto de colección. **Planificación de la colección:** Cronograma de la temporada. Estructura del producto. Estadística de curvas de producto. Matriz de la cantidad de productos a fabricar. Curva de productos. Presupuestos. Programación de colección aprobada. **Investigación y documentación:** Recolección de investigación de moda. **Conceptualización y diseño de la colección:** Desarrollo del concepto. Diseño de la colección. Mood board de colecciones: roperos. Selección de la colección. **Desarrollo de la colección:** Portafolio técnico de colección. Fichas técnicas. Paketh labell. **Manejo del Software en 3D para la Ilustración y presentación digital.** Aprobación de la colección y de la imagen del producto. Desarrollo de fichas técnicas de prototipo por prenda. Patronaje de prototipos digital. Búsqueda de materia prima e insumos. Desarrollo de rotulado, etiquetado y empaquetado. Desarrollo de muestras del prototipo base, escalado, costos y política de precios (ficha técnica de costos de producto). Presentación de la colección. **Adquisición de materia prima e insumos:** Plan de compras y presupuestos. Programa o compro. Compra de materia prima e insumos. Logística de bodega. Plan de estampado. **Producción de la colección:** Presupuesto, plan de producción. Producción de prendas. Bodega de productos. Plan de comunicación. **Presentación del proyecto:** Look book. Manual de producto. Manual de colección. Especialista en programación y montaje de colecciones.

MÓDULO 9: DESARROLLO DEL MERCHANDISING DE LA MODA Y LA MARCA.

Moda, comunicación y relaciones públicas: El cliente, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas de moda. **Plan de comunicación** en la empresa de moda. **Proyecto de comunicación en una empresa moda:** La comunicación en el punto de venta. Internet un medio avanzado. Concepto y objetivos del merchandising. **Merchandising interno:** Diseño de la superficie expositiva. Situación de las secciones. El surtido (producto). Visual merchandising. Análisis de espacios comerciales. **Merchandising externo:** Ubicación de la superficie. Señalética exterior. **El escaparate:** Análisis de espacios expositivos. Escaparatismo. Historia y definición. Características de un escaparate. Tipos de escaparates. En función del producto. Publicitario de marca. Sin mercancía o producto. Objetivos de un escaparate. Aspectos técnicos: Equilibrio y composición. Aspectos estéticos. Aplicación de tendencias de moda, estética e interiorismo. Creatividad y concepto. La idea. El

proyecto. El decorado y materiales. Presupuesto. Proyecto. Proceso Investigación promocional: Venta personal. Publicidad. Marketing viral, relaciones públicas, promoción de ventas. Especialistas en promoción y relaciones públicas. Estrategias **Distribución y vías de comercialización:** Logística. Catálogo, Bodegas móviles, Cadenas. Puntos de venta tradicionales, internet. Especialista del visual merchandiser. **Análisis y previsión de ventas.** **Comercialización:** plan comercial. Plan de capacitación a vendedores. Plan de marketing, plan de negocios, fijación de presupuestos. Planificación de gama, plan de ventas, plan de producción, planificación promocional. Desarrollo de campañas promocionales.

MÓDULO 10: INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA.

Innovación. Productos de moda contemporáneos innovadores. Principios de sustentabilidad. Principios de sostenibilidad. Fundamentos del Diseño ético. Fundamentos del diseño universal. Procesos de Innovación.

MÓDULO 11: TESIS DE GRADO.

Ejecución del proyecto de investigación. Estructura del Proyecto de Tesis. Capítulo I, El problema de la investigación. Capítulo II, Marco Teórico. Capítulo III, Metodología de la Investigación, Capítulo IV, Análisis e Interpretación de resultados. Capítulo V, Conclusiones y Recomendaciones. Capítulo VI, Propuesta de solución.

9. EVALUACIÓN.

COMPETENCIA ESPECÍFICA C1	Investigar información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo en los negocios, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda.		
UNIDAD DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
		TÉCNICA	INSTRUMENTO
UC 1.1 Investigar el comportamiento de la moda, sus macro y micro tendencias que permitan determinar su proyección e implicación segura en los negocios.	Genera un observatorio de tendencia aplicando la metodología IOI de investigación. Desarrolla ejes estratégicos de investigación como la intuición, la observación, interpretación y	Observación sistemática. Investigación.	<u>Instrumento</u> Fichas de observación. Listas de cotejo. Producciones escritas Productos <u>Aplicación</u> Registro de streetvisión.

	<p>difusión.</p> <p>Concibe una metodología de observación empleando el análisis, aplicación y pronóstico de tendencias de moda.</p> <p>Predice y define tendencias considerando su implicación en los negocios.</p>		<p>Registro de shop report y preview.</p> <p>Cartograma de las tendencias.</p>
<p>UC 1.2</p> <p>Investigar el perfil del consumidor basado en datos relevantes que permitan encontrar información fiable del usuario y procure una conexión exitosa con el producto de moda.</p>	<p>Define el tipo de consumidor y el comportamiento de futuros usuarios analizando diversas variables que lo caracterizan.</p> <p>Pronostica eficazmente el consumo en productos de moda por medio de la investigación previa.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestrantes.</p> <p>Observación sistemática.</p>	<p><u>Instrumento</u></p> <p>Listas de cotejo.</p> <p>Producciones escritas y gráficas.</p> <p>Productos.</p> <p><u>Aplicación</u></p> <p>Mood board del perfil del consumidor.</p> <p>Cuadro de características del consumidor.</p> <p>Workshop de tipos de consumidor.</p>
<p>UC 1.3</p> <p>Investigar el comportamiento del mercado para obtener información segura y confiable que permita determinar planes para la orientación exitosa de la empresa en los negocios.</p>	<p>Pronostica la forma de consumo en el mercado y las tendencias de moda recogiendo información del entorno.</p> <p>Mantiene argumentos críticos por medio de la interpretación de la investigación de moda.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestrantes.</p> <p>Observación sistemática.</p>	<p><u>Instrumento</u></p> <p>Producciones escritas y gráficas.</p> <p>Lista de cotejo.</p> <p><u>Aplicación</u></p> <p>Tablón de Tendencias empresariales.</p> <p>Tablón de la competencia:</p> <p>productos y precios, operaciones y servicios, cuota del mercado.</p>
<p>COMPETENCIA ESPECÍFICA C2</p>	<p>Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.</p>		
<p>UNIDAD DE COMPETENCIA</p>	<p>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p>	

		TÉCNICA	INSTRUMENTO
<p>UC 2.1</p> <p>Proporcionar una visión general de la gestión estratégica empresarial por medio del análisis de recursos y operaciones que permita direccionar la actividad empresarial hacia niveles de desarrollo.</p>	<p>Gestiona los modelos de referencia siguiendo el modelo la Gestión de Operaciones implantado.</p> <p>Discierne el modelo idóneo en función del tipo de organización.</p> <p>Aplica de forma práctica las técnicas empresariales en todas las áreas de gestión de una organización.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestrantes.</p>	<p><u>Instrumento</u> Producciones escritas y gráficas. Productos. <u>Aplicación</u></p> <p>Creación, planificación y control estratégico de la empresa.</p> <p>Diseño de la gestión de operaciones de la empresa.</p>
<p>UC 2.2 Generar una visión general de los principales conceptos y elementos del marketing mix para su aplicación directa a la industria de la moda.</p>	<p>Aplica los lineamientos del marketing mix para ofertar exitosamente productos de moda.</p> <p>Adecua todas las estrategias del marketing de la moda logrando el posicionamiento deseado.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestrantes.</p>	<p><u>Instrumento</u> Producciones escritas Productos. <u>Aplicación</u></p> <p>El plan de marketing. El plan de distribución. El plan de publicidad .El plan de promoción de ventas.</p>
<p>UC 2.3 Gestionar el valor de la marca mediante la aplicación de estrategias que permitan alcanzar el posicionamiento deseado.</p>	<p>Desarrolla el concepto e imagen de una marca que mantenga a lo largo del tiempo una combinación de atributos tangibles y de valores intangibles que sean importantes para el cliente.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestrantes.</p>	<p><u>Instrumento</u> Producciones escritas y gráficas. Productos. <u>Aplicación</u></p> <p>Creación de una marca.</p> <p>Mood board de marca.</p> <p>Manual de Marca.</p>

COMPETENCIA ESPECÍFICA C3	Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.		
UNIDAD DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
		TÉCNICA	INSTRUMENTO
<p>UC 3.1 Gestionar colecciones de moda por medio de la planificación, montaje y desarrollo, siguiendo las herramientas metodológicas de estructura, análisis y validación de colecciones dentro del aspecto creativo y comercial.</p>	<p>Aplica herramientas de gestión de colecciones expresivas, operativas, técnicas y tecnológicas del producto considerando al público objetivo para el cual se ha diseñado.</p> <p>Aplicar distintas técnicas y herramientas de comunicación gestionando estratégicamente la colocación del producto en la superficie comercial.</p>	<p>Análisis de las producciones de los maestranes.</p>	<p><u>Instrumento</u> Producciones escritas y gráficas. Productos. <u>Aplicación</u> Taller workshop de colección de moda. Cronograma de la temporada. Estructura del producto. Programación de colección aprobada. Mood board de conceptos. Panel de ambiente de color. Panel de ambiente de siluetas. Panel de ambiente de bases textiles. Roperos. Portafolio técnico de colección. Fichas técnicas. Patronaje Escalado. Materia prima e insumos. Paketh labell. Costos y política de precios.</p>

			(ficha técnica de costos de producto) Presentación de la colección. Look Book. Manual de producto. Manual de colección.
UC 3.2 Aplicar estrategias de comunicación para aplicarlos al espacio comercial y lograr una exhibición coherente con la identidad de la marca, las propuestas de moda, y el consumidor objetivo.	<p>Aplica distintas técnicas y herramientas de comunicación siguiendo la identidad de marca, los productos y el consumidor.</p> <p>Gestiona estratégicamente la colocación del producto en la superficie comercial enfatizando la identidad de marca, los productos y el consumidor.</p>	Análisis de las producciones de los estudiantes.	<u>Instrumento</u> Producciones escritas y gráficas. Productos. <u>Aplicación</u> Plan de comunicación en la empresa de moda. Proyecto de comunicación de marca. Merchandising interno y externo. El escaparate.

COMPETENCIA ESPECÍFICA C4	Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño sustentable, sostenible, ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social.		
UNIDAD DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
		TÉCNICA	INSTRUMENTO
UC 4.1 Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de los nuevos valores sociales	Aplica procesos de innovación generados a partir de la sustentabilidad y sostenibilidad en productos de moda	Análisis de las producciones de los maestranteros.	<u>Instrumento</u> Productos. <u>Aplicación</u> Producto de moda con innovación.

<p>como la sustentabilidad y la sostenibilidad, la aplicación de insumos y textiles innovadores, la ética y el diseño universal.</p>	<p>funcionales.</p> <p>Aplicar procesos de innovación generados a partir de insumos y textiles innovadores.</p> <p>Aplicar procesos de innovación generados a partir de del diseño ético y universal en productos de moda funcionales.</p>		
--	--	--	--

10. Sistema de Acreditación

NIVEL DE RESOLUCIÓN	NIVEL PONDERADO	ESCALA DE VALORACIÓN
Nivel Teórico práctico innovador	9 – 10	Acreditable - Muy satisfactorio
Nivel Teórico práctico experto	8 – 8.9	Acreditable – Satisfactorio
Nivel teórico – práctico básico	7 – 7.9	Acreditable - Aceptable
Nivel teórico avanzado (análisis crítico)	5.5 – 6.9	No acreditable
Nivel teórico básico (comprensión)	≤ 5.4	No acreditable

11. RESPONSABLES

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
<p>IING. TAÑA ESCOBAR</p> <p>DOCENTE</p>	<p>ING. DIEGO CABRERA</p> <p>COORDINADOR DE CARRERA</p>	<p>DRA. CECILIA NARANJO</p> <p>DECANA FDAА</p>
FIRMA	FIRMA	FIRMA
FECHA :	FECHA:	FECHA:

OBSERVACIONES: Se anexa al Documento Curricular las Matrices que contribuyeron a la Estructura del

currículo:

- Mapa Funcional.
- Matriz para la construcción de la Competencia Global.
- Matriz para la construcción del Objetivo del programa.
- Matriz de unidades y elementos de competencia.

Cuadro No.32: Matriz de Planificación Curricular.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Malla curricular.

MÓDULOS	HORAS CLASE	CRÉDITOS	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO
1. Investigación de moda.	64	4	64
2. Investigación de perfiles del consumidor.	64	4	64
3. Investigación y estudio de mercado.	64	4	64
4. Desarrollo y gestión empresarial.	64	4	64
5. Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	64	4	64
6. Desarrollo y gestión de la marca.	64	4	64
7. Seminario de tesis de grado.	64	4	64
8. Diseño y gestión de colecciones.	128	8	128
9. Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	64	4	64
10. Innovación de productos de moda.	128	8	128
11. Tesis de Grado.		12	192
TOTAL HORAS MAESTRÍA 1728 HORAS	768	60	960

Cuadro No.33: Malla Curricular del Programa de Maestría.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Matriz de construcción de competencia global.

PROGRAMA MAESTRÍA EN IDDI DE PRODUCTOS DE MODA		PRIMERA VERSIÓN
MACROCOMPETENCIA: Formar posgradistas maestrantes que se especialicen en la gestión y producción integral de moda, con la finalidad de que transfieran sus conocimientos a empresas del sector textil confecciones respondiendo oportunamente a los cambios de época.		
SISTEMAS		
HABILIDADES	CONOCIMIENTOS	VALORES Y/O ACTITUDES
<p>Diagrama de flujo de habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> OBSERVAR → INVESTIGAR → PRONOSTICAR CONCEPTUALIZAR → PLANTEAR → PLANIFICAR DESARROLLAR → DISEÑAR → INNOVAR VENDER → COMERCIALIZAR → PRODUCIR PRONOSTICAR → PLANIFICAR INNOVAR → PRODUCIR 	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento del mercado. Perfil del consumidor. Tendencias de moda. Estrategias empresariales. Estrategias de marketing y marca. Montaje de colecciones de moda. Diseño de colecciones de moda. Innovación de productos de moda. Procesos de producción. Estrategias de comercialización y ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Curiosidad. Creatividad. Inventiva. Pasión. Empatía. Tolerancia. Orden. Persistencia. Responsabilidad social.
COMPETENCIA GLOBAL		
ESPECIALIZAR PROFESIONALES EN DISEÑO DE MODAS EN LA INVESTIGACIÓN, EL DESARROLLO, EL DISEÑO, Y LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA QUE ASEGUEN LA COLOCACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO Y ENCAMINEN AL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES HACIA NIVELES DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.		

Cuadro No.34: Matriz de construcción de competencia global.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Matriz de construcción de objetivos.

PROGRAMA MAESTRÍA EN IDDI DE PRODUCTOS DE MODA		PRIMERA VERSIÓN
MACROCOMPETENCIA: Formar posgradistas maestrantes que se especialicen en la gestión y producción integral de moda, con la finalidad de que transfieran sus conocimientos a empresas del sector textil confecciones respondiendo oportunamente a los cambios de época.		
COMPETENCIA GLOBAL	ELEMENTOS DEL OBJETIVO DEL PROGRAMA	
ESPECIALIZAR PROFESIONALES EN DISEÑO DE MODAS EN LA INVESTIGACIÓN, EL DESARROLLO, EL DISEÑO, Y LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA QUE ASEGUREN LA COLOCACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO Y ENCAMINEN AL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES HACIA NIVELES DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.	Habilidad	Aplica.
	Conocimientos	Producción de moda.
	Nivel de profundidad	Integral.
	Nivel de asimilación	Creativo innovador.
	Condiciones de realización	Investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.
	Valores	Pasión. Responsabilidad social.
	FORMULACIÓN DEL OBJETIVO APLICA LA PRODUCCIÓN DE MODA INTEGRAL A NIVEL CREATIVO INNOVADOR ATRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN, DESARROLLO, DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA CON PASIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.	

Cuadro No.35: Matriz de construcción del objetivo.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Matriz de Competencias.

PROGRAMA MAESTRÍA EN IDDI DE PRODUCTOS DE MODA		PRIMERA VERSIÓN
MACROCOMPETENCIA: Formar posgradistas maestrantes que se especialicen en la gestión y producción integral de moda, con la finalidad de que transfieran sus conocimientos a empresas del sector textil confecciones respondiendo oportunamente a los cambios de época.		
COMPETENCIA GLOBAL: Especializar profesionales en diseño de modas en la investigación, el desarrollo, el diseño, y la innovación de productos de moda que aseguren la colocación del producto en el mercado y encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	ELEMENTOS DE COMPETENCIA
C1 Investigar información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda.	1.1. Investigar el comportamiento de la moda, sus macro y micro tendencias que permitan determinar su proyección e implicación segura en los negocios.	1.1.1 Generar un observatorio de tendencias que permitan concebir una metodología de observación, análisis, aplicación y pronóstico de tendencias de moda.
	1.2. Investigar el perfil del consumidor basado en datos relevantes que permitan encontrar información fiable del usuario y procure una conexión exitosa con el producto de moda.	1.2.1 Definir el tipo de consumidor y el comportamiento de futuros usuarios para pronosticar eficazmente el consumo en productos de moda.
	1.3. Investigar el comportamiento del mercado para obtener información segura y confiable que permita determinar planes para la orientación exitosa de la empresa en los negocios.	1.3.1 Pronosticar la forma de consumo en el mercado y las tendencias de moda para mantener argumentos críticos que fusionen e interpreten la investigación de moda.
C2 Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral	2.1. Proporcionar una visión general de la gestión estratégica empresarial por medio del análisis de recursos y operaciones que permita direccionar la actividad empresarial hacia niveles de desarrollo.	2.1.1 Gestionar los modelos referencia sobre la Gestión de Operaciones implantados para discernir el modelo idóneo en función del tipo de organización y aplicar de forma práctica esas técnicas, en todas las áreas de gestión de una organización

de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.	<p>2.2. Generar una visión general de los principales conceptos y elementos del marketing mix para su aplicación directa a la industria de la moda.</p>	<p>2.2.1 Identificar los elementos fundamentales del marketing a nivel estratégico y operativo de un proyecto.</p>
	<p>2.3 Gestionar el valor de la marca mediante la aplicación de estrategias que permitan alcanzar el posicionamiento deseado.</p>	<p>2.3.1 Desarrollar el concepto e imagen de una marca que mantenga a lo largo del tiempo una combinación de atributos tangibles y de valores intangibles que sean importantes para el cliente, le de identidad y permita adecuar todas las estrategias en función del posicionamiento deseado.</p>
<p>C3</p> <p>3. Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado.</p>	<p>3.1. Gestionar colecciones de moda por medio de la planificación, montaje y desarrollo, siguiendo las herramientas metodológicas de estructura, análisis y validación de colecciones dentro del aspecto creativo y comercial.</p>	<p>3.1.1 Aplicar herramientas de gestión de colecciones expresivas, operativas, técnicas y tecnológicas del producto en base al público objetivo para el cual se ha diseñado.</p>
	<p>3.2. Aplicar estrategias de comunicación para aplicarlos al espacio comercial y lograr una exhibición coherente con la identidad de la marca, las propuestas de moda, y el consumidor objetivo.</p>	<p>3.2.1 Aplicar distintas técnicas y herramientas de comunicación de tal forma que nos permitan gestionar estratégicamente la colocación del producto en la superficie comercial.</p>
<p>C4</p> <p>4. Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño</p>	<p>4.1 Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de los nuevos valores sociales como la sustentabilidad y la sostenibilidad.</p>	<p>4.1.1 Aplicar procesos de innovación generados a partir de la sustentabilidad y sostenibilidad en productos de moda innovadores.</p>

<p>sustentable, sostenible, insumos y textiles innovadores, el diseño ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social.</p>	<p>4.2. Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de insumos, accesorios y textiles innovadores.</p> <p>4.3. Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de los nuevos valores sociales como el diseño ético y universal.</p>	<p>4.2.1 Aplicar procesos de innovación generados a partir de insumos, accesorios, y textiles en productos de moda innovadores.</p> <p>4.3.1 Aplicar procesos de innovación generados a partir del diseño ético y universal en productos de moda innovadores.</p>
--	---	---

Cuadro No.36: Matriz de Competencias.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

6.7.4 Marco Administrativo Legal.

Marco Administrativo. Talento Humano.

PERSONAL DOCENTE A SELECCIÓN	TÍTULO	EXPERIENCIA PROFESIONAL	EXPERIENCIA DOCENTE	PAÍS	INSTITUCIÓN	MÓDULOS	HORAS
MARTHA CALAD	MGT	25	15	Colombia	INEXMODA	Investigación de Moda.	64
MATALIA NUPIERI	MGT	8	8	Argentina	INTI		
JULIETA PUHL	MGT	10	8	Argentina	INTI		
LAURA GOMEZ	MGT	7	7	Colombia	Independiente	Investigación de perfiles del consumidor.	64
JULI A TAMAYO	MGT	28	20	Ecuador	UDA	Investigación y estudio de mercado	64
FRANCISCO BLANES	MGT	10	10	España	UV	Desarrollo y gestión empresarial.	64
LOLA MACÍAS	MGT	10	10	España	UV		
SAVATORRE MOCCIA	MGT	15	15	España	UV		
VICENTE ROS	PHD	15	15	España	UV	Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	64
CÉSAR ULLOA	PHD	10	10	Ecuador	UTA	Desarrollo y gestión de la marca.	64
RAMIRO VELASTEGUÍ	PHD	25	25	Ecuador	UTA	Seminario de tesis de grado.	64
EMILIA VELASQUEZ	MGT	18	18	Colombia	UAC	Diseño y gestión de colecciones.	128

CARLOS TRUJILLO	MGT	30	10	Colombia	Independiente	Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	64
ANA LÓPEZ	PHD	15	15	Ecuador	UTA	Innovación de productos de moda.	128
DOCENTES	MGT					Tesis de Grado.	
ESPECIALIZADOS	PHD						
TOTAL HORAS MAESTRÍA 1728 HORAS							768

Cuadro No.37: Talento Humano.

Fuente: Naranjo, G, y otros. (2006). Currículo por competencias. Pág. 73

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Personal Administrativo.

Personal Administrativo	Título	Cargo	Especialidad	Años de experiencia
N.N	Cuarto Nivel	DIRECTOR ACADÉMICO ADMINISTRATIVO		
N.N	Tercer Nivel	SECRETARIA		

Cuadro No.38: Personal Administrativo.

Fuente: Naranjo, G, y otros. (2006). Currículo por competencias. Pág. 73

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Infraestructura.

IDENTIFICACIÓN	NÚMERO DISPONIBLE	ESTADO DE CONSERVACIÓN	DISPONIBLE POR CONVENIO
1. Aulas.	1 con capacidad para 25 estudiantes.	En buen estado	NO
2. Taller de confección.	1	En buen estado	NO
3. Laboratorios de Computación.	1	En buen estado	NO
4. Bibliotecas.	1	Mejorar el espacio de biblioteca	NO
5. Baterías Sanitarias.	3	En buen estado	NO
6. Espacios Recreativos.	1	Del campus Huachi en buen estado	NO
7. Oficinas.	1 para el Director Académico Administrativo 1 para Secretaría	En buen estado	NO
8. Otros.			

Cuadro No.39: Infraestructura.

Fuente: Naranjo, G, y otros. (2006). Currículo por competencias. Pág. 74

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Recursos Tecnológicos.

TIPOS	NÚMERO DISPONIBLE	ESTADO	DISPONIBLE POR CONVENIO
1. Computadores.	27	En buen estado.	NO
2. Proyectoros.	3	En buen estado.	NO
3. Software.	1 Software para diseño en 3D	Por adquirir software con licencias.	NO
4. Internet.	1 banda ancha	Por mejorar la cobertura.	NO
5. Plotter de impresión.	1	Por adquirir.	NO
6. Maquinaria Industrial.	2	Por adquirir.	NO

Cuadro No.40: Recursos Tecnológicos.

Fuente: Naranjo, G, y otros. (2006). Currículo por competencias. Pág. 74

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Recurso Financiero. Presupuesto del Programa.

MAESTRÍA EN IDDI DE PRODUCTOS DE MODA			
INGRESOS (25 PARTICIPANTES - 1 PARALELO)			
N°	CONCEPTO	VALOR	
25	Inscripción	100	2500
20	Matrícula particulares (100%)	300	6000
1	Matrícula (descuento 75%) Mejor Egresado	75	75
2	Matrícula (descuento 50%) Prof. Nombramiento	150	300
2	Matrícula (descuento 25%) Prof. Contrato	225	450
20	Valor módulos particulares (100%)	6700	134000
1	Valor módulos (descuento 75%) Mejor Egresado	1675	1675
2	Valor módulos (descuento 50%) Prof. Nombramiento	3350	6700
2	Valor módulos (descuento 25%) Prof. Contrato	5025	10050
TOTAL INGRESOS			161750
EGRESOS			
PERSONAL DOCENTE			
N.	CONCEPTO	VALOR	TOTAL
4	Docentes Doctor (PhD) (80h)	80	25600
8	Docentes Maestría (50h)	50	20000
ADMINISTRATIVO			
1	Director Académico-Administ (24 meses)	300	7200
1	Secretario/a (24 meses)	765	18360
MATERIALES Y OTROS INSUMOS			
730813	Repuestos y accesorios	Varios	320
730219	Publicidad y propaganda	Varios	3000
730805	Materiales de aseo	Varios	300
730704	Mantenimiento y repar equipos	Varios	1000
730404	Maquinarias y equipos	Varios	6800
730303	Viáticos y subsistencias	Varios	18000
840107	Equipos, sistemas y paquetes	Varios	19937,5
840103	Mobiliario y biblioteca	Varios	,00
730804	Materiales de oficina	Varios	795
TOTAL EGRESOS			121312,5
25%	Aporte a la UTA	Global	40438
TOTAL EGRESOS			161750

Cuadro No. 41: Presupuesto del Programa

Organigrama.

La estructura orgánica de la Universidad Técnica de Ambato, será ejercida en orden jerárquico, por los siguientes Organismos y Autoridades:



Gráfico No. 39: Organigrama Departamental.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Cronograma.

MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN, DESARROLLO, DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE MODA

PRIMERA VERSIÓN

PARALELO: ÚNICO																																
N.	ACTIVIDADES	2013												2014												2015						
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
A	Presentación del Programa de Maestría a la FDAA y a Vicerrectorado Académico.	del 20 de enero al 28 de febrero																														
A	Presentación del Programa de Maestría al CES y la GENESCYT.	del 1 de marzo al 30 de junio																														
B	Difusión del Programa de Maestría	del 1 al 30																														
C	Inscripciones	del 1 al 15																														
D	Matrículas	del 5 al 19																														
1	Investigación de la Moda.	11-12-13-14 / 15-16-17-18-19-20-21-22																														
2	Investigación de perfiles del consumidor.	8-7-8-3-10 / 13-14 / 15-16-17																														
3	Investigación y estudio de mercado.	8-9-10-11-12 / 15-16-17 / 18-19																														
4	Desarrollo y gestión empresarial.	5-6-7-8-9 / 12-13-14 / 15-16																														
5	Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	7-8-9-10-11 / 13-14 / 15-16-17 / 18																														
6	Desarrollo y gestión de la marca.	9-10-11-12 / 13-14 / 15-16-17 / 18-19-20																														
7	Seminario de tesis de grado.	10-11-12-13-14 / 17-18-19-20-21																														
8	Diseño y gestión de colecciones.	5-6-7-8-9 / 12-13 / 14-15-16																														
9	Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	7-8-9-10 / 11 / 14-15-16 / 17-18																														
10	Innovación de productos de moda.	11-12-13-14-15 / 16-19-20-21-22																														
11	Tesis de Grado (12 créditos)																															

HORARIO	MIÉRCOLES, JUEVES Y VIERNES DE 17H00 - 22H00, SÁBADO 8H00 - 13 H00 / 14H00 - 18H00, DOMINGO 8H00 - 13H00 / 14H00 - 17H00.
	ESTE HORARIO SE ESTABLECE PARA LA SEGUNDA Y TERCERA SEMANA DEL MES QUEDANDO EL SIGUIENTE MES LIBRE.

Cuadro No. 42: Cronograma
Fuente: CEPOS
Elaborado por: 1

Cuadro No. 42: Cronograma.

Fuente: CEPOS Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Marco legal.

La presente Maestría se regirá por los siguientes Reglamentos de la Universidad Técnica de Ambato:

- Reglamento del Sistema de Evaluación, Acreditación y Calificación por Competencias para la Promoción de Ciclos Semestrales.
- Reglamento del Centro de Estudios de Posgrado.
- Reglamento de Becas.
- Referencia al Reglamento de títulos y grados.

Sistema de Evaluación y promoción de los estudiantes.

La evaluación, se acogerá a lo que establece el Reglamento del Sistema de Evaluación, Acreditación y Calificación por Competencias para la Promoción de Ciclos Semestrales y Créditos de la Universidad Técnica de Ambato. Las evaluaciones y acreditaciones se desarrollarán de conformidad con la planificación establecida. Para la aprobación de los mismos, los Docentes deberán realizar evaluaciones y acreditaciones sistemáticas basada en criterios. Las calificaciones correspondientes serán registradas en la Secretaría, una vez finalizado el módulo o evento. Se realizará: autoevaluación, heteroevaluación y coevaluación.

Dentro de las actividades de aula y de estudio independiente están:

- Talleres (workshops).
- Consultas bibliográficas y documentales.
- Trabajos de campo.
- Trabajos prácticos.
- Exposiciones.

- Visitas a empresas.
- Ejecución de proyectos de investigación.

Para el sistema de Acreditación se establecen, los siguientes niveles de calidad:

Nivel Teórico práctico innovador	9 – 10	Acreditable - Muy satisfactorio
Nivel Teórico práctico experto	8 – 8.9	Acreditable – Satisfactorio
Nivel teórico – práctico básico	7 – 7.9	Acreditable - Aceptable
Nivel teórico avanzado (análisis crítico)	5.5 – 6.9	No acreditable
Nivel teórico básico (comprensión)	≤ 5.4	No acreditable

Cuadro No.43: Sistema de Acreditación.

Fuente: Reglamento del Sistema de Evaluación, Acreditación y Calificación. UTA

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

Para su aprobación y promoción: Según el Reglamento del Centro de Estudios de Posgrado (CEPOS-UTA), el Art. 59, cita: “Para aprobar el evento, módulo, seminario, curso o asignatura el estudiante deberá asistir un mínimo de 90% a las actividades programadas y cumplir con un mínimo del 8/10 puntos de los requisitos de acreditación regulados así: por actividades de investigación y/o tareas de clase el 60%, por pruebas 40%. No se aceptarán justificaciones de ningún estudiante de Posgrado”.

Horario.

La Maestría está estructurada en dos años incluida la formación y el periodo para la investigación que se sustentará como Trabajo de Tesis, el programa se sujetará al calendario establecido. Cada módulo se celebrará la segunda y tercera semana del

mes, y cada semana cumplirá con una carga horaria de 32 horas. Luego de cada mes (módulo) se tendrá un mes libre para trabajo autónomo. Los módulos cuyos créditos son 4 se celebraran en un mes, y aquellos módulos cuyos créditos son 8 se celebran en dos meses.

El horario establecido es:

Miércoles, Jueves y Viernes: De 17H00 – 22H00

Sábados: De 8H00 – 13H00 y de 14h00 – 18h00

Domingos: De 8H00 – 13H00 y de 14h00 – 17h00

Becas.

Según el reglamento, el mejor egresado tendrá derecho a una beca de descuento del 75% del valor de la colegiatura y se ofertarán 1 cupo. Los 2 docentes a nombramiento mantienen un beca del 50% de su colegiatura, y 2 docentes a contrato de la Carrera de Diseño de Modas de la UTA se les dará un 25%.

Presupuesto.

El presupuesto del programa contempla la adquisición de equipos y software que reforzará la implementación de la Unidad de Producción de la Carrera de Diseño de Modas, se adquirirá:

- 1 Plotter de impresión digital.
- 1 Software de diseño en 3d.
- 1 Informe de Tendencias.
- 2 Máquinas industriales.

Imagen del Programa de Maestría.

6.7.5 Modelo Operativo.

#	ETAPAS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
A	Tramitación del Programa en la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes, en la Universidad Técnica de Ambato y en el Consejo de Educación Superior y la SENESCYT.	Contar con la aprobación para la puesta en marcha del Programa de Maestría por parte del H. Consejo Universitario. Gestionar ante el rectorado la presentación del programa vía on line.	1. Elaboración de oficios. 2. Llenar el formulario del CES para la presentación y aprobación de programas de posgrado. 3. Visitas a Quito para atender detalles previos la aprobación.	Materiales y equipos de oficina. Transporte.	Investigadora. Director Administrativo Académico. Coordinador de Carrera de Facultad de Diseño Arquitectura y Artes. CEPOS UTA.	Del 1 de marzo al 30 de junio de 2013.
B	Difusión del Programa de Maestría en IDDI de productos de Moda.	Captar el interés de la comunidad de profesionales potenciales que opten para esta maestría.	1. Elaboración del Diseño de imagen de instrumentos de publicidad. 2. Publicaciones en medios de comunicación.	Materiales y equipos de oficina. Transporte.	Investigadora. Director Administrativo Académico. Coordinador de Carrera de Facultad de Diseño	Del 1 al 30 de junio de 2013.

			<p>3. Elaboración y entrega de boletines de prensa.</p> <p>4. Asistencia a entrevistas en medios de comunicación para explicar los alcances del programa de maestría.</p> <p>5. Realización de informativos sobre el programa de maestría.</p>		Arquitectura y Artes. CEPOS UTA.	
C	Inscripciones y Matrículas para el programa.	Integrar el grupo de aspirantes para cursar el Programa de Maestría en IDDI de Productos de moda.	<p>1. Inscripciones.</p> <p>2. Matrículas.</p>	Materiales y equipos de oficina.	Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa.	Del 5 al 19 de agosto de 2013.
1	Desarrollo del Módulo 1: Investigación de moda.	Investigar el comportamiento de la moda sus macro y micro tendencias que permitan determinar su proyección e	1. Implementación de un observatorio de tendencias que permita concebir una metodología de	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador.	Docente. Director Administrativo Académico. Secretaria del	Segunda semana de septiembre / 2013. 11 – 15

		implicación segura en los negocios.	observación, análisis, aplicación y pronóstico de tendencias de moda.	Material bibliográfico. Informe de tendencias. Manual del Módulo.	Programa.	Tercera semana de septiembre/ 2013. 18 – 22
2	Desarrollo del Módulo 2: Investigación de perfiles del consumidor.	Investigar el perfil del consumidor basado en datos relevantes que permitan encontrar información fiable del usuario y procuren una conexión exitosa con el producto de moda.	1. Definición del tipo de consumidor y el comportamiento de futuros usuarios para pronosticar eficazmente el consumo en productos de moda.	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Docente. Director Administrativo. Académico. Secretaria del Programa.	Segunda semana de noviembre / 2013. 6 - 10 Tercera semana de noviembre / 2013. 13 – 17
3	Desarrollo del Módulo 3: Investigación y estudio de mercado.	Investigar el comportamiento del mercado para obtener	1. Pronosticación de la forma de consumo en el mercado y las	Materiales y equipos de oficina.	Docente. Director Administrativo	Segunda semana de enero /

		información segura y confiable que permita determinar planes para la orientación exitosa de la empresa en los negocios.	tendencias de moda para mantener argumentos críticos que fusionen e interpreten la investigación de moda.	Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Académico. Secretaria del Programa.	2014. 8 - 12 Tercera semana de enero / 2014. 8 - 12
4	Desarrollo del Módulo 4: Desarrollo y gestión empresarial.	Proporcionar una visión general de la gestión estratégica empresarial por medio del análisis de recursos y operaciones que permita direccionar la actividad empresarial hacia niveles de desarrollo.	1. Gestionamiento de Operaciones implantadas para discernir el modelo idóneo en función del tipo de organización y su aplicación en todas las áreas de gestión de una organización.	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Docente del Módulo. Director Administrativo. Académico. Secretaria del Programa.	Segunda semana de marzo / 2014. 5 - 9 Tercera semana de marzo / 2014. 12 – 16
5	Desarrollo del Módulo 5:	Desarrollar los elementos	1. Identificar los	Materiales y	Docente del	Segunda

	Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	fundamentales de marketing a nivel estratégico y operativo que genere una visión del concepto marketing mix y permita su aplicación directa a la industria de la moda.	elementos fundamentales del marketing a nivel estratégico y operativo de un proyecto.	equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Módulo. Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa.	semana de mayo / 2014. 7 – 11 Tercera semana de mayo / 2014. 14 – 18
6	Desarrollo del Módulo 6: Desarrollo y gestión de la marca.	Gestionar el valor de la marca mediante la aplicación de estrategias que permitan alcanzar el posicionamiento deseado.	1. Conceptualización e imagen de una marca que mantenga a lo largo del tiempo una combinación de atributos tangibles y de valores intangibles que sean importantes para el cliente, le de	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del	Docente del Módulo. Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa.	Segunda semana de julio / 2014. 9 – 13 Tercera semana de julio / 2014. 16 – 20

			identidad y permita adecuar todas las estrategias en función del posicionamiento deseado.	Módulo.		
7	Desarrollo del Módulo 7: Seminario de tesis de grado.	Diseñar el plan de investigación que mantenga la estructura sugerida por la institución.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración del plan de tesis. 2. Aprobación del plan de tesis. 	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Docente del Módulo. Director Administrativo. Académico. Secretaria del Programa.	Segunda semana de septiembre / 2014. 10 – 14 Tercera semana de septiembre / 2014. 17 – 21
8	Desarrollo del Módulo 8: Diseño y gestión de colecciones.	Gestionar colecciones de moda por medio de la planificación, montaje y	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicación de herramientas de gestión de 	Materiales y equipos de oficina.	Docente del Módulo. Director	Segunda semana de noviembre /

		desarrollo, siguiendo las herramientas metodológicas de estructura, análisis y validación de colecciones dentro del aspecto creativo y comercial.	colecciones expresivas, operativas, técnicas y tecnológicas del producto en base al público objetivo para el cual se ha diseñado.	Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Administrativo Académico. Secretaria del Programa.	2014. 5 - 9 Tercera semana de noviembre / 2014. 12 – 16 Segunda semana de enero / 2015. 7 - 11 Tercera semana de enero / 2015 14 – 18
9	Desarrollo del Módulo 9: Desarrollo del	Aplicar estrategias de comunicación para	1. Aplicación de distintas técnicas y	Materiales y equipos de	Docente del Módulo.	Segunda semana de

	merchandising de la moda y la marca.	aplicarlos al espacio comercial y lograr una exhibición coherente con la identidad de la marca, las propuestas de moda, y el consumidor objetivo.	herramientas de comunicación de tal forma que nos permitan gestionar estratégicamente la colocación del producto en la superficie comercial.	oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Director Administrativo. Académico. Secretaria del Programa.	marzo / 2015. 11 - 15 Tercera semana de marzo / 2015. 18 – 22
10	Desarrollo del Módulo 10: Innovación de productos de moda.	Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de los nuevos valores sociales como la sustentabilidad y la sostenibilidad. Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos,	1. Aplicación de procesos de innovación generados a partir de la sustentabilidad y sostenibilidad en productos de moda funcionales.	Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico. Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.	Docente del Módulo. Director Administrativo. Académico. Secretaria del Programa.	Segunda semana de mayo / 2015. 6 - 10 Tercera semana de mayo / 2015. 13 – 17

		<p>fusionando la creatividad con la incorporación de insumos, accesorios y textiles con innovación.</p> <p>Comprender la diversidad del diseño de productos de moda contemporáneos, fusionando la creatividad con la incorporación de los nuevos valores sociales como el diseño ético y universal.</p>				<p>Segunda semana de julio / 2015. 8 - 12</p> <p>Tercera semana de julio / 2015 15 - 19</p>
11	Desarrollo de tesis de grado.	Diseñar y ejecutar investigaciones relevantes en el área de Diseño de Modas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejecución del proyecto de investigación. 2. Diseño de la propuesta de solución. 3. Defensa de tesis. 	<p>Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador. Material bibliográfico.</p>	<p>Tutor de Tesis. Tribunal examinador de Tesis. Secretaria del Programa.</p>	<p>Abril a septiembre de 2015.</p>

				Informes y separatas del tema. Manual del Módulo.		
D	Evaluación final del programa.	Determinar las características positivas y negativas del programa, mantener aciertos y aplicar correctivos para su posible reedición.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación a los docentes de los módulos formativos disertados, por parte de los estudiantes. 2. Evaluación del docente de cada módulo. 	<p>Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador.</p> <p>Instrumentos de Evaluación.</p>	<p>Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa. Coordinador de la de Facultad. CEPOS UTA.</p>	Octubre de 2015.
E	Defensas y graduación.	Entregar a la zona central y región 3 del país Magister en la IDDI de productos de moda, que optimicen sus competencias laborales y profesionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de la defensa. 2. Realización de la defensa. 3. Incorporación. 	<p>Materiales y equipos de oficina. Proyector. Computador.</p>	<p>Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa. Coordinador de la de Facultad. CEPOS UTA.</p>	Octubre a diciembre de 2015.

F	Seguimiento a Graduados.	Verificar la inserción laboral y la aplicación óptima de las competencias laborales y profesionales adquiridas por los maestrantes.	<ol style="list-style-type: none"> Adaptación del software para seguimiento a maestrantes graduados del área de modas. Difusión del sitio web. 	Materiales y equipos de oficina. Computador. Software de seguimiento.	Director Administrativo Académico. Secretaria del Programa. Coordinador de la de Facultad. CEPOS UTA.	Desde diciembre de 2015 en adelante.
---	--------------------------	---	--	---	---	--------------------------------------

Cuadro No.44: Modelo Operativo.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

6.7.6 Estructura Curricular adaptada al Formato de Presentación de Proyectos de Programas de Posgrado según el Reglamento expedido por el Consejo de Educación Superior del Ecuador el 18 de enero de 2012.

1. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN:

Nombre completo de la Institución	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Misión de la institución	Formar profesionales líderes competentes, con visión humanista y pensamiento crítico a través de la Docencia, la Investigación y la Vinculación, que apliquen, promuevan y difundan el conocimiento respondiendo a las necesidades del país.

2. DATOS GENERALES DE LA CARRERA O PROGRAMA:

Nombre completo de la Carrera o Programa;	Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de Productos de Moda
Tipo de proyecto;	Programa
Tipo de trámite;	Proyecto Nuevo
Título que otorga la carrera o programa;	Magíster en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de Productos de Moda
Mención que otorga la carrera o programa ;	
Área del conocimiento de la carrera o programa;	Ingeniería, Industria y Construcción.
Sub-área del conocimiento de la carrera o programa;	Industria y Producción.
Nivel de formación;	Maestría Profesionalizante Cuarto nivel
Modalidad de estudios;	Presencial
Número máximo de paralelos;	Uno
Número máximo de estudiantes de primer año o su equivalente por cada paralelo;	25
Duración de la carrera (número de créditos y número de semestres – incluido proceso de titulación);	Créditos: 60 Semestres o su equivalencia: 4 Semestres

	Años: 2 años
Fecha de resolución de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado superior;	Fecha de aprobación:
Número de resolución de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico superior;	Número de Resolución:
Anexar la resolución certificada de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico superior;	Archivo
Tipo de sede en la que se impartirá la carrera o programa (matriz o extensión);	Sede Matriz
Nombre de la sede matriz o extensión en el que se impartirá la carrera o programa;	Facultad de Diseño Arquitectura y Artes
Arancel promedio (ponderado) cobrado al estudiante colegiatura;	\$ 7.000 más de derechos de grado.
Observaciones.	<p>Campo Ocupacional</p> <p>Dentro de una <u>Unidad Tecnológica de Producción</u> el profesional especializado puede desempeñarse como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jefe de la Unidad de Investigación del Observatorio de Tendencias y perfiles del consumidor. ▪ Jefe de la Unidad de desarrollo, diseño y montaje de colecciones.

	<ul style="list-style-type: none">▪ Jefe de la Unidad de innovación de productos y/o colecciones de moda. <p>Dentro de una <u>Industria de moda</u> el profesional especializado puede desempeñarse como:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Jefe del departamento de investigación y desarrollo de productos de moda.▪ Jefe del departamento de diseño en una industria de moda.▪ Coordinador del montaje de colecciones por líneas o segmentos de vestuario. <p>Como <u>Profesional especializado independiente</u> puede desempeñarse como:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Empresario de moda independiente.▪ Consultor especializado en investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.▪ Generador independiente de proyectos de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda. <p>Dentro del <u>Área de capacitación</u> el profesional especializado puede desempeñarse como:</p>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Docente universitario en área de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda. ▪ Instructor de seminarios relacionados con investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda.
--	---

3. DESCRIPCIÓN DE LA CARRERA O PROGRAMA

Objetivo general;	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Especializar profesionales en diseño de modas en la investigación, el desarrollo, el diseño, y la innovación de productos de moda que aseguren la colocación del producto en el mercado y que encaminen al sector textil confecciones hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenible.
Objetivos específicos;	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propender a la investigación de información relacionada con la moda, el consumidor y el mercado para conocer en profundidad el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo que permita determinar los factores de riesgo en los negocios, generar estrategias y fomentar la innovación del producto de moda. ▪ Desarrollar una metodología que encamine la gestión empresarial y la gestión de marca, para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de conseguir su éxito e implantación en el mercado. ▪ Desarrollar una metodología que encamine el montaje de colecciones y la gestión de comunicación para la conceptualización, el desarrollo y la validación de un proyecto integral de moda, con la finalidad de

	<p>conseguir su éxito e implantación en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovar procesos en productos de moda teniendo como base el diseño sustentable, sostenible, ético y universal para fomentar entre las empresas el uso de sistemas de gestión innovadores con responsabilidad social. ▪ Promover el perfeccionamiento de las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda. ▪ Brindar un espacio de discusión, análisis y actualización de conocimientos, habilidades y valores para los profesionales diseñadores de moda que opten por esta formación. ▪ Crear un espacio de reflexión análisis y contrastación de las competencias profesionales que han incorporado los maestrantes de su experiencia profesional.
<p>Perfil del ingreso del estudiante;</p>	<p>El aspirante al Programa de Maestría en IDDI de productos de moda debe ser un profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Con Experiencia en el campo industrial de la moda y dominio en el diseño, la ilustración, el patronaje, el escalado y la producción de colecciones; el manejo de software y sistemas CAD CAM para la representación artístico-técnico de propuestas y colecciones de moda en diversos universos del vestuario. ▪ Con profunda motivación para actualizarse permanentemente. ▪ Con una actitud crítica frente a su propio desempeño profesional. ▪ Capaz de medir sus propias competencias y las de sus colegas, y de adaptarse a nuevas estrategias de trabajo. ▪ Investigador dinámico.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abierto a los cambios, dispuesto a trabajar el kilómetro extra. ▪ Con capacidad comunicativa y solidario. ▪ Con responsabilidad social.
<p>Requisitos de ingreso del estudiante;</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cédula y certificado de votación (copias y originales para verificación). ▪ Título profesional de tercer nivel registrado por la Senescyt en el área a fin al Diseño de Moda, Diseño textil, e Ingeniería Industrial. ▪ Título(s) de cuarto nivel (en caso de tenerlo). ▪ Dos fotos tamaño carné. ▪ Certificado de conocimiento del idioma inglés. ▪ Certificados de conocimientos de software Cad-cam y/o software para diseño. ▪ Certificados de cursos realizados en el área o afines. ▪ Certificados de méritos estudiantiles. ▪ Certificados de reconocimientos o distinciones. ▪ Certificado de experiencia laboral de por lo menos dos años de desempeño profesional en el ámbito de la producción y moda. (Incluir tiempo de servicio). ▪ Solicitud de admisión al programa. (Incluir derecho de todo trámite universitario). ▪ Llenar el formulario de admisión. ▪ Certificado de entrevista de pre admisión. ▪ Recibo del Departamento Financiero de la UTA, por concepto de pago de derecho de inscripción. ▪ Carpeta de manila color beige.

<p>Perfil de egreso (resultados del aprendizaje);</p>	<p>El profesional especializado se perfila como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un investigador dinámico capaz de comprender el comportamiento de la moda, el perfil del consumidor y el contexto socio productivo. ▪ Un analista de perfiles del consumidor y mercados. ▪ Un pronosticador e interpretador de tendencias e información de moda. ▪ Un estratega de mercadeo y comunicación de la moda. ▪ Un creador de empresas de moda. ▪ Un creador de marcas. ▪ Un planeador, gestor y productor de colecciones de moda y/o productos de moda. ▪ Un diseñador de colecciones y/o productos de moda. ▪ Un planeador de mercadeo y ventas. ▪ Un analista de canales de distribución y puntos de venta. ▪ Un estratega de servicio para generar y superar expectativas de los clientes. ▪ Un asesor de ventas en productos de moda. ▪ Un innovador de procesos en productos de moda y/o colecciones de moda.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un generador de proyectos de investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda. ▪ Un asesor para el desarrollo de colecciones y/o productos de moda. ▪ Un consultor en investigación, desarrollo, diseño e innovación de productos de moda. ▪ Un facilitador para programas de posgrado en áreas afines al diseño de moda. ▪ Un empresario proactivo. ▪ Un impulsor del trabajo en equipo.
Requisitos de graduación y;	<p>El profesional especializado requiere para su graduación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobación de todos los módulos con un promedio mínimo de 8.0 sobre 10. ▪ Aprobación del Proyecto de Investigación de Grado. ▪ Sustentación y aprobación de la Tesis de Grado. ▪ Certificado de no adeudar a la UTA. ▪ Cumplir con todo lo establecido en el Reglamento del CEPOS – UTA. ▪ Recibo del Departamento Financiero de la UTA, por concepto de Tesis, Derechos de Grado y Títulos por el valor establecido por H. Consejo Universitario.
Justificación de la carrera o programa.	<p>Dentro de la Universidad Técnica de Ambato, el fortalecimiento de la Educación Superior de Posgrado es motivo de interés dentro de la comunidad universitaria, y compromete a todos los actores sociales que forman parte del sistema institucional a trabajar en una serie de gestiones que potencialicen el talento humano. Razón por la cual actividades dentro de la docencia, investigación y vinculación pretende ser</p>

	<p>cubiertas con el diseño de currículos alternativos que consideren los problemas del contexto social. A este respecto la visión de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato es “Formar profesionales Diseñadores Gráficos, Diseñadores de Modas, y Diseñadores de Espacios Arquitectónicos comprometidos con el desarrollo de la ciencia y la sociedad con excelencia y liderazgo” Tomando como compromiso educativo propiciar la práctica del desarrollo como una regla ética centrada en el crecimiento de los seres humanos y las sociedades, el presente proyecto presenta el Diseño Curricular de un Programa de Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación de productos de moda.</p> <p>EL proyecto se articula con el principio de pertinencia al alinearse con el Plan Nacional de Desarrollo o Plan del Buen Vivir, el cual dentro de sus ejes considera el aporte al sector productivo mediante la reducción de la pobreza, distribución equitativa de recursos económicos, desconcentración del aparato productivo en las regiones de acuerdo a sus potencialidades, sustitución de importaciones, rubros atractivos para bolsa de exportación; estas líneas estratégicas apuntan a la política productiva a nivel nacional. Los objetivos del plan han generado un programa de transformación de la matriz productiva, y la política provincial también se alinea a este desarrollo. Así Tungurahua apunta al desarrollo a través de cinco rubros: ecoturismo, cuero y calzado, producto-alimentos, carrocerías, y textil - confecciones como un enlace entre política estatal, macro política y micro política. La presente investigación establece un programa de Maestría que irá orientado al desarrollo del Clúster Textil y Confecciones de la Provincia de Tungurahua.</p> <p>Como cualquier otro fenómeno evolutivo la moda presenta al diseño como un proceso complejo que refleja las transformaciones de la sociedad; si ayer el sector de textil y confecciones requerían de profesionales</p>
--	--

	<p>especializados que manejen eficazmente el diseño de moda, hoy por hoy, la sociedad consumista exige un perfil integral de dichos profesionales; ya no se considera eficiente a un diseñador que solo plasme sus ideas en un papel si no que se busca a un diseñador de modas integral, polifacético, polifuncional, proactivo, que investigue, proponga conceptos de moda, y desarrolle estrategias creativas, estéticas, técnicas, tecnológicas, ergonómicas, productivas y comerciales, que desarrolle eficazmente productos de moda y que finalmente venda su propuesta. Esta realidad sugiere la puesta en marcha del presente programa de Maestría, de manera que un posgrado en el área abrirá una excelente oportunidad de perfeccionar las competencias de estos profesionales.</p> <p>Al ejecutar una Maestría en Investigación, Desarrollo, Diseño e Innovación en productos de moda, se pretende especializar y actualizar las competencias de los Diseñadores de Moda que tomen el Programa, esto sin duda alguna transformará la manera de visionar y desarrollar el diseño y gestión de moda en el sector de confección textil de la región y el país, en donde este tipo de formación aún es insuficiente. De esto se puede afirmar que un posgrado contribuirá a elevar las competencias laborales y profesionales, para quienes deseen actualizarse justificando así su importancia y alcance.</p>
--	--

4. DESCRIPCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE LA CARRERA O PROGRAMA, LA CUAL CONTENDRÁ LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

4.1 Identificación del equipo coordinador académico de la carrera o programa detallando:

Equipo coordinador académico o su equivalente

APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA DE IDENTIDAD	NACIONALIDAD	NOMBRE DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL	TITULACIÓN DE CUARTO NIVEL	CARGO	TIEMPO DE DEDICACIÓN SEMANAL A LA CARRERA O PROGRAMA	TIPO DE RELACIÓN CONTRACTUAL
N.N		Ecuatoriana			Director Académico Administrativo	8	
N.N		Ecuatoriana			Secretaria.	10	

Comité académico del programa o su equivalencia

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	NOMBRE DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL	TIEMPO DE DEDICACIÓN SEMANAL A LA CARRERA O PROGRAMA	TIPO DE RELACIÓN CONTRACTUAL
Decana		Doctora	4	Nombramiento
Subdecana		Ingeniero	4	Nombramiento
Coordinador de Carreras		Ingeniero	4	Nombramiento
Director Académico Administrativo			4	Contrato

Descripción de la dependencia administrativa de la carrera o programa a la estructura interna de la universidad o escuela politécnica.	<p>La estructura orgánica de la Universidad Técnica de Ambato, será ejercida en orden jerárquico, por los siguientes Organismos y Autoridades:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Honorable Consejo Universitario; b. Rector/a; c. Vicerrectores/as Académico y Administrativo; d. Consejos Directivos de Facultades; e. Consejo Académico de Facultad; f. Decanos/as de Facultad; g. Subdecanos/as de Facultades; h. Consejo Académico de Posgrado de Facultad; i. Coordinadores de Posgrado; j. Director Académico Administrativo.
--	---

4.2 Proyección de la matrícula de Primer año y Total (para su cohorte)

Matrícula	Primer año	Total
Año 1	25	25
Año 2	25	25

4.3 Presupuesto anual de la carrera o programa, proyectado a la duración de una promoción o cohorte, que demuestre que la institución contará con los recursos suficientes para afrontar la adecuada implementación del proyecto, según plantilla que consta a continuación:

Primer año:

Presupuesto anual del Programa para la duración de una promoción, primer año:

Desglose	Administración Central imputado a la carrera	Provisión de Educación Superior	Fomento y desarrollo científico y tecnológico (Investigación)	Vinculación con la sociedad	Total
GASTOS CORRIENTES*					
Gastos en Personal*	0	20219.00	0	0	20219.00
Administrativos / no docentes*	0	12780.00	0	0	12780.00
Profesores e Investigadores*	0	22800.00	0	0	22800.00
Bienes y Servicios de consumo*	0	470.00	0	0	470.00
Becas y ayudas financieras	0	7250.00	0	0	7250.00
Gastos Financieros	0	3795.00	0	0	3795.00
Otros Gastos Corrientes	0	9000.00	0	0	9000.00
INVERSIÓN					
Infraestructura*	0	2500,00	0	0	2500,00
Equipamiento (no computacional)*	0	2300.00	0	0	2300.00
Equipamiento computación*	0	19937,5.00	0	0	19937,5.00

Bibliotecas*	0	2500,00	0	0	2500,00
TOTAL GENERAL	0	103551,5	0	0	103551,5

Segundo año:

Presupuesto anual del Programa para la duración de una promoción, segundo año:

Desglose	Administración Central imputado a la carrera	Provisión de Educación Superior	Fomento y desarrollo científico y tecnológico (Investigación)	Vinculación con la sociedad	Total
GASTOS CORRIENTES*					
Gastos en Personal*	0	20219.00	0	0	20219.00
Administrativos / no docentes*	0	12780.00	0	0	12780.00
Profesores e Investigadores*	0	22800.00	0	0	22800.00
Bienes y Servicios de consumo*	0	150.00	0	0	150.00
Becas y ayudas financieras	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Otros Gastos Corrientes	0	9000.00	0	0	9000.00
INVERSIÓN					

Infraestructura*	0	0	0	0	0
Equipamiento (no computacional)*	0	0	0	0	0
Equipamiento computación*	0	0	0	0	0
Bibliotecas*	0	0	0	0	0
TOTAL GENERAL	0	64949,00	0	0	64949,00

5. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA O PROGRAMA, CONTENDRÁ:

Planificación curricular:

Nombre de la asignatura	Descripción de los contenidos	Ejes de formación	Número de ciclo, período lectivo o semestre	Número de créditos
1. Investigación de Moda.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observatorio de Tendencias. ▪ Las Macro y Microtendencias. ▪ Metodología de Análisis IOI. ▪ Metodología de aplicación. ▪ Las tendencias y su aplicación en los negocios. 	Teórico – Conceptual	1	4
2. Investigación de perfiles del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El perfil del consumidor. 	Teórico – Conceptual	1	4

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tendencias y comportamiento del consumidor. ▪ Tipo de consumidores. ▪ Variables demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales, de uso y beneficio. Análisis de Características. ▪ Los futuros consumidores. 			
3. Investigación y estudio de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercados emergentes. ▪ Tendencias de mercado. ▪ Competidores. ▪ Oportunidades de negocio, política y economía. ▪ Especialista en comprador minorista o merchandiser. 	Teórico – Conceptual	1	4
4. Desarrollo y gestión empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión estratégica empresarial. • Gestión de recursos. • Gestión de operaciones. • Mass Customization. 	Profesionalizante	2	4
5. Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El marketing de moda. ▪ La planeación y estrategias del marketing. ▪ La promoción de moda: mix, publicidad, 	Profesionalizante	2	4

	promoción - ventas, y relaciones públicas.			
6. Desarrollo y gestión de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La marca. Objetivo del Branding. ▪ Desarrollo de marca. ▪ El valor de la marca. ▪ Desarrollo de la identidad de marca. ▪ Estrategia y administración de la marca. ▪ Anatomía de la marca. 	Profesionalizante	2	4
7. Seminario de tesis de grado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño y estructura del Proyecto de Tesis. ▪ Capítulo I, II, III, IV, V, VI. 	Profesionalizante	3	4
8. Diseño y gestión de colecciones.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El negocio de la moda. ▪ Planificación de la colección. ▪ Conceptualización, diseño y montaje de la colección. ▪ Desarrollo de la colección. ▪ Manejo del Software en 3D para representación artística de la colección. ▪ Manejo de CAD – CAM para representación técnica de la colección. ▪ Producción y presentación de la colección. 	Profesionalizante	3	8

<p>9. Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de comunicación. ▪ Proyecto de comunicación en una empresa moda. ▪ Merchandising interno. ▪ Merchandising externo. ▪ El escaparate. ▪ Distribución y vías de comercialización. ▪ Análisis y previsión de ventas. Comercialización. 	<p>Profesionalizante</p>	<p>3</p>	<p>4</p>
<p>10. Innovación de productos de moda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Productos de moda contemporáneos innovadores. ▪ Principios de sustentabilidad. ▪ Principios de sostenibilidad. ▪ Insumos, accesorios, textiles innovadores. ▪ Fundamentos del Diseño ético. ▪ Fundamentos del diseño universal. ▪ Proceso de Innovación. 	<p>Investigativo.</p>	<p>4</p>	<p>8</p>
<p>11. Tesis de Grado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejecución del proyecto de investigación. Propuesta de solución. 	<p>Investigativo.</p>	<p>4</p>	<p>12</p>

Malla curricular

MÓDULOS	HORAS CLASE	CRÉDITOS	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO
1. Investigación de moda.	64	4	64
2. Investigación de perfiles del consumidor.	64	4	64
3. Investigación y estudio de mercado.	64	4	64
4. Desarrollo y gestión empresarial.	64	4	64
5. Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	64	4	64
6. Desarrollo y gestión de la marca.	64	4	64
7. Seminario de tesis de grado.	64	4	64
8. Diseño y gestión de colecciones.	128	8	128
9. Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	64	4	64
10. Innovación de productos de moda.	128	8	128
11. Tesis de Grado.		12	192
TOTAL HORAS MAESTRÍA 1728 HORAS	768	60	960

Malla curricular;	Anexar el archivo
Metodología de aprendizaje;	<p>El aprendizaje en posgrado se considera como una continuación de la autoformación iniciada desde el pregrado. Este requiere del estudio permanente de la investigación como aptitud dirigida hacia la búsqueda de nuevos elementos del conocimiento. La dirección de esta autoformación está orientada por un currículo dinámico guiado por docentes con excelente preparación académica, siendo fundamental que en este proceso, el estudiante de posgrado tome parte activa para su mejor aprovechamiento.</p> <p>EL proceso metodológico se fundamenta en el constructivismo y la formación por competencias, las siguientes metodologías fomentan el desarrollo de las competencias para promover el trabajo autónomo, en equipo, e interdisciplinario de los maestrantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El ciclo del aprendizaje de Klob en sus cuatro momentos. Y el ciclo del aprendizaje creativo está basado en el modelo de calidad de E. W. Demming y en la metodología logosófica que invita a aprender de las propias experiencias en cuatro pasos. Con ellos, cada estudiante va tomando conciencia del avance de su propio aprendizaje. ▪ Como estrategias didácticas se utilizará el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPRO), los cuales son aplicables a la realidad del contexto socio-productivo, los maestrantes tienen la oportunidad de trabajar en la solución de problemas en una comunidad específica, e integrar las competencias y conocimientos adquiridos durante el Programa dentro de un proyecto que resolverá la problemática de empresas del sector textil confecciones. El aprendizaje se logrará en base a proyectos

	<p>tutorados por los docentes y desarrollado por los maestrantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las herramientas pedagógicas apoyadas en Internet: las cuales permitirán al maestrante leer materiales, desarrollar ejercicios y trabajos teóricos y evaluar sus conocimientos, mediante foros virtuales, simulaciones, juegos de roles. ▪ Finalmente, mediante conferencias magistrales, los profesores especializados discutirán con los maestrantes, conceptos, teorías y experiencias, las cuales se complementarán con lecturas asignadas, ejercicios y presentaciones que deben leerse previamente.
<p>Sistema de evaluación y promoción de los estudiantes;</p>	<p>La evaluación, se acogerá a lo que establece el Reglamento del Sistema de Evaluación, Acreditación y Calificación por Competencias para la Promoción de Ciclos Semestrales y Créditos de la Universidad Técnica de Ambato, que cita:</p> <p>Las evaluaciones y acreditaciones se desarrollarán de conformidad con la planificación establecida. Para la aprobación de los mismos, los Docentes deberán realizar evaluaciones y acreditaciones sistemáticas basada en criterios. Las calificaciones correspondientes serán registradas en la Secretaría, una vez finalizado el módulo o evento. Se realizará: autoevaluación, heteroevaluación y coevaluación.</p> <p>Dentro de las actividades de aula y de estudio independiente están:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Talleres (workshops). ▪ Consultas bibliográficas y documentales. ▪ Trabajos de campo. ▪ Trabajos prácticos. ▪ Exposiciones. ▪ Visitas a empresas. ▪ Ejecución de proyectos de investigación. <p>Para el sistema de Acreditación se establecen, los siguientes niveles de calidad:</p> <table border="1" data-bbox="860 727 1933 1023"> <tr> <td>Nivel Teórico práctico innovador</td> <td>9 – 10</td> <td>Acreditable - Muy satisfactorio</td> </tr> <tr> <td>Nivel Teórico práctico experto</td> <td>8 – 8.9</td> <td>Acreditable – Satisfactorio</td> </tr> <tr> <td>Nivel teórico – práctico básico</td> <td>7 – 7.9</td> <td>Acreditable - Aceptable</td> </tr> <tr> <td>Nivel teórico avanzado (análisis crítico)</td> <td>5.5 – 6.9</td> <td>No acreditable</td> </tr> <tr> <td>Nivel teórico básico (comprensión)</td> <td>≤ 5.4</td> <td>No acreditable</td> </tr> </table> <p>Para su aprobación y promoción: Según el Reglamento del Centro de Estudios de Posgrado (CEPOS-UTA), el Art. 59, cita: “Para aprobar el evento, módulo, seminario, curso o asignatura el estudiante deberá asistir un mínimo de 90% a las actividades programadas y cumplir con un mínimo del 8/10 puntos de los requisitos de acreditación regulados así: por actividades de investigación y/o tareas de clase el 60%, por pruebas 40%. No se aceptarán justificaciones de ningún estudiante de Posgrado”.</p>	Nivel Teórico práctico innovador	9 – 10	Acreditable - Muy satisfactorio	Nivel Teórico práctico experto	8 – 8.9	Acreditable – Satisfactorio	Nivel teórico – práctico básico	7 – 7.9	Acreditable - Aceptable	Nivel teórico avanzado (análisis crítico)	5.5 – 6.9	No acreditable	Nivel teórico básico (comprensión)	≤ 5.4	No acreditable
Nivel Teórico práctico innovador	9 – 10	Acreditable - Muy satisfactorio														
Nivel Teórico práctico experto	8 – 8.9	Acreditable – Satisfactorio														
Nivel teórico – práctico básico	7 – 7.9	Acreditable - Aceptable														
Nivel teórico avanzado (análisis crítico)	5.5 – 6.9	No acreditable														
Nivel teórico básico (comprensión)	≤ 5.4	No acreditable														
Sistema de evaluación de profesores e	Los docentes de los distintos módulos, así como los tutores de tesis, serán evaluados al finalizar los															

<p>investigadores;</p>	<p>módulos a su cargo, por parte de los maestrantes. Así como se promoverá una autoevaluación y coevaluación por parte del Director Académico Administrativo.</p> <p>La evaluación se realizará atendiendo a los criterios establecidos por el Centro de Estudios de Posgrado de la UTA, que incluye el cumplimiento de los objetivos, utilidad y manejo de materiales, dominio de los contenidos, metodología utilizada, motivación y respeto a las normas establecidas por el programa.</p>
<p>Componente de investigación, debidamente motivado y justificado.</p>	<p>Dentro del presente programa de posgrado, la investigación, será un eje transversal en cada uno de los módulos, dentro de los cuales el maestrante planificará, desarrollará y sustentará un proyecto de investigación formativa que lo sustentará al final de cada módulo; sumado a una investigación generativa desarrollada, presentada y sustentada como trabajo final de grado; investigación final que constituirá un aporte original y valioso al área de diseño de modas del sector textil confecciones de la Provincia de Tungurahua y el país.</p> <p>Se han estructurado las siguientes líneas de investigación, en base a los campos de intervención de los Diseñadores de Moda que propician el acercamiento del estudiante al quehacer investigativo e innovación tecnológica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Línea: Diseño y desarrollo de sistemas de moda industriales o personalizadas en áreas como: Universos de vestuario: Gala, Formal, Casual wear, Kaki wear, Jeans wear, Sport wear, Active wear, Beach wear, Leisure wear, Sleep wear, Under wear, Swim wear; Trajes especiales como: Vestuario Teatral y cinematográfico, Trajes típicos y/o fantasía, Indumentaria de trabajo y/o seguridad industrial, Indumentaria</i>

	<p>para personas con capacidades especiales, Indumentaria para embarazadas; Sastrería; Indumentaria en piel; Calzado; Marroquinería y Accesorios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Línea: Desarrollo tecnológico</i> en áreas como: Manejo y aplicación de tecnologías digitales para la moda; Tecnología de la piel; Innovación tecnológica para vestuario y complementos; Biomecánica; Textrónica; Eco desarrollo y diseño sustentable para la moda. ▪ <i>Línea: Gestión de procesos industriales de moda</i> en áreas como: Procesos productivos; Control calidad; Medición del trabajo; Manejo de normas y Gestión de talleres. ▪ <i>Línea: Textiles</i> en áreas como: Tejeduría; Estampación; Tinturación y Acabados. ▪ <i>Línea: Comunicación, marketing y negocios de moda</i> en áreas como: Edición y redacción de moda; Ilustración de moda; Estilismo de moda; Organización de
--	---

	<p>eventos; Mercadeo de moda; Incubadora de negocios en empresas de moda y Branding.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Y Línea: Investigación social en la vestimenta y/o moda</i> en áreas como: Historia, Sociología, Semiótica, y Antropología <p>Las áreas que se proponen dentro de las líneas de investigación, pueden diversificarse conforme los requerimientos que la investigación plantee. La finalidad ha sido proponer líneas que abarquen la totalidad o al menos la mayor cantidad de áreas posibles de investigación tanto a nivel académico como profesional, con lo cual se satisfagan necesidades de todos los sectores a los que los maestrantes puedan beneficiar.</p>
--	--

8. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE PROFESORES E INVESTIGADORES DE LA CARRERA O PROGRAMA:

Detalle el perfil de los profesores que impartirán las asignaturas o su equivalente, conforme a la información requerida en la plantilla que consta a continuación: El equipo de profesores y profesoras deberá reunir requisitos para cada nivel de formación determinados por la LOES.

Matriz para programas y para el primer y segundo año de carrera:

Nombre completo del profesor	Asignatura a impartir	Título		Años de experiencia		N° de publicaciones		Tipo de profesor	Horas de dedicación semanal a la carrera o programa	Tipo de contrato
		3er Nivel	4to Nivel	Docente en el área	Profesional en el área	Indexadas	Otras			
Marta Calad.	Investigación de moda.	Diseñadora de moda.	Máster en Diseño.	15	25	0	15	Ocasional	32	Sin relación de dependencia
Laura Gómez.	Investigación de perfiles del consumidor.	Diseñadora de moda.	Máster en Diseño.	7	7	0	0	Ocasional	32	Sin relación de dependencia
Julia Tamayo.	Investigación y estudio de mercado.	Arquitecta.	Máster en Diseño.	20	28	4	5	Ocasional	32	Sin relación de dependencia
Francisco Blanes.	Desarrollo y gestión empresarial.	Ingeniero Industrial.	Máster en Gerencia de Empresas.	10	10	0	4	Ocasional	32	Sin relación de dependencia
Vicente Ros.	Desarrollo y gestión del marketing de la moda.	Doctor en Ciencias de la Comunicación.	Máster MBA.	15	15	4	0	Ocasional	32	Sin relación de dependencia
César Ulloa.	Desarrollo y gestión de la	Ingeniero Comercial.	PHD.	10	10	0	3	Ocasional	32	Sin relación de

	marca.										dependencia
Ramiro Velasteguí	Seminario de tesis de grado.	Doctor.	PHD.	25	25	3	0	Ocasional	32		Sin relación de dependencia
Emilia Velásquez.	Diseño y gestión de colecciones.	Diseñadora de Moda.	Máster.	18	18	0	3	Ocasional	32		
Carlos Hernán Trujillo.	Desarrollo del merchandising de la moda y la marca.	Diseñadora de Moda.	Máster.	10	25	0	1	Ocasional	32		Sin relación de dependencia
Ana López.	Innovación de productos de moda.	Ingeniera Civil.	PHD.	15	15	4	0	Ocasional	32		Sin relación de dependencia
Tutores Especializados.	Tesis de Grado.								32		Sin relación de dependencia

Descripción general del equipo de profesores	Porcentaje de profesores a tiempo completo del programa
Profesionales que acreditan una experiencia docente y profesional de mínimo tres años, dedicado a actividades académicas y profesionales con nivel académico de posgrado similar y/o superior al Programa de Maestría.	El 100% de la planta docente del Programa de Maestría laborará a tiempo completo para el programa.

Cuadro No.45: Formato de presentación y aprobación de programas de posgrado.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

6.8 Administración.

Para el desarrollo del Diseño Curricular se contempla la siguiente organización:

- Dentro de los recursos Institucionales: Para llevar a cabo la presente propuesta se utilizarán los recursos que provee la Universidad Técnica de Ambato, antes de la presentación, la aprobación y la designación del Director Académico Administrativo, los recursos los aportará la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, en todo lo necesario para la tramitación del proyecto. Posteriormente los recursos provendrán del propio programa y una vez finalizado, lo que demande el seguimiento de los graduados los aportarán la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes.
- Dentro de los recursos Humanos: El Coordinador de Carrera, Director Académico Administrativo, Secretaria del Programa, y Docentes Especializados.
- Recursos Materiales: Los materiales de Oficina, computadores, que se requiera serán aportados por la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, la cual aportará con las aulas, proyectores y papelería requerida.
- Financiamiento: Conforme lo señalado, el financiamiento del programa de posgrado es autofinanciado por las matrículas y colegiatura de los maestrantes.

6.9 Previsión de la evaluación.

La evaluación de la presente propuesta deberá ser continua, permanente y ajustada a los módulos y fases del proceso que consta en el modelo operativo, se utilizarán los criterios del CEPOS y se lo realizará de acuerdo a lo anteriormente señalado.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?	Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. (CEAACES) Unidad de Planificación y Evaluación de FDAA. Autoridades de la FDAA.
2. ¿Por qué evaluar?	Porque la evaluación nos permite propender a la calidad y pertinencia de la Educación Superior.
3. ¿Para qué evaluar?	Se evalúa para: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnosticar fortalezas y debilidades del programa. ▪ Analizar críticamente el plan de estudios ofertado. ▪ Proponer un plan de mejoras para su reedición.
4. ¿Qué evaluar?	El diseño curricular del programa de Maestría en IDDI de productos de moda.
5. ¿Quién evalúa?	Especialistas en Diseño Curricular y Docentes especializados en el área del Diseño de Modas.
6. ¿Cuándo evaluar?	Se evalúa en tres momentos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Al inicio del proyecto para constatar las etapas del diseño curricular. ▪ Durante el desarrollo del Programa de Maestría. ▪ Finalizado el Programa de Maestría.
7. ¿Cómo evaluar?	Tomando como referente los criterios de evaluación por etapas del diseño curricular: marco referencial, perfiles, estructura curricular, marco legal.
8. ¿Con qué evaluar?	Con Matrices de Evaluación de: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Etapas del Proyecto. ▪ Desarrollo del programa. ▪ Evaluación del desempeño docente. ▪ Evaluación del desempeño estudiantil.

Cuadro No.46: Previsión de la Evaluación.

Elaborado por: Taña E. Escobar G.

CONCLUSIONES.

Una vez desarrollada la propuesta se concluye que:

- Se planteó el Diseño Curricular de un Programa de Maestría en Investigación, Desarrollo e Innovación de productos de moda que al enfocar la producción integral de moda responde a las exigencias del sector textil confecciones y perfeccionará las competencias laborales y profesionales de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.
- Se determinó el marco referencial del Programa de Maestría lo que permitió identificar las necesidades del contexto y su mercado ocupacional.
- Se identificó el perfil de ingreso, el perfil de egreso y el perfil del docente para el Programa de Maestría articulando el ámbito educativo, social y productivo.
- Se estableció el marco administrativo y legal del programa lo que permitió identificar el recurso humano, infraestructura y reglamentos.
- Se construyó el currículo por competencias del Programa de Maestría en IDDI de productos de Moda y se lo estructuró de acuerdo al Esquema de presentación y aprobación de Programas de Posgrado establecido por el Consejo de Educación Superior.
- Las IES tienen la responsabilidad social de formar profesionales idóneos para que lleven una vida digna, se desempeñen con éxito en la situación actual y futura, y satisfagan las demandas sociales con criticidad, creatividad y productividad; para lo cual es menester una educación de calidad sustentada en currículos que respondan a las necesidades del contexto y una evaluación potencializadora.

- El desarrollo de competencias en un programa de posgrado contribuirá a un mejor desempeño del egresado en la sociedad, ya que promueve mejores perspectivas de desarrollo personal y profesional, y le permitirá al graduado una inserción laboral más orientada al campo ocupacional. La incorporación de las competencias profesionales enriquece el diseño curricular al promover la reflexión sobre las distintas etapas de la planificación educativa y los aspectos culturales implicados.
- Las propuestas curriculares de una formación de posgrado deben centrarse en el análisis de las necesidades, y demandas del sector socio-productivo y en la viabilidad de incorporar las competencias profesionales en los diseños curriculares para elevar su calidad y promover así la innovación.

RECOMENDACIONES.

- A quienes tengan la oportunidad de potencializar talentos y de contribuir al crecimiento de los seres humanos, la recomendación es trabajar en el diseño de currículos que propongan una metodología cooperativa, problematizadora, participativa, que vincule la teoría con la práctica productiva y el contexto. Se debe plantear programas de posgrado que ofrezcan una variedad de opciones académicas para brindar a cada estudiante, un espacio de “provocación intelectual” donde puedan planificar sus trayectos académicos con trascendencia.
- A profesionales y colegas en el área, se recomienda mantener vivo el deseo de capacitación y especialización continua que nos permita responder idóneamente a nuestra responsabilidad social y contribuir al desarrollo del tan anhelado sueño ecuatoriano.

C. MATERIALES DE REFERENCIA.

1. Bibliografía.

ASAMBLEA NACIONAL, (2010). *Ley orgánica de educación superior. Reglamento a la ley orgánica de educación superior* Senescyt. Quito. Ecuador.

BARROS, Teodoro (2009). *Planificación Curricular por Competencias*. Cuenca Ecuador.

CEDED DIPLEG. (2007). *Construyendo futuro*. Editorial universitaria. Ambato.

CHECCHIA, Beatriz. (2010). *Boletín IESALC de Educación Superior*, Nro. 207, Argentina.

CINDA, VARIOS AUTORES (2008). *Diseño Curricular. La competencias y Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior*. Santiago. Chile

CONSEJO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (2012). *Instructivo para el Reglamento de presentación y aprobación de proyectos de carreras y programas de posgrado de las universidades y escuelas politécnicas*.

CONSEJO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (2012). *Reglamento de presentación y aprobación de proyectos de carreras y programas de posgrado de las universidades y escuelas politécnicas*.

DIAZ, Frida y otras (1999). *Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior*. Séptima Edición. Editorial Trillas. México.

DILON, Susan (2012). *Principios de Gestión en empresas de moda*. Editorial Gili. Barcelona.

DIPLEG y otros (2007). *Construyendo Futuro*. Editorial Universitaria. Ambato. Ecuador.

- ESTRADA, Jesús (2010). *Módulo diseño curricular por competencias*. Cepos. UTA.
- FORGAS, Jorge (2003). *Diseño Curricular basado en Competencias*. Universidad Pedagógica. Santiago de Cuba.
- FORGAS, Jorge y colaboradores (2005). *Las Competencias Profesionales, un nuevo enfoque*. Segunda Edición. Quito Ecuador.
- GONZALEZ, Jorge (2003). *Pensamiento Complejo*. Editorial Magisterio. Bogotá.
- GROCE, Virginia. (2021). *Merchandising de Moda*. Editorial Gili. Barcelona.
- HERRERA, Luis y otros (2002). *Teorías y Modelos Curriculares*. UTA
- HERRERA, Luis y otros (2010). *Tutoría de la Investigación científica*. Cuarta Edición. Maxstudio. Quito. Ecuador.
- INTI Textiles (2013). Observatorio de tendencias. CDT21. PREVIEW INVIERNO.
- JENKYN, Sue (2005). *Diseño de Moda* .Art. Blume. Barcelona.
- LÓPEZ Margara (2011). *Diseño Curricular por Competencias en Educación Superior*.
- MALDONADO, Miguel (2002). *Las competencias una opción de vida. Metodología para el diseño curricular*. Reimpresión. Ecoe Ediciones. Bogotá.
- NARANJO Y HERRERA, (2006). *Currículo por Competencias, para una formación humana integral*, Ambato. Ecuador.
- NARANJO, Galo (2006). *Currículo por competencias para una formación humana integral*. Ambato. Ecuador.
- NARANJO, Galo y Otros (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*, Diemerino Editores, Quito.

PÓMBAR, Pedro (2006). Creación de escuela de postgrado de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil. Tesis de investigación. Tesis de Grado.

POSNER, Harriet (2011). *Marketing de la Moda*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
SEIVEWRITHG, Simon (2008). *Diseño e Investigación*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

TOBON, Sergio (2006). *Estándares básicos para el diseño del currículo por competencias*. Ambato.

TOBON, Sergio (2006). *Metodología de diseño curricular por competencias*. Ambato.

TRUJILLO, y OTROS (2012) Manual de Proceso de Gestión y Operación de la Unidad Tecnológica de Acontex. ACONTEX

UNESCO, (2011). "Áreas del conocimiento"

Linkografía.

www.asambleanacional.gov.ec/, octubre de 2012.

www.aite.com.ec/, diciembre de 2012

www.ceaaces.gob.ec, septiembre de 2012

www.ces.gob.ec/gaceta-oficial, agosto de 2012.

www.es.wikipedia.org/wiki/Clasificaci%C3%B3n_Unesco, septiembre de 2012.

www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/desafios-de-la-industria-textil-521651.html, diciembre de 2012.

www.senescyt.gob.ec, septiembre de 2012

www.uta.edu.ec/reglamentos, septiembre de 2012.

2. Anexos.

ANEXO 1: Fórmula de muestreo.

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

n= Tamaño de la muestra

N= Población

E= Error de muestreo 2%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA DE MUESTREO.

N= Población 90

$$n = \frac{90}{0,05^2 (90-1) + 1}$$

$$n = \frac{90}{0,05^2 (89) + 1}$$

$$n = \frac{90}{0,22 + 1}$$

$$n = \frac{90}{1,2225} \quad n = 74$$

ANEXO 2: Matrices

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA
ENTREVISTA DIRIGIDA A ESPECIALISTAS EN DISEÑO CURRICULAR**

OBJETIVO	Obtener criterios relacionados con la metodología empleada para el diseño curricular de un programa de posgrado.
INSTRUCTIVO	Escuche detenidamente cada una de las preguntas Responda con una frase puntual, clara y objetiva.
ENTREVISTADO	
ENTREVISTADOR	
LUGAR Y FECHA	
PREGUNTA	INTERPRETACIÓN / VALORACIÓN
¿Cómo ha visto el desarrollo de la formación de posgrados en la región 3 del país?	
¿Qué metodología y modelo pedagógico aplicaría para el diseño curricular por competencias de un programa de posgrado?	
¿Qué dimensión epistemológica y teórica aplicaría para el diseño curricular por competencias de un posgrado?	
Dentro de la estructura del diseño curricular ¿Qué considera como macrodiseño y microdiseño curricular?	
¿Qué opina de la estructura implantada por el CES para programas de posgrado?	
¿Qué número de créditos establece el CES para cada programa de posgrado?	
OBSERVACIONES:	"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA
ENTREVISTA DIRIGIDA A AUTORIDADES DE LA ACADEMIA

OBJETIVO	Determinar aspectos importantes que evidencien la pertinencia de la elaboración del diseño curricular de un programa de posgrado en diseño de modas, cuya necesidad nace de la escasa oferta de programas de posgrado para Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.
INSTRUCTIVO	Escuche detenidamente cada una de las preguntas Responda con una frase puntual, clara y objetiva.
ENTREVISTADO	ENTREVISTADOR
LUGAR Y FECHA	
PREGUNTA	INTERPRETACIÓN / VALORACIÓN
¿Qué factores considera Ud. que han influido para que sean escasos los programas de cuarto nivel para los profesionales Diseñadores de moda en nuestro país?	
¿Considera Ud. pertinente una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda? ¿Explique su respuesta?	
¿Qué programa de posgrado le parece más pertinente y viable para un profesional diseñador de modas? Diplomado. Especialización. Maestría. Doctorado, PHD.	
Analizando el contexto social y productivo del país, ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el diseñador de modas? Investigación para producción de moda. Desarrollo e innovación de productos de moda. Macro creación de marca y montaje de colecciones. Diseño de moda sustentable y sostenible.	
¿Qué tipo de normativa legal o reglamentos deben tomarse en cuenta para la presentación y aprobación de un programa de posgrado dentro de la UTA?	
OBSERVACIONES	<i>“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”</i>

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA
ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES**

OBJETIVO	Determinar aspectos importantes que evidencien la pertinencia de la elaboración del diseño curricular de un programa de posgrado en diseño de modas, cuya necesidad nace de la escasa oferta de programas de posgrado para Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.
INSTRUCTIVO	Escuche detenidamente cada una de las preguntas Responda con una frase puntual, clara y objetiva.
ENTREVISTADO	ENTREVISTADOR

LUGAR Y FECHA	
PREGUNTA	INTERPRETACIÓN / VALORACIÓN
¿Qué establece el Plan Nacional de Desarrollo con relación a la región 3 del país y al clúster textil, diseño y confecciones de la Provincia de Tungurahua?	
En tal virtud, ¿Considera Ud. Pertinente una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda? Explique su respuesta.	
¿Qué temas- que tenga pertinencia con el Plan de Desarrollo Nacional - considera de interés para una formación de posgrado de diseñadores de moda?	
¿Qué competencias laborales y profesionales considera Ud. que debe cumplir un Diseñador de moda que haya cursado una formación de posgrado?	
Analizando el contexto social y productivo del país, ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el diseñador de modas? Investigación para producción de moda. Desarrollo e innovación de productos de moda. Macro creación de marca y montaje de colecciones. Diseño de moda sustentable y sostenible.	
OBSERVACIONES	
<i>“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”</i>	

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA
ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL DISEÑO DE MODA**

OBJETIVO	Identificar las competencias laborales y profesionales y el nivel de formación de posgrado de los Diseñadores de Moda de la Provincia de Tungurahua.
-----------------	--

Señores Profesionales: La escasa formación de posgrado en nuestro país para Diseñadores de Moda es un tema que preocupa a la presente investigación, por ello mediante este cuestionario se desea analizar aspectos importantes que permitirán evidenciar la pertinencia de elaborar el diseño curricular de un programa de posgrado en diseño de modas; por tal razón su respuesta constituye un gran aporte.

INSTRUCTIVO	Las preguntas de criterio responda con una frase puntual, clara. Marque las preguntas de selección con una X dentro del paréntesis
--------------------	---

1. ¿Qué factores considera Ud. que han influido para que sean escasos los programas de cuarto nivel para los profesionales del diseño de moda en nuestro país?

.....

2. ¿Considera Ud. pertinente una formación de posgrado para profesionales Diseñadores de moda?	Si ()	No ()
--	--------	--------

3. Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Ha cursado o está cursando actualmente alguno de los siguientes programas de posgrado?

Diplomado ()	Especialización ()	Maestría ()
Doctorado ()	PHD ()	Ninguno ()

4. Dentro de su área, el Diseño de Modas, ¿Cuenta Ud. con algunos de los siguientes títulos de formación de posgrado reconocido por la SENESCYT?		
Diplomado ()	Especialización ()	Maestría ()
Doctorado ()	PHD ()	Ninguno ()

5. Si se le presenta la oportunidad de seguir una formación de posgrado dentro de su área el diseño de modas, ¿Qué tipo de formación de cuarto nivel tomaría?

Diplomado () Especialización () Maestría ()

Doctorado () PHD () Ninguno ()

6. ¿Qué competencias laborales y profesionales debería evidenciar un profesional en diseño con formación de cuarto nivel?

.....
.....
.....

7. ¿En qué medida considera Ud. que es competente para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa dedicada a la producción de moda?

a. Totalmente ()

b. En gran medida ()

c. Medianamente ()

d. En poca medida ()

8. ¿En qué medida considera Ud. que es competente para programar colecciones de moda y desarrollarlas dentro de una empresa de producción de moda?

a. Totalmente ()

b. En gran medida ()

c. Medianamente ()

d. En poca medida ()

9. ¿En qué medida considera Ud. que es competente para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda?

a. Totalmente ()

b. En gran medida ()

c. Medianamente ()

d. En poca medida ()

10. ¿En qué medida considera Ud. que es competente para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda?

- a. Totalmente ()
- b. En gran medida ()
- c. Medianamente ()
- d. En poca medida ()

11. ¿Qué temas considera de interés para una formación de posgrado para profesionales en diseño?

.....
.....
.....

12. ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado en el área de diseño de modas? **Puede elegir varias alternativas**

- a. Investigación para producción de moda ()
- b. Desarrollo e innovación de productos de moda ()
- c. Macro creación de marca y montaje de colecciones ()
- d. Diseño de moda sustentable y sostenible ()

Gracias por su colaboración

modas especializado?

.....
.....
.....

5. ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para aplicar estrategias de desarrollo de marca dentro de una empresa dedicada a la producción de moda?

- a. Totalmente ()
- b. En gran medida ()
- c. Medianamente ()
- d. En poca medida ()

6. ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para programar colecciones de moda y desarrollarlas dentro de una empresa de producción de moda?

- a. Totalmente ()
- b. En gran medida ()
- c. Medianamente ()
- d. En poca medida ()

7. ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para establecer un diagnóstico de mercadeo y brindar una asesoría de comercialización en empresas de producción de moda?

- a. Totalmente ()
- b. En gran medida ()
- c. Medianamente ()
- d. En poca medida ()

8. ¿En qué medida considera Ud. que el Diseñador de modas que trabaja en su empresa es competente para diseñar y emplear estrategias que generen la innovación en productos de moda?

- a. Totalmente ()
- b. En gran medida ()

c. Medianamente ()

d. En poca medida ()

9. ¿Qué temas considera de interés para una formación de posgrado para profesionales diseñadores de moda?

.....
.....
.....

10. En base a su experiencia en el sector de confección textil ¿Cuál de los temas citados le parece el más oportuno para una formación de posgrado para el diseñador de modas? **Puede elegir varias alternativas**

a. Investigación para producción de moda ()

b. Desarrollo e innovación de productos de moda ()

c. Macro creación de marca y montaje de colecciones ()

d. Diseño de moda sustentable y sostenible ()

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA
LISTA DE COTEJO

OBJETIVO	Identificar las competencias laborales y profesionales que evidencian los profesionales en diseño de modas dentro del departamento de diseño de las empresas de confección socias de Acontex.			
DEPARTAMENTO DE DISEÑO DE LA EMPRESA:				
FECHA:		ESCALA DE VALORACIÓN		
INDICADOR	T	EGM	M	EPM
1. Aplica estrategias de desarrollo de marca.				
Elabora Mood board de marca				
Elabora el cuadro de características del usuario				
2. Desarrolla Investigación para producción de moda.				
Identifica Macro y micro tendencias				
Deduce las tendencias y su implicación en los negocios				
3. Programa colecciones de moda y las desarrolla.				
Elabora un cronograma de actividades				
Elabora colecciones siguiendo el calendario industrial				
Toma en cuenta los tipos de productos y su estructura				
4. Aplica estrategias de mercadeo y comercialización.				
Analizar y contribuye al plan de comercialización				
Aplica el marketing de moda				
5. Aplica estrategias que generen la innovación.				
Analiza el fundamento del Diseño de moda sustentable				
Analiza el fundamento del Diseño de moda sostenible				
Analiza el fundamento del Diseño de moda ético				
Analiza el fundamento del Diseño de moda universal				
<i>Observaciones</i>				

ANEXO 3. Tabla de Valores críticos de la Chi Cuadrado

Valores críticos de la Chi-cuadrado

Grados de Libertad	AREAS DE EXTREMOS SUPERIOR (α)					
	0.995	0.99	0.975	0.95	0.90	0.75
1	0.000	0.000	0.001	0.004	0.016	0.102
2	0.010	0.020	0.051	0.103	0.211	0.575
3	0.072	0.115	0.216	0.352	0.584	1.213
4	0.207	0.297	0.484	0.711	1.064	1.923
5	0.412	0.554	0.831	1.145	1.810	2.675
6	0.676	0.872	1.237	1.635	2.204	3.455
7	0.989	1.239	1.690	2.167	2.833	4.255
8	1.344	1.646	2.180	2.733	3.490	5.071
9	1.735	2.088	2.700	3.325	4.168	5.899
10	2.156	2.558	3.247	3.940	4.865	6.737
11	2.603	3.053	3.816	4.575	5.578	7.584
12	3.074	3.571	4.404	5.226	6.304	8.438
13	3.565	4.107	5.009	5.892	7.042	9.299
14	4.075	4.660	5.629	6.571	7.790	10.165
15	4.601	5.229	6.262	7.261	8.547	11.037
16	5.142	5.812	6.908	7.962	9.312	11.912
17	5.697	6.408	7.564	8.672	10.085	12.792
18	6.265	7.015	8.231	9.390	10.865	13.675
19	6.844	7.633	8.907	10.117	11.651	14.562
20	7.434	8.260	9.591	10.851	12.443	15.452
21	8.034	8.897	10.283	11.591	13.240	16.344
22	8.643	9.542	10.982	12.338	14.042	17.240
23	9.260	10.196	11.689	13.091	14.848	18.137
24	9.886	10.856	12.401	13.848	15.659	19.037
25	10.520	11.524	13.120	14.611	16.473	19.939
26	11.160	12.198	13.844	15.379	17.292	20.843
27	11.806	12.879	14.573	16.151	18.114	21.749
28	12.461	13.565	15.308	16.928	18.939	22.657
29	13.121	14.257	16.047	17.708	19.768	23.567
30	13.787	14.954	16.791	18.493	20.599	24.478