

**INSTITUTO TECNOLÓGICO
“MARIA CRISTINA”
COCHABAMBA- BOLIVIA**



PROYECTO DE GRADO

**CONFECCIÓN DE ABRIGOS EN ALTA COSTURA PARA DAMA
UTILIZANDO LA TELA BAYETA EN LA CIUDAD DE
COCHABAMBA**

**POSTULANTE(S): EVELYN CRISTINA GUTIERREZ AYZAMA
KARLA SORAYA MARQUINA GUEVARA**

**Proyecto de grado presentado
como requisito parcial para
optar al título de técnico
superior en Industria Textil y
Confecion.**

TUTOR: ING. HORTENCIA QUENALLATA YANARICO

COCHABAMBA, 2021

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi proyecto a mi mamá Lorgia por ser un pilar fundamental en mi vida, por ser todo para mí, a mi papá Claudio, a mis hermanas María, Noelia y Claudia las amo, las mejores hermanas del mundo, a Pablo mi amado novio que me enseñó que todo se puede si se quiere de verdad, a mi compañera de proyecto, Evelyn, mi amiga, a la que quiero, y admiro mucho por su fortaleza y la seguridad que siempre me da, y quien merece los mejores elogios por su inteligencia y dedicación, quien fue de gran apoyo y complemento en este proyecto. Te quiero mucho.

Karla Soraya Marquina Guevara

A mi madre Roxana quien con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi hermano Aldair por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A mi compañera y amiga con quien realice este proyecto porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y profesional y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Evelyn Cristina Gutiérrez Ayzama

AGRADECIMIENTOS

Primero y, antes que nada, dar gracias a Dios, por ayudarnos a terminar este proyecto, gracias por darnos la fuerza y el coraje para hacer este sueño realidad y por habernos permitido llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.

A nuestras familias por todo el apoyo que nos han dado desde la infancia, nos han dado todo lo que somos como persona, valores, principios, perseverancia, empeño y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

A los docentes quienes nos han acompañado en este largo camino de aprendizaje, brindándome sus consejos, experiencias y sus conocimientos que contribuyeron en nuestra formación.

Nuestro agradecimiento especial y sincero al Ing. Silvia por su apoyo, confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas, no solamente en el desarrollo de la tesis, sino también en nuestra formación profesional.

En general deseamos expresar nuestros agradecimientos a todas las personas que de una u otra manera hicieron posible la culminación de esta meta brindándonos su apoyo incondicional.

INDICE GENERAL

CAPITULO I	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Justificación y Diagnóstico	2
1.2.1 Diagnostico	2
1.2.2. Justificación	3
1.3 Plantamiento del problema y formulacion del problema	4
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos	5
1.5 Enfoque metodológico	5
1.5.1 Enfoque cuantitativo	5
1.5.2 Enfoque Cualitativo	6
1.6 Diseño de investigación	7
1.6.1 Descriptivo.....	7
1.7 Población y muestra	8
CAPITULO II	9
2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	9
2.1 Alta costura	9
2.2 Moda sostenible con fibras naturales	12
2.3 Diseñadores Bolivianos.....	13
2.4 Bayeta de la tierra.....	14
2.5 El Abrigo.....	14
2.6 Evolución del abrigo a través de los años	15

2.7	Tipos de abrigos	16
2.8	Pasos para la elaboración de un abrigo	18
2.8.1	Figurín.....	18
2.8.2	Paleta de Colores	19
2.8.3	Toma de medidas	21
2.8.4	Patronaje	26
2.8.5	Corte.....	43
2.8.6	Confección.....	43
2.8.7	Control de calidad.....	43
2.9	Estudio de mercado.....	44
2.10	Proyecto de Factibilidad.....	44
2.11	Marketing	44
CAPITULO III.....		46
3	PROPUESTA DE INNOVACIÓN O SOLUCIONES DEL PROBLEMA.....	46
3.1	Propuesta de innovación técnica	46
3.2	Instrumentos y técnicas de investigación	46
3.2.1	Equipos	47
3.2.2	Materiales.....	47
3.2.3	Insumos	47
3.2.4	Técnicas	49
3.2.5	Presupuesto	50
3.2.6	Procesos o Procedimientos	53
CAPÍTULO IV		123
4	RESULTADOS ESPERADOS	123

CAPÍTULO V	123
5 CONCLUSIONES.....	123
6 RECOMENDACIONES	124
7 BIBLIOGRAFIA	125
8 ANEXOS	128

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Diseño Metodológico.	8
Tabla 2. Requerimientos en la Alta Costura	11
Tabla 3. Análisis Del Mercado (Segmentación).....	44
Tabla 4. Materiales.....	47
Tabla 5. Gastos Administrativos.....	50
Tabla 6. Depreciación de maquinaria	50
Tabla 7. Costos Fijos.....	50
Tabla 8. Materiales e Insumos	51
Tabla 9. Mano de Obra	52
Tabla 10. Costos Variables	52
Tabla 11. Costo Total.....	52
Tabla 12. Costo Unitario.....	53
Tabla 13. Precio Final	53
Tabla 14. Población De La Provincia de Cercado - Municipio de Cochabamba - Edad Quinquenal.....	56
Tabla 15. Determinación de la Muestra para la Prueba Piloto	57
Tabla 16. Análisis de encuesta piloto (Cálculo de probabilidad a favor)	58
Tabla 17. Determinación de la Muestra para la Encuesta en el Municipio de Cochabamba	58
Tabla 18. ¿Valora usted las prendas hechos en Bolivia?	59
Tabla 19. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?.....	60
Tabla 20. ¿Con que frecuencia compra la prenda?.....	61
Tabla 21. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?.....	62
Tabla 22. ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”?	63

Tabla 23. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”?	64
Tabla 24. ¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos?	65
Tabla 25. ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?	66
Tabla 26. ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?.....	67
Tabla 27. ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?.....	68
Tabla 28. ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?	69
Tabla 29. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?	70
Tabla 30. Ficha Técnica – Diseño 1.....	75
Tabla 31. Ficha Técnica – Diseño 2.....	76
Tabla 32. Ficha Técnica – Diseño 2.....	77
Tabla 33. Toma de Medidas.....	78
Tabla 34. Perfil del cliente objetivo	119

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Valora usted las prendas hechas en Bolivia?.....	59
Figura 2. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?.....	60
Figura 3. ¿Con que frecuencia compra la prenda?	61
Figura 4. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?.....	62
Figura 5. ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”?	63
Figura 6. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”?.....	64
Figura 7. ¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos?.....	65
Figura 8. ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?.....	66
Figura 9. ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?	67
Figura 10. ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?.....	68
Figura 11. ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?	69
Figura 12. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?.....	70
Figura 13. Análisis FODA	118
Figura 14. Canal de distribución.....	121

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Figurín Básico (9 cabezas).....	19
Imagen 2. Paleta de colores hacia los colores tierra	20
Imagen 3. Toma de Medidas.....	23
Imagen 4. Medidas de Largo.	23
Imagen 5. Medidas de Manga.	24
Imagen 6. Medidas de Manga.....	26
Imagen 7. Trazado de Patrón Espalda 1.....	27
Imagen 8. Trazado de Patrón Espalda 2.....	29
Imagen 9. Trazado de Patrón Delantero 1	30
Imagen 10. Trazado de Patrón Delantero 2.	32
Imagen 11. Trazado de Hombro.	33
Imagen 12. Trazado de Amoldado.....	34
Imagen 13. Patrón Base Espalda Entallado con Pinza.....	35
Imagen 14. Patrón Base Delantero Entallado con Pinza.....	36
Imagen 15. Trazado de Patrón de Manga.	38
Imagen 16. Patrón de Manga	39
Imagen 17. Patrón Base Largo Espalda Entallado con Pinza.	41
Imagen 18. Patrón Base Largo Delantero Entallado con Pinza.	42
Imagen 19. Materiales e Insumos	48
Imagen 20. Telas e Hilos	49
Imagen 21. Diseño de Figurines	71
Imagen 22. Figurín Diseño 1- Cóndor	72
Imagen 23. Figurín Diseño 2 - Paja Brava.....	73

Imagen 24. Figurín Diseño 3 - Yareta	74
Imagen 25. Molde Base Espalda.....	79
Imagen 26. Molde Base Delantero.....	80
Imagen 27. Molde Base Manga	81
Imagen 28. Molde Espalda para Abrigo Cóndor	82
Imagen 29. Molde Delantero para Abrigo Cóndor	83
Imagen 30. Molde Manga para Abrigo Cóndor.....	84
Imagen 31. Molde Espalda para Abrigo Paja Brava.....	85
Imagen 32. Molde Delantero para Abrigo Paja Brava.....	86
Imagen 33. Molde Manga para Abrigo Paja Brava	87
Imagen 34. Molde Espalda para Abrigo Yareta.....	88
Imagen 35. Molde Delantero para Abrigo Yareta	89
Imagen 36. Molde Manga para Abrigo Yareta	90
Imagen 37. Tendido, tizado y trazado de los moldes sobre la tela.	92
Imagen 38. Corte de la tela, forro y entretela.	94
Imagen 39. Ensamblado.....	95
Imagen 40. Primera Prueba.....	97
Imagen 41. Costura a detalle.....	99
Imagen 42. Segunda Prueba.....	102
Imagen 43. Ultimas Costuras.....	103
Imagen 44. Acabados de las prendas	104
Imagen 45. Acabado – Diseño 1	105
Imagen 46. Acabado – Diseño 2	108
Imagen 47. Acabado – Diseño 3	113

Imagen 48. Logo	120
Imagen 49. Etiqueta	120
Imagen 50. Página de Facebook	122

INTRODUCCION

El proyecto busca realizar la confección de abrigos, utilizando fibras naturales que son elaboradas nacionalmente, de esta manera incentivar el uso de materias primas naturales y sustentables para el diseño de prendas en Alta Costura. Además, aportar al diseño de las prendas, calidad, comodidad y exclusividad. Los prototipos serán creados acorde a los figurines planteados.

El proyecto presenta capítulos, cada uno de ellos determina un punto fundamental para llegar a la creación de los prototipos. Es por ello que a continuación se detallara en un resumen breve cada punto a tratar.

El primer capítulo consta de la justificación que resalta la importancia de realizar el análisis en base al tema, el diagnostico, el planteamiento del problema, los objetivos que desarrollaran el proyecto y finalmente la metodología de investigación.

Por otra parte, el segundo capítulo del proyecto es el marco teórico conceptual, el mismo que consta de conceptos que facilitaran el entendimiento y la aclaración de algunos puntos a tratar en la ejecución y elaboración del proyecto. Los conceptos a ser utilizados son de libros y artículos de internet.

El tercer capítulo consta de la propuesta de innovación o soluciones del problema, en cual se plantea los equipos, materiales, insumos, suministros, el presupuesto, técnicas y procedimientos que se necesitaran para la elaboración de los prototipos y también se desarrolla el estudio de mercado; para la definición del perfil del cliente objetivo determinando los gustos y preferencias del mismo y el plan de marketing; para el estudio de comercialización a través de los datos del estudio de mercado, por otra parte se crea la identidad de la marca que llevara cada prenda.

Finalmente se presenta el capítulo de los resultados esperados, en cual se describen los resultados que se han obtenido para el cumplimiento de cada objetivo planteado.

CAPITULO I

1.1 Tema

El proyecto “Confección de Abrigos en Alta Costura para dama utilizando la tela Bayeta en la ciudad de Cochabamba”, busca realizar la elaboración de abrigos, aplicando todo el conocimiento que se ha ido adquiriendo en cuanto a la confección de las prendas y utilizando fibras naturales que son elaboradas nacionalmente, para así incentivar el uso de materias primas nacionales y sustentables para el diseño de prendas en Alta Costura.

En Europa comenzó a hablarse de los diseñadores de moda muy tarde y muy tímidamente, casi de forma casual. Eso sucedió en el siglo XVIII, en París y Milán, donde surgieron los primeros centros de moda, pero seguía siendo el vestido lo que acaparaba la atención: el nombre de su creador parecía irrelevante.

La ropa de firma apareció de manera casual. La primera creadora de moda que logró introducir su nombre como marca de excelencia y autora de prendas exclusivas fue Rose Bertin, pseudónimo de la francesa Marie-Jeanne d'Abbeville a mediados del siglo XVIII.

Comenzó su andadura como sombrerera hacia 1770. Sus sombreros llamaron la atención de la duquesa de Chartres, que presentó a Rose Bertin a la emperatriz María Teresa de Austria, preocupada por su hija María Antonieta, de cuyo mal gusto se quejaba diciendo: “Querida, la futura reina de Francia sabe de todo menos vestirse”.

Gracias a su amistad con la duquesa la antigua sombrerera recibió el encargo de vestir a la esposa de Luis XVI, con tal éxito que sus vestidos se convirtieron en la comidilla de Francia.

Todo el mundo quería saber quién vestía a la reina, quién le hacía aquellos novedosos vestidos, y cuando se supo se habló de quien estaba detrás del vestido, no dentro, por primera vez en la Historia.

De vendedora de modas la modista pasó a ser creadora de moda gracias a Rose Bertin. Fue tal su impacto e incidencia en aquel mundo preciosista que de todas partes le llegaban pedidos de grandes damas de la corte francesa y de otras casas reales, (CurioSfera, 2020).

1.2 Justificación y Diagnóstico

El diagnóstico es un estudio previo a toda planificación o proyecto y consiste en recopilar y tratar información relevante de la empresa con el fin de comprender su funcionamiento, así como poder identificar las debilidades y fortalezas presentes en la organización.

La justificación de un proyecto es un ejercicio argumentativo donde se exponen las razones por las cuales se realiza una investigación o un proyecto, en ella, el responsable del proyecto establece juicios razonables sobre el sentido, la naturaleza y el interés que persigue dicho trabajo de cara a ciertos compromisos académicos o sociales.

1.2.1 Diagnostico

En la actualidad en el departamento de Cochabamba el sector textil y confección, ha tenido un relevante incremento dentro de la economía, lo que ha llevado a muchos a enfocarse en este sector; el Gobierno ha respaldado la apertura de nuevas fuentes de trabajo. Pese al contrabando, la industria de la confección es un pilar de la producción nacional, ya que genera empleos directos en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Actualmente el 90% de la producción se centra en el eje central del país: 60% en La Paz, 17% en Cochabamba y el 13% en Santa Cruz. Este rubro está severamente afectado por el ingreso de mercadería ilegal al país, en especial ropa usada y prendas chinas; aun así, el viceministro de la Micro y Pequeña Empresa del Ministerio de desarrollo Productivo y Economía Plural, sostiene que esta industria es uno de los pilares en cuanto a producción en Bolivia. Los textiles son el área fuerte en cuanto a producción en Bolivia, pero se hace con materia prima importada, ese es el problema. El estado no ha podido consolidar la transformación de materia prima en el área textil hasta ahora, (Capitales, 2017)

1.2.2. Justificación

La confección de abrigos para dama en alta costura con la tela bayeta en la ciudad de Cochabamba tiene poca participación en pasarelas de alta moda y mucho menos en su uso diario comparado con la ciudad de La Paz y Sucre, afortunadamente se podría decir que son pioneros en la confección y diseño de indumentarias con este textil.

En toda nuestra historia hemos pasado por muchas modas y si algo es cierto en todo nuestro recorrido es que siempre volvemos a nuestras raíces. Hoy a pesar del auge de la tecnología se vuelven a utilizar cintas de música, pantalones de campana, música de los Beatles.

Las mujeres a partir de los veintiseis años están interesadas en soluciones sostenibles; el 66% de ellos están dispuestos a gastar más en marcas que sean sustentables. «La sustentabilidad es muy importante para la nueva generación de consumidores».

En China, el valor que los jóvenes le dan a como las marcas hacen negocios, lo que las marcas representan, es algo fuera de lo común en comparación con cualquier otra generación anterior. Por la preservación del planeta que habitamos, para que siga siendo el hogar de nuestros nietos, la carrera está lanzada y sus protagonistas deberán llevar a buen término la gestión responsable y sustentable de las marcas de la moda al próximo nivel.

Con ello, además de cuidar y fortalecer nuestro medioambiente, generaremos el potencial de una ventaja competitiva para nuestras propias empresas. A medida que las ventajas comerciales se hacen más y más evidentes, los líderes de esta carrera mostrarán a la industria de la moda cómo impulsar la innovación y el valor integrando la sostenibilidad a toda la cadena de valor.

Nuestra finalidad sobre todo es que se utilicen textiles de fibra natural dándole un lugar en la alta costura a la tela Bayeta ya que es una opción responsable y natural para el medio ambiente. La producción, procesamiento y exportación de las fibras naturales son de gran

importancia económica para muchos países en vía de desarrollo y vital para la subsistencia y seguridad alimentaria de millones de pequeños agricultores y procesadores.

Básicamente la alta costura es en cierta forma superior al resto de las creaciones debido a que la producción de cada prenda no está sujeta a un modo industrial, en cierta forma un vestido de alta costura es algo que únicamente podrás ver en la pasarela, en la persona que lo posea o en una colección privada de moda expuesta en situaciones como un gala.

1.3 Plantamiento del problema y formulacion del problema

En la ciudad de Cochabamba esta entre las tres ciudades mas importantes de Bolivia siempre es tomada en cuenta para realizar show de alta moda ademas, ya que en los últimos años fue el epicentro de la primera versión de Bolivia Fashion Week, al que llegaron diseñadores de la talla de Agata Ruiz de la Padra, Custo Barcelona, Rosita Hurtado por mencionar a algunos. Y siempre tomando en cuenta a diseñadores emergentes o posesionados en una marca.

Entendimos que el textil Bayeta de la tierra no tiene participacion en pasarelas internacionales. Cabe destacar el hecho que este textil de fibra natural es menospreciada en eventos de alta moda. En su gran mayoría la tela Bayeta es de apariencia y tacto rustica, carece de elasticidad y suavidad, por estos motivos es necesariamente obligatorio que para realizar un vestido, abrigo u otra prenda es necesario colocar un forro.

Entonces se tiene que, en el departamento de Cochabamba tiene la posibilidad de presentar eventos de moda, pero con una mínima participación de diseñadores nacionales y con la utilización mínima de fibras naturales producidas pero no transformadas nacionalmente.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Realizar la confección de abrigos en alta costura para damas utilizando la tela Bayeta en la ciudad de Cochabamba.

1.4.2 Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización.
- Diseñar los figurines y las fichas técnicas embase al estudio de mercado.
- Desarrollar el proceso de confección en Alta Costura.
- Elaborar un plan de marketing para la comercialización del abrigo confeccionado con tela Bayeta.

1.5 Enfoque metodológico

La investigación tiene un objetivo y según este contextualizado se puede tener una investigación con enfoque cuantitativo, cualitativo, y mixto. Es determinante esta categorización ya que a partir del enfoque se emplean las metodologías apropiadas y se busca alcanzar las pertinentes comprobaciones, recomendaciones y conclusiones de un fenómeno particular, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

1.5.1 Enfoque cuantitativo

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. Otra de las características del enfoque cuantitativo es que se emplean experimentaciones y análisis de causa-efecto, también se debe resaltar que este tipo de investigación conlleva a un proceso secuencial y deductivo. Al término de la investigación se debe lograr una generalización de resultados, predicciones, control de fenómenos y la posibilidad de elaborar réplicas con dicha investigación, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

1.5.2 Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado. En este enfoque las variables no se definen con la finalidad de manipularse experimentalmente, y esto nos indica que se analiza una realidad subjetiva además de tener una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentos estadísticos. Este enfoque se caracteriza también por la no completa conceptualización de las preguntas de investigación y por la no reducción a números de las conclusiones sustraídas de los datos, además busca sobre todo la dispersión de la información en contraste con el enfoque cuantitativo que busca delimitarla. Con el enfoque cualitativo se tiene una gran amplitud de ideas e interpretaciones que enriquecen el fin de la investigación. El alcance final del estudio cualitativo consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

El modelo de enfoque de nuestro proyecto es multimodal. Que constará de la integración del enfoque cualitativo y cuantitativo. Por un lado, presenta un enfoque cualitativo porque este proyecto en primera instancia se utilizará para descubrir preguntas de investigación en lo que refiere preferencias al momento de vestir abrigos, si conocen de la tela Bayeta y sus beneficios en la ciudad de Cochabamba. Así poder precisar la situación ideal para nuestra colección de abrigos. Y en base a esta información poder determinar la nueva propuesta para vestir de la mujer Cochabambina. Por otro lado, el proyecto constará con un enfoque cuantitativo porque a través de la recolección de información propia provenientes de una muestra de la ciudad de Cochabamba se podrá probar la nueva propuesta a través de un análisis financiero para establecer los beneficios y costos que tendrá nuestra prenda.

1.6 Diseño de investigación

El diseño de investigación se define como los métodos y técnicas elegidos por un investigador para combinarlos de una manera razonablemente lógica para que el problema de la investigación sea manejado de manera eficiente.

El diseño de investigación es una guía sobre “cómo” llevar a cabo la investigación utilizando una metodología particular. Cada investigador tiene una lista de preguntas que necesitan ser evaluadas, (QuestionPro, 2021)

1.6.1 Descriptivo

Se procederá a adjuntar toda la información recolectada, para el desarrollo y la descripción de los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero del proyecto. Para cumplir con los objetivos, se organizó en una matriz de diseño metodológico los pasos a seguir en la Tabla 1.

OBJETIVO ESPECIFICO	UNIDAD DE ANÁLISIS	TIPO Y FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA DE ANÁLISIS
Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización.	Personas que habitan en el área geográfica de la ciudad de Cochabamba.	Información Primaria: Encuestas Entrevistas	Teoría de muestreo.
Diseñar figurines la colección de abrigos.	Taller de costura	Libros de figurines	
Desarrollar el proceso de confeccion en Alta Costura.	Proceso de confección.	Primario: Estudio de mercado. Secundario: Libro “Método teórico practico de corte y confección de vestido”	Corte y confección en alta costura.
Elaborar un Plan de Marketing para la comercialización del	Segmento de Mercado	Información Primaria: Estudio de Mercado Información Secundaria:	Marketing Variables de marketing

abrigo confeccionado con tela Bayeta.		Libros especializados	
---------------------------------------	--	-----------------------	--

Tabla 1. Matriz de Diseño Metodológico.

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

1.7 Población y muestra

Se define como el grupo que se está considerando para un estudio o razonamiento estadístico. Muchos estudios de investigación requieren grupos específicos para sacar conclusiones y tomar decisiones basadas en sus resultados. Este grupo de interés se conoce como una muestra. El método utilizado para seleccionar a los encuestados se conoce como muestreo.

El método de muestreo probabilístico aleatorio estratificado, consiste en la división de la población objetivo en diferentes grupos (estratos), y en la selección de muestras de cada estrato. Según *Hair, Bush & Ortinau*, consiste en la división de la población objetivo en diferentes grupos, llamados estratos, y en la selección de muestra de cada estrato.

Para determinar el tamaño óptimo de la muestra, se tiene el método de poblaciones finitas, como se muestra en la ecuación (1).

$$n = \frac{\sigma^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + \sigma^2 \times p \times q}$$

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Alta costura

Con orígenes que datan del París finales del siglo XIX, la “Haute Couture” que, traducida al español significa “Alta Confección” es la expresión más refinada de la moda. “La alta costura es la punta de lanza en términos de creación, un laboratorio fantástico de artesanía e innovación en el diseño”, dijo Ralph Toledano, presidente de la Federación de la Alta Costura y la Moda, a Vogue. “Es una tierra de libre expresión para los diseñadores, así como un constructor de imagen para las marcas”, (Indvik, 2020).

En 1858, año en que el diseñador británico Charles Frederick Worth, considerado por muchos historiadores de la moda como el “Padre de la alta costura” y como “el primer diseñador” estableció la primera casa de alta costura en el número 7 de la rue de la Paix, en París, (Indvik, 2020).

En 1868, año en que la Federación de la Alta Costura y de la Moda (FHCM, por sus siglas en francés) fue fundada. La FHCM promueve la cultura francesa de la moda y está a cargo de las semanas de la moda de hombre y mujer de París, (Indvik, 2020).

El término “Haute Couture” o alta costura, nació en París, Francia, ciudad que es considerada en la actualidad como la capital mundial de la moda. La Alta Costura se refiere a la creación de ropa a la medida y sobre pedido de cada cliente. La Alta costura no es un trabajo en serie. Estas prendas no solo son valoradas por la calidad de la tela si no por la complejidad de su confección y por esto son los precios elevados. En la actualidad se cuenta con un mundo de habilidades dentro del mercado, las cuales son útiles

para crear una inmensidad de diseños y variedad de estilos de prendas hasta donde nuestra imaginación sea capaz. Cuando creamos un diseño debe ser acorde a la ocasión en donde la prenda se va a utilizar, época del año y hora. También al momento de crear se toma en cuenta la complexión física de la persona que vaya a usar la prenda, (Indvik, 2020).

Tabla 2. Requerimientos en la Alta Costura

REQUERIMIENTOS	DESCRIPCIÓN
150	El número promedio de horas requeridas para crear un vestido simple o un traje de alta costura de principio a fin.
1000	El número promedio de horas necesario para crear una pieza que involucre bordados finos y otras decoraciones. El look 39 de la colección de alta costura Otoño/Invierno 2018 de Karl Lagerfeld para Chanel requirió casi de esta cantidad de tiempo para ser completado.
1600	El número de horas que tomó crear el vestido de boda de alta costura de Chiara Ferragni, firmado por Dior y diseñado por Maria Grazia Chiuri.
6000	El número de horas necesario para crear los vestidos de Alta Costura con los bordados más complicados y los decorados más extensos.
4	El tamaño del equipo dedicado a crear un solo atuendo de Alta Costura en Chanel; consiste en una première (costurera líder) y de tres costureras.
10	El número de pruebas que se pueden requerir para un vestido único con mucho bordado sea personalizado para una cliente. Los atuendos más sencillos, adoptados de los modelos de pasarela requieren menos pruebas –con frecuencia, sólo dos– y requieren de seis a ocho semanas para ser entregados. Algunas clientas de alta costura tienen un maniquí hecho con sus medidas, de modo que no es necesario que viajen a París para las distintas pruebas.
70	El número de costureras empleadas en el taller de Roma de Valentino; este número aumenta a 80 durante el período de la colección.
2200	El número de costureras calificadas para trabajar en Alta Costura alrededor del mundo. El colectivo recibe el nombre de les petite mains, que se traduce literalmente como ‘las pequeñas manos’.
2	El número de veces que las casas de moda presentan al año sus colecciones de Alta Costura. Las colecciones Primavera/Verano se presentan en enero, mientras que las colecciones Otoño/Invierno se presentan en julio.
16	El número de casas a las que se les permite legalmente utilizar el nombre ‘Alta Costura’. Para tener este derecho, cada miembro debe hacer por lo menos una prueba, presentar 50 looks al año y contratar una plantilla en un taller de París. Los miembros oficiales de la alta costura son: Adeline André, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Bouchra Jarrar, Chanel, Christian Dior, Franck Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Julien Fournié, Maison Margiela, Maison Rabih Kayrouz, Maurizio Galante, Schiaparelli y Stéphane Rolland.
4000	El número estimado de clientas de Alta Costura alrededor del mundo, que incluye a la reina Rania de Jordania así como a Debra L Lee, ex-CEO de Black Entertainment Televisión y ahora una de las directoras no ejecutivas del consejo de Burberry.
9000 a 1 millón	En euros, este es el costo de un vestido sencillo de alta costura a uno más elaborado. A diferencia del ready-to-wear, los vestidos de alta costura no tienen un precio fijo – en lugar de eso, el precio final implica un cálculo del costo de cada material así como del número de horas de trabajo involucradas.

Fuente: En base a (Indvik, 2020).

Charles Frederick Worth es considerado el padre de la Alta Costura, fue el primer diseñador de modas de la historia del que se tenga conocimiento, pues antes de él la moda se fundamentaba en los estilos de las cortes reales y los atuendos eran copiados por costureros anónimos que no tenían grandes conocimientos en este arte.

Worth además de ser el creador de la primera casa de Alta Costura, también fue el primero en firmar sus prendas. Sus diseños se caracterizaban por líneas sencillas, redujo la crinolina en las faldas y el exceso de tela que solían llevar en la parte de posterior resaltando así la figura femenina. A partir de su gran éxito, surgieron otras casas de modas, tales como Lanvin, Chanel, y Dior, etc.

En el año 1868 se reunieron los dueños de las casas de Alta Costura y crearon la “Chambre Syndical de la Confection et de la Mode” que dicho en español es un Sindicato que impedía la copia de los modelos y protegía sus negocios, (Indvik, 2020).

En el año 1910 se separaron la costura y la confección al fundarse la “Chambre Syndical de la Couture” (Cámara Sindical de la Alta Costura). En ese momento quedó establecido la diferencia entre la Alta Costura (originalidad), la media costura (no hacen desfiles, pero reciben clientes privados y compradores profesionales) y la pequeña costura (modistos tradicionales que hacen ropa a medida).

Para que una casa de moda pueda describirse como “Alta Costura” es necesario que cumpla los siguientes requisitos:

- Vender cada modelo de la colección no más de una vez en cada continente.
- Tener un taller empleando como mínimo 20 artesanos de tiempo completo.
- Exponer 2 colecciones al año, un mínimo de 35 modelos de día y noche por colección.

2.2 **Moda sostenible con fibras naturales**

Las fibras textiles naturales son la opción de la moda sostenible, también que las fibras naturales son una opción más sostenible que las sintéticas porque son un recurso renovable. La producción y cosecha de la mayoría de estas fibras requieren menos energía que la producción industrial de las sintéticas. Las plantas de las que provienen no emiten dióxido de carbono, por el contrario, lo absorben. Los residuos generados con su cosecha y procesamiento pueden ser utilizados en la creación de otros materiales compuestos para

diferentes industrias como la automotriz, la naval, la construcción o incluso para generar energía eléctrica. Además, las fibras naturales son 100% biodegradables y cierran sustentablemente el fin del ciclo de vida del producto, (Farias, 2017).

2.3 Diseñadores Bolivianos

Se puede mencionar a algunos diseñadores bolivianos más reconocidos en el exterior:

Daisy Wende: Es una diseñadora de modas boliviana, quien dio a conocer el nombre de Bolivia a nivel mundial. Nacida el 30 de agosto de 1929 en Inquisivi. Diseñó el vestido con el cual Lidia Gueiler se posesionó como la primera presidente mujer del país. Sus diseños incorporaban telas de aguayo, bayeta de la tierra y bordados tiahuanacotas, (Santa Cruz Moda, 2020).

Patricia Rodríguez: Animaba a su novio, ahora esposo, Iván Saba, allá por 2003, cuando decidieron que su pasión por las prendas de alpaca, se convirtieran en una empresa con todas las de la ley. Ellos nunca pensaron que ese sueño llegaría más pronto de lo pensado: en 2012, cuando la reina Sofía, en su visita a Bolivia, se llevó un abrigo de Artezzano, catapultando aún más la fama de los productos a nivel internacional. Ella también habla acerca de la imagen en el exterior de las telas y textiles bolivianos: “Sí, la gente sabe de la calidad de la tela andina, sobre todo Bolivia y Perú. También saben que tenemos buena mano de obra en sastrería y diseño, con confecciones ergonómicas. Las manos bolivianas son de lujo”, explica. De cualquier manera, la tela de alpaca utilizada es de Perú debido ya que en Bolivia aún no se logra un fieltro de calidad, (Los Tiempos, 2014).

Beatriz Canedo Patiño: Sinónimo de elegancia y refinamiento, La Casa de Diseño Beatriz Canedo Patiño se dedica a la confección de prendas de lujo exclusivamente en las fibras naturales de alpaca, llama y vicuña – combinando así lo más noble de la naturaleza con la más alta calidad.

Liliana Castellanos: La boutique de la diseñadora boliviana Liliana Castellanos, transportarte al mágico mundo de la alta costura en vivo.

2.4 Bayeta de la tierra

Esta palabra en su etimología es incierta, es conferida del italiano “baietta” y del francés antiguo “baiette”. Este vocabulario que alude a una tela, lienzo o tejido de lana poco espesa y tupida, (Definiciona, 2015).

La bayeta de la tierra para su confección en prendas de vestir tiene el siguiente procedimiento:

- Primero se trasquila las ovejas.
- Una vez esquilada la lana de llama u oveja, es descordada e hilada en rucas, luego se ovillan y se forman madeja para luego ser lavadas y teñidas.
- Lavado de la madeja de lana, con raíces de huari bayeta como detergente.
- Teñido de las madejas.
- Armado en telares verticales, hilando de 35 a 45 hebras, por vez, se pueden lograr piezas de hasta 10 metros por 40 cm de ancho.
- Para elaborar una chaqueta ,”ajsu” o calzoneta se precisa de 3 varas (2,4m) de bayeta de la tierra, las primeras llegan a tener un costo de bs 300.- en tanto los rebosos que usan las mujeres llegan a costar hasta bs.- 1000, (Escudero, 2019).

La producción de sargas, conocidas en pueblos y zonas rurales como bayetas o jergas, está por lo general a cargo de los varones que operan rústicos telares de pedal, resabio de los obrajes coloniales, aunque se conoce de mujeres que eventualmente las producen. La lana de oveja natural hilada a mano es el material más apreciado para esta producción, (Escudero, 2019).

2.5 El Abrigo

Antes de tener la función exclusiva de protección de las inclemencias que conocemos actualmente, en la antigüedad el abrigo permitía establecer la posición social de quien lo vestía. En la Edad media, solamente los nobles tenían el privilegio de llevar la hopalanda (nombre con que se designaba al abrigo en la Europa de los siglos XIV y XV.). Posteriormente, se convierte poco a poco en una prenda de vestir popular. A principios del siglo XIX, muchos abrigos de mujer se basan en la hechura de la levita. A partir de entonces se convierte en la prenda que conocemos en la actualidad con todas sus variantes y que vamos a conocer, (Vicen, 2013).

2.6 Evolución del abrigo a través de los años

Desde la Edad Media hasta la actualidad, los abrigos han pasado por muchos cambios estéticos. En la historia de la vestimenta siempre ha habido prendas exteriores pensadas explícitamente como prendas que cubren del frío: durante la Edad Media, en el norte de Europa usaban la “hopalanda”, una túnica larga confeccionada con muchos metros de tejidos pesados, como la verde que se ve en el cuadro de Jan Van Eyck, “El matrimonio Arnolfini”.

- Durante el siglo XVII, cuando la España barroca imponía la moda de Europa central, la prenda exterior por excelencia era el “ferreruelo”, una capa sin mangas y con cuello que sólo cubría los hombros, la espalda y una parte del pecho, llevada sobre el jubón de hombre y de mujer. Para el siglo XVIII el rococó francés dictó la moda de hombre y las casacas llevadas sobre el chaleco (los dos en la misma tela) eran la prenda exterior más común. Durante el siglo XVIII y el XIX las mujeres continuaron llevando capas al estilo ferreruelo adaptándose al volumen cambiante de los vestidos neoclásicos, románticos y de la belle époque de finales del XIX. Por su lado, la vestimenta del hombre se estableció finalmente en el terno tradicional, un traje sastre de tres piezas que ya incluía esencialmente un abrigo exterior (el saco del traje es la evolución de la casaca del siglo XVII), sólo variaron los largos.
- Desde la Revolución Francesa, la moda femenina comenzó a masculinizarse con el “redingote”, por eso a principios del siglo XX no era raro que las mujeres llevaran prendas tipo saco sobre los vestidos. Después de la Primera Guerra Mundial, las telas se volvieron muy baratas en Europa y se comenzaron a llevar abrigos largos tipo capullo en terciopelo con cuellos y remates en pieles de animales que definieron el estilo de la era del Jazz.
- Durante los 30 y 40, entre una depresión económica y la Segunda Guerra Mundial, los abrigos se volvieron austeros de materiales y formas; los abrigos de los soldados (gabardinas, o trench coats en inglés, porque se usaban en las trincheras...) comenzaron a llevarlos las mujeres como prendas que podrían usarse durante varias temporadas sin reemplazarlas y se ajustaban en la cintura haciendo una figura de reloj de arena. Greta Garbo hizo popular este look. En los 40 los uniformes militares influenciaron la ropa de las mujeres creando abrigos rectos y con hombros cuadrados y rígidos.

- Los 50 vieron abrigos de medio largo con botones grandes y mangas muy amplias. Estas prendas además servían como ropa de maternidad durante el baby boom.
- Durante los 60, el estilo de Jackie Kennedy puso de moda los abrigos sastre muy conservadores y con estructura que combinaba con sus accesorios. Hacia finales de esta década, Cristóbal Balenciaga hacía lo que quería con sus abrigos y produjo verdaderas esculturas como nunca antes se habían visto.
- Los abrigos con grandes cinturones fueron populares en los 70 como una prenda fuerte y atrevida, rematada con lana de oveja. Dicho estilo lo popularizó Diane Von Furstenberg con sus primeros wrap dresses. La película *Almost Famous* del 2000 se sitúa en esta época y el vestuario es un gran ejemplo de estas modas.
- Durante los 80 la moda de las mujeres cambió drásticamente: pasaron por las chamarras de mezclilla con grandes hombros, las de acid-wash y luego por las primeras chamarras de esquiar, capitoneadas y con colores brillantes en color-blocking de poliéster o nylon.
- Los 90 fueron más conservadores gracias a series como *Seinfeld*, que mostraban a una mujer más madura y sofisticada que usaba abrigos y gabardinas largas y en colores neutros.
- Los “dosmiles” tuvieron la influencia del hip hop y hubo una explosión de sportswear en donde, una vez más, las chamarras brillantes y rellenas de plumas se pusieron de moda.
- En nuestra década de tendencias fugaces, una mujer puede llevar una UNIQLO capitoneada de nylon y luego una elegantísima de lana con aplicaciones de faux-fur de Topshop en el mismo día. Así es la moda hoy en día, democratizada y con muchas opciones, pero la funcionalidad sigue siendo la base del diseño y, entre miles de estilos, materiales y cortes, el abrigo aún tiene un sólo propósito: ¡mantenernos calientitos!, (DMX32, 2018).

2.7 Tipos de abrigos

A continuación, se describe los 10 tipos de abrigos que se deben conocer.

- *Gabardina*: Trench, trenchcoat y en España, la gabardina de siempre. Algunas son entalladas y otras asimétricas, pero en todo caso nunca pasan de moda. Si debes

quedarte con un color para tu trench, que sea el beige, ya que combina con todo. Un look ideal para días de lluvia o como abrigo de entretiempo

- *Anorak*: Típico de los países en los que hace más frío, el anorak es impermeable y normalmente tiene capucha. Puede convertirse en una prenda llena de estilo siempre que se combine bien, y suele llevarse a medio abrochar.
- *Blazer*: Se diferencia de la americana en que esta es más formal, mientras que el blazer resulta más casual.
- *Abrigo marinero*: Tal como se podría imaginar, el abrigo marinero es el clásico azul, con solapas de medio tamaño y botones en color dorado. Se trata de una prenda que trasciende al tiempo, por lo que se gana un hueco en gran cantidad de armarios temporada tras temporada.
- *Biker*: Con el corte a la cintura y de cuero negro, pero a partir de ahí, la libertad en esta prenda es absoluta. De hecho, suele reinventarse para ser una prenda adecuada en looks de todo tipo, pudiendo ser más roquera, más punk, lisa, etc.
- *Chubasquero*: El impermeable debe ser una prenda innegociable en esos días en los que las nubes se tiñen de oscuro y el cielo se convierte en una amenaza. Y si en esta temporada las botas y los pantalones se llevan de plástico, los abrigos no iban a quedar atrás. En esta temporada, el chubasquero lleva ciertos cortes que resultan más propios de una gabardina.
- *Cárdigan XXL*: Muy ligero y largo, pero si puede ser ancho, mejor aún. Se trata de una evolución del cárdigan de punto, pero en la versión XXL no tiene por qué elaborarse necesariamente con este tejido.
- *Chaqueta de campo*: Fue diseñada en origen para las fuerzas armadas, y aunque suele ser verde oliva, también se puede encontrar en los colores que son tendencia. Lo más común es que tenga una capucha escondida debajo del cuello, y es bastante socorrida en entretiempo.
- *Abrigo furry*: El abrigo furry lleva ya varias temporadas formando parte de los armarios de las personas que más aman la moda, con su pelo suave y caliente. Se puede llevar en versión abrigo o también como chaquetón, con colores vivos y estampado animal.
- *Capa*: Finalmente encontramos en esta lista las capas, que en su vertiente más clásica se posan cuidadosamente sobre los hombros y llevan algún enganche para cerrarlas.

Por su parte, las más actuales toman la forma de un abrigo, y aberturas que permiten sacar los brazos, (Pozuelo, 2019)

2.8 Pasos para la elaboración de un abrigo

Para elaborar los abrigos se deben seguir los siguientes pasos.

2.8.1 Figurín

Un elemento básico de trabajo en la moda es el figurín. Se trata de un dibujo o ilustración, que representa una figura humana a escala reducida, usado como modelo para hacer trajes y adornos de moda. Éste se emplea para tener una representación gráfica del modelo plasmando la inspiración de una creación.

2.8.1.1 Tipos de Figurín:

El figurín creativo es una herramienta de expresión del diseñador. Mediante el mismo registra de forma rápida y ágil sus ideas para una colección. Lo emplea para expresar una idea y un estilo. Por lo que éste es una representación del modelo estilizado, expresiva, con movimiento y color.

El figurín técnico ha de conservar las proporciones del cuerpo y siempre se representa con el delantero y el trasero de la prenda. De tal manera que tanto técnicos, como compradores y fabricantes tengan una visión detallada de cómo ha de ser la prenda.

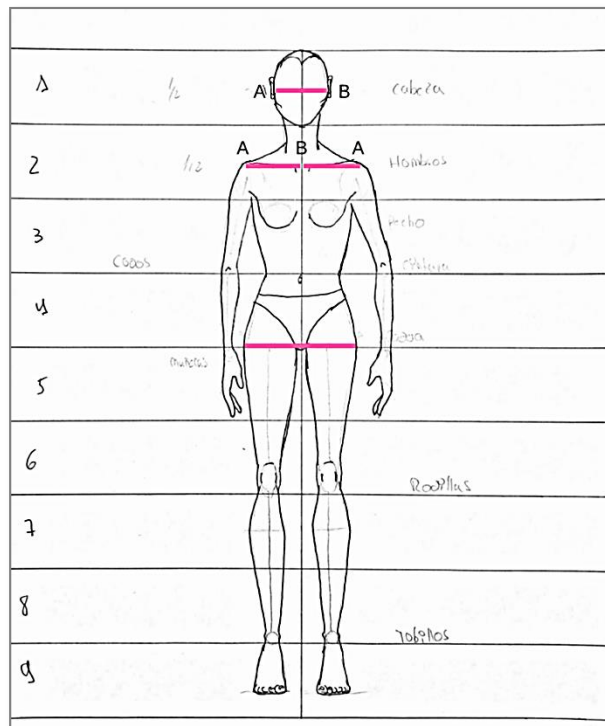
2.8.1.2 Pasos para para crear un figurín:

Los pasos para la crear un figurín son los siguientes:

- La cabeza es 1/8 parte del cuerpo humano y, por tanto, un módulo. Cada módulo tiene la misma medida de ancho, da igual si le damos 2 cm, 3cm. La cuestión es que, si damos 2 cm, todos deben de tener un ancho de 2 cm.
- La anchura de las sienes determina la anchura del hombro desde la base del cuello hasta la articulación (AB= ABA).
- El eje central divide la figura perfectamente por la mitad en la vista frontal y recta.
- La anchura de los hombros es igual a la pelvis o cadera.

- Los hombros se representan mediante una esfera (las articulaciones en general se representan por esferas, más grandes o pequeñas según la articulación del cuerpo que representa).
- El codo se corresponde con la cintura. La muñeca con el pubis, en el canon moda se sitúa bajo la ingle debido al acortamiento de la pelvis y la mano con la mitad del muslo.
- La longitud de los muslos es igual a la de las piernas.
- La longitud del pie equivale a algo menos de un módulo. El pie está ligeramente inclinado. Podemos hacerlo apoyado entero sobre el suelo, y ocuparía menos aún, (Colomera, 2018).

Imagen 1. Figurín Básico (9 cabezas)



Fuente: www.alejandracolomera.com

2.8.2 Paleta de Colores

Un diseñador debe conocer las sensaciones que producen los colores. Tanto si se dedica al mundo de la moda, como al diseño industrial, gráfico, si es un decorador. La elección condicionará la percepción que se tenga de su producto o creación final.

El color nos estimula, nos da energía, nos alegra, nos pone tristes, nos agobia, nos da sensación de calor o de frío, de frescura, de contacto con la naturaleza., Sin embargo, a pesar de pertenecer a un grupo determinado, un color puede dar la sensación contraria, según la proporción de mezcla que lleve de otros colores.

Desde el año 1960, aproximadamente, varios grupos de especialistas se reúnen para escoger esos colores que se convertirán en tendencias de moda. Por ejemplo, dentro de la empresa PANTONE (fundada en New Jersey en 1962), directivos y unos 40 expertos, que realizan una investigación sobre películas que se están rodando, videoclips, arte, colores importantes en ese momento para grandes empresas. Juntos escogen una familia de color, hasta llegar a un color concreto, al que le dan nombre. Esta elección influirá no sólo en Moda, sino también en las imágenes corporativas de muchas empresas, en publicidad, maquillaje, equipaciones deportivas

Cuando la gente quiere saber qué tendencias vendrán para las próximas temporadas, ¿qué suele preguntar en primer lugar? “¿y qué colores se van a llevar esta temporada?”. Eso da una respuesta a la importancia de la selección de colores.

Sin embargo, no es algo obligatorio. Como creador, es tu elección seguir tendencias o utilizar los colores que te apetezcan, en función de tus gustos, de tu imagen de marca, de las preferencias de tus clientes, de cómo te sientas en el momento de crear, (Cruz, 2019).

La paleta de colores que se muestra en la Imagen 2, está basada en datos adquiridos en base a las encuestas realizadas a mujeres de 26 a 40 años de edad y también en la textura de la tela. Los colores oscuros crean un efecto íntimo, dan la impresión de poder, elegancia, riqueza y majestuosidad. Estos transmiten la sensación de seriedad, calma y madurez.

Imagen 2. Paleta de colores hacia los colores tierra



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

2.8.3 Toma de medidas

El corte, la prueba, la costura, todo, en fin, tiene como base fundamental, las medidas. Por lo tanto, antes de emprender el estudio del trazado de las prendas, es forzoso conocer:

- a) Qué clase de medidas debemos emplear.
- b) Cómo se deben tomar esas medidas.

Estudiaremos el primer punto. Se dividen los cuerpos en grupos, denominados comúnmente "tallas", y tomando como base las medidas pertenecientes al "tipo" de una "talla" cualquiera, se calcula que a su medida de busto por ejemplo corresponde esta otra de largo, tal de manga, cual, de cuello, etc.

No se considera que, si bien es cierto que en todo cuerpo humano se hallan determinadas proporciones relacionadas entre sí, también existen diferencias de tal modo apreciables que hacen difícil encontrar aun dentro de la misma "talla", uno igual a otro; y que, además, no hay por qué ir a la prueba a cortar sobre el cuerpo la prenda de vestir.

Dicha teoría ha quedado relegada al uso de las roperías y casas de confección que pretenden sencillamente poner a la venta prendas de vestir que sirvan "más o menos bien" a los probables compradores según su "talla". Y aun puede verse cómo lo presentan ciertas casas progresistas, dentro de esas mismas tallas, diversas variedades de conformación de la figura, reconociendo el principio enunciado de evidente desigualdad de los cuerpos, Cuadros de esas medidas proporcionales, escalonadas en diferentes tamaños, que confección en serie.

En lugar de basarnos en el cálculo de sus proporciones teóricas, lo hacemos directamente sobre sus dimensiones anatómicas. No deducir empíricamente lo que se puede obtener apoyándose en la realidad misma; es decir medidas exclusivas de cada cuerpo, de cada figura.

Cuando estas medidas exclusivas han sido tomadas y aplicadas con exactitud, siguiendo las instrucciones contenidas en esta obra, puede asegurarse que es sumamente fácil cortar una prenda tan perfecta mente que no sea preciso hacer en ella ni el más ligero retoque en las primeras pruebas.

Amoldándose fielmente a los procedimientos aconsejados en este método, el trabajo se tornará agradable y se hará con rapidez y seguridad. Además, empleando esta técnica, fruto de lo que ya se ha dicho, de largos años de estudios y experiencia, realizarán una economía

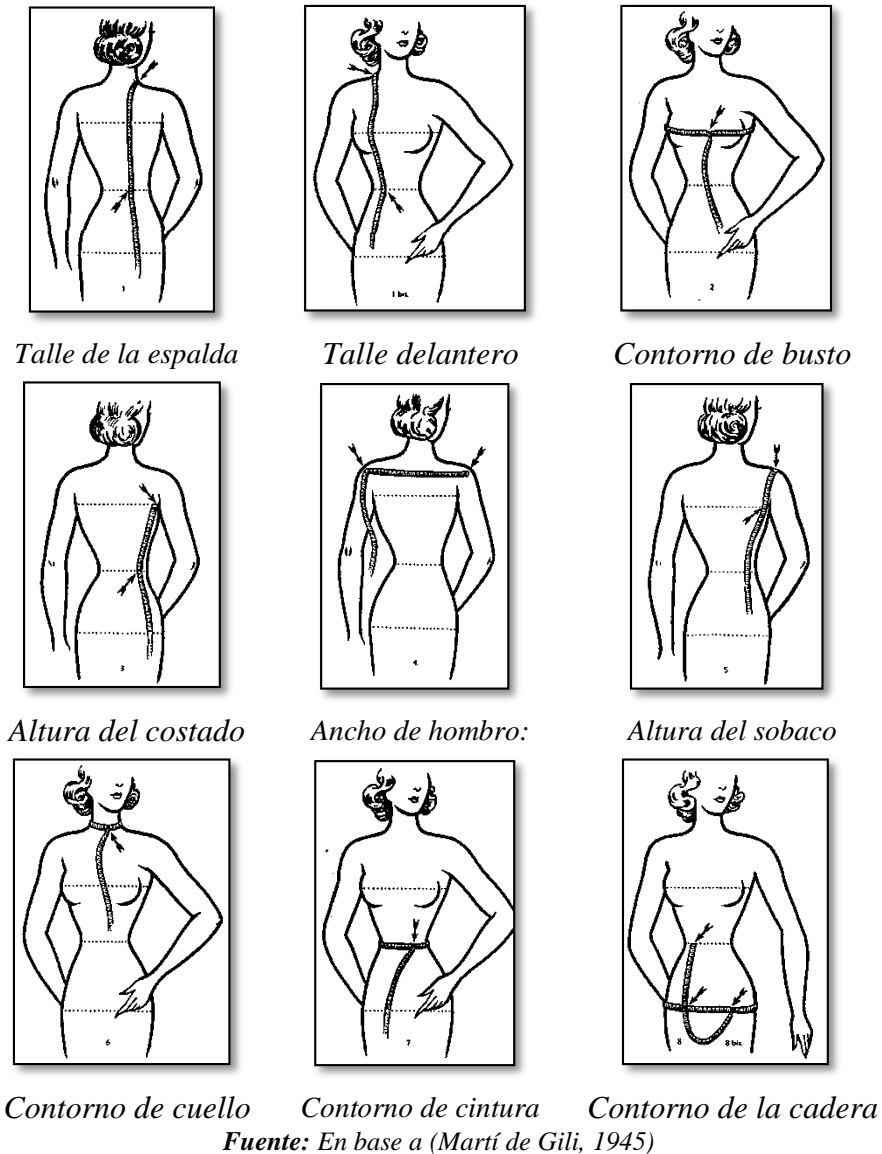
apreciable en las telas, evitando los derroches innecesarios. Esto se consigue cortando primeramente los patrones con la exactitud que presta saber hacer las cosas y colocándolos después sobre el género de la manera más conveniente para conocer las combinaciones que pueden lograrse para ahorrar la tela y el tiempo.

Hemos de insistir, sin embargo, en que todo puede malograrse si se deja de otorgar a las medidas toda la importancia que revisten.

Las medidas deben siempre tomarse por el lado derecho de la persona a quien se trata de vestir. Esta se hallará de pie y en posición natural.

- *Talle de la espalda:* Esta medida se toma desde el hombro, junto al cuello, dejando caer la cinta métrica con naturalidad y en línea recta hasta la cintura.
- *Talle delantero:* se tomará partiendo del mismo lugar que la anterior, pasando por la parte más saliente del pecho, para terminar en la cintura.
- *Contorno de busto:* tómesese esta medida alrededor del busto pasando la cinta de medir por la parte más saliente del mismo, cuidando no caiga por la espalda, sino que se mantenga horizontal en todo el contorno y procurando no tomarla muy ajustada.
- *Altura del costado:* esta medida deberá tomarse en línea recta, perpendicularmente, desde la altura del sobaco hasta la cintura.
- *Ancho de hombro:* Se llevará la cinta de medir en forma bien horizontal, desde la articulación del hombro izquierdo a la del derecho, cuidando que no quede floja.
- *Altura del sobaco:* esta medida se toma por la parte de atrás desde el hombro hasta la altura del sobaco, colocando la cinta métrica verticalmente.
- *Contorno de cuello:* Esta medida debe tomarse alrededor de la base del cuello.
- *Contorno de cintura:* Se tomará pasando la cinta métrica alrededor de la cintura, procurando no tomarla demasiado ajustada.
- *Contorno de la cadera:* tómesese holgada por la parte más saliente y después de anotada la medida, apúntese en la parte correspondiente la altura de la cintura a la cadera que resulte a unos veinte centímetros y anótese en los ocho bises.

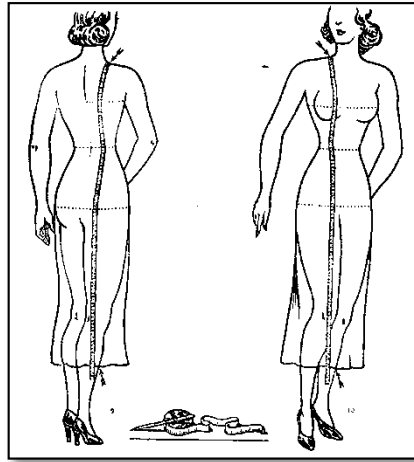
Imagen 3. Toma de Medidas.



2.8.3.1 Medidas de largo para traje entero

- *Largo de atrás:* se toma desde el hombro pasando la cinta métrica ligeramente apoyada a la altura de la cintura y dejándola caer hasta el largo conveniente.
- *Largo delantero:* desde el hombro pasando por encima del pecho y apoyándola en la cintura hasta el largo deseado.

Imagen 4. Medidas de Largo.



Largo de atrás - Largo delantero

Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

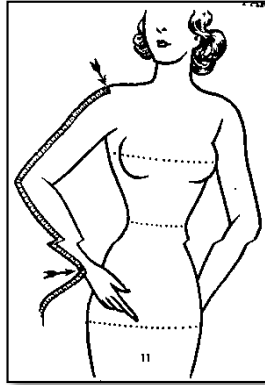
2.8.3.2 Medidas de manga

Las mangas constituyen la parte del traje que más evoluciona dentro de la moda y que ofrece más variaciones, ya sea interpretando estilos clásicos u otros de corte artístico; muchas de ellas, al presentarse la moda por primera vez, ofrecen un verdadero problema a las modistas que se han formado sin una sólida preparación teórica de lo que es corte y confección. Por eso motivo presentamos una completa variedad de estilos, con cuyo estudio puede cualquiera formarse una idea general para cortar toda clase de mangas correspondientes a la moda actual o venidera.

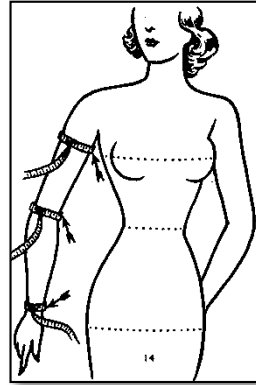
Al entrar de lleno al estudio de las mangas, creemos necesario hacer algunas observaciones, ya que se trata de un elemento que, por su variedad de formas y los cambios continuos de la moda, merece una atención especial, (Martí de Gili, 1945).

- *Largo total:* esta medida se toma desde el hombro pasando por el codo hasta la muñeca colocando la cinta métrica en forma natural
- *Contorno de brazo, codo, muñeca:* Estas tres últimas medidas deberán tomarse un poco holgadas.

Imagen 5. Medidas de Manga.



Largo total



*Contorno de brazo, codo,
muñeca*

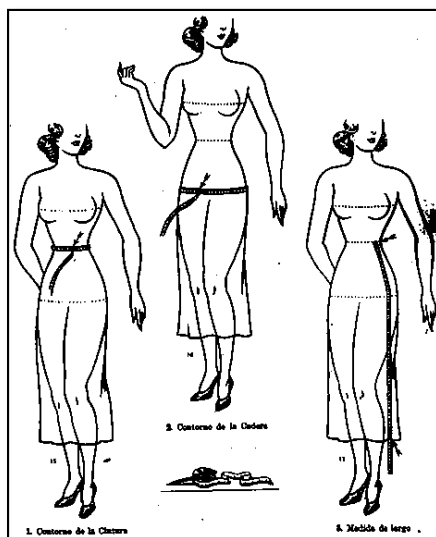
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.3.3 Medidas para la falda

- *Contorno de cintura:* esta, esta medida se tomará pasando la cinta métrica con naturalidad alrededor de la cintura
- *Contorno de la cadera:* tomase holgada por la parte más saliente y después de anotada la medida apúntese también en la parte correspondiente la altura de la cadera que resulte a unos veinte centímetros

Se debe tener presente que la toma de medidas es un proceso muy importante para la posterior elaboración de los patrones, puesto que será la base de las proporciones, (Martí de Gili, 1945)

Imagen 6. Medidas de Manga.



1. Contorno de cintura
2. Contorno de la cadera
3. Medida de largo

Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.4 Patronaje

En la producción de una colección tras el diseño de las prendas llevamos a cabo el patronaje de las mismas. El patronaje es un dibujo en plano de la prenda que sirve de plantilla para luego trasportarlo a la tela con la que procederemos a confeccionar la prenda final. Dentro del patronaje podemos diferenciar entre el patronaje a medida y el patronaje industrial.

El objetivo de patronaje a medida es vestir a una persona determinada. Para ello se toman las medidas directamente sobre la persona y se hace un análisis de su configuración. Tenemos que ver si es proporcionada o por el contrario presenta alguna desproporción. Según su configuración podemos clasificarla en una silueta: Triangulo, triangulo invertido, reloj de arena, ovalada o recta.

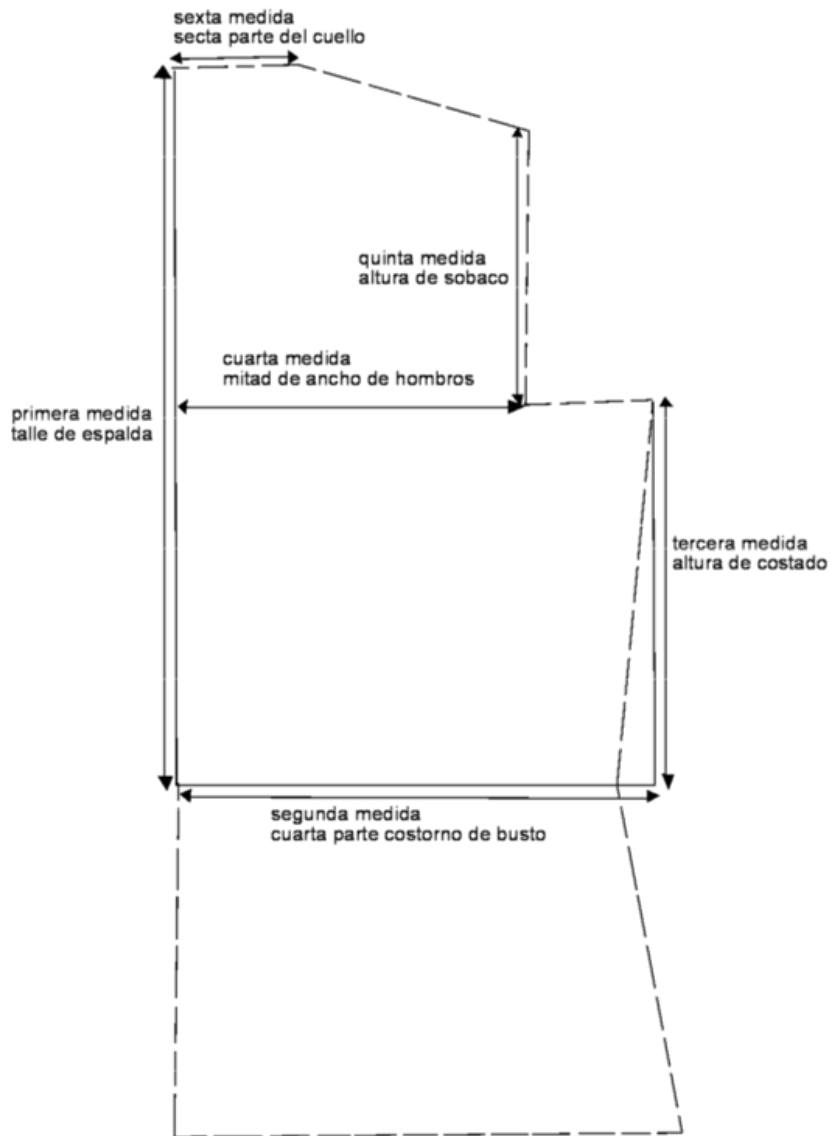
Según su silueta se diseña la prenda para que se sienta favorecida. A partir del diseño se hace un patrón y cómo se trabaja a medida se dejan unos márgenes de costura más amplios. Estos márgenes permitirán hacer en la prenda una compostura si fuese necesario más adelante, (Andrespert, 2020).

2.8.4.1 Trazado patrón espalda

A continuación, se detalla el orden y aplicación parcial de cada medida para dibujar el patrón base hasta la cadera.

- *Espalda:* A fin de no hacer cálculos en los casos en que se aplican fraccionadas las medidas que se han tomado, puede doblarse la cinta métrica tantas veces cuantas sea necesario según la fracción que deba emplearse. Se empezará por trazar las líneas que aparecen en el presente dibujo, sin alterar el orden que se indica, aplicando las medidas con rigurosa exactitud y procurando que los ángulos resulten bien rectos.
- *Talle de la espalda:* Primera línea. Trácese una línea vertical, dándole como largo la medida del Talle de la Espalda.
- *Contorno de busto:* Segunda Línea. En el extremo inferior de la línea del Talle, y en el ángulo recto, se trazaré otra horizontal sobre la que se aplicará una cuarta parte de la medida de Contorno del Busto.
- *Altura de costado:* Tercera línea. Donde termina la medida de Contorno del Busto, se levantará una perpendicular que tendrá como longitud la medida de Altura del Costado.
- *Ancho de hombro:* Cuarta línea. Desde la línea del Talle de la Espalda, con la misma elevación desde su extremo inferior que la línea de Altura de Costado y en dirección a ella, aplicará la mitad de la medida de Ancho de Hombros.
- *Altura de sobaco:* Quinta línea. A la terminación de la medida de Ancho de Hombros se trazaré una perpendicular que habrá de tener la medida de Altura del Sobaco.
- *Contorno del cuello:* Sexta línea. En el extremo superior de la línea del Talle se medirá, en dirección horizontal, una sexta parte del Contorno del Cuello. Para obtener esta última medida sin cálculos, se dobla la cinta métrica por la mitad de la medida tomada y se vuelve a doblar nuevamente en tres partes iguales para aplicarla finalmente al dibujo.

Imagen 7. Trazado de Patrón Espalda 1.

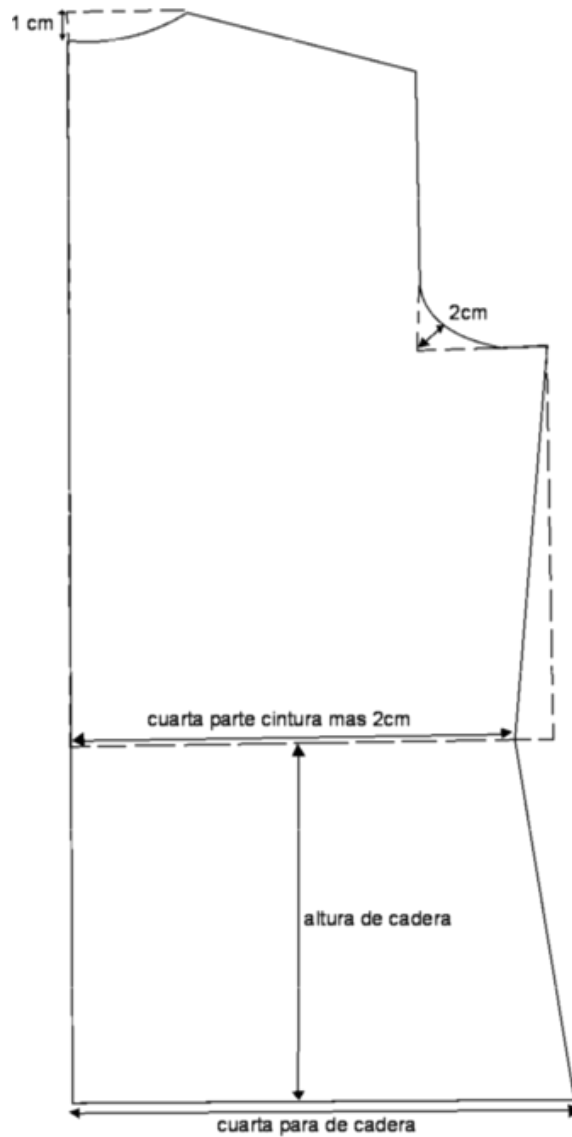


Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

- Unir por medio de una línea inclinada, el punto del cuello con el del sobaco.
- Trazar la curva del cuello bajando un centímetro.
- Dibujar la curva del sobaco según se indica en el presente dibujo.
- Aplicar la cuarta parte de la medida Contorno de la Cintura, más 2 centímetros.
- Prolongar la línea del talle hasta la medida de Altura de la Cadera y a su terminación trazar una horizontal, dándole la cuarta parte de la medida de Contorno de la Cadera.
- Formar el entallado trazando las líneas de costado, uniendo los puntos de sobaco, cintura y cadera.

- *Contorno de la cintura:* Se aplica la cuarta parte de esta medida más 2 cm.
- *Contorno de la cadera:* Aplíquese a la altura de la medida 8bis la cuarta parte de la medida de contorno de la cadera.

Imagen 8. Trazado de Patrón Espalda 2.



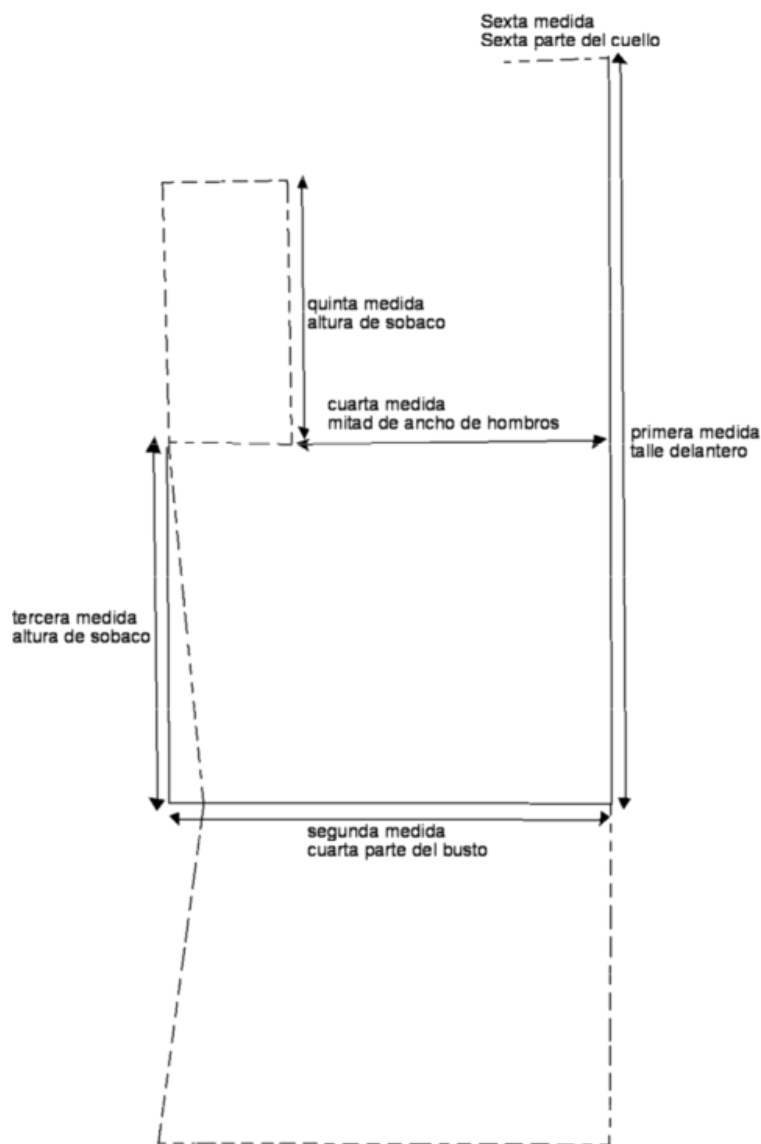
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.4.2 Trazado patrón delantero

Para realizar el dibujo para el Delantero, hay que tener presente las siguientes instrucciones:

- Se trazará una línea vertical que tenga de largo la medida del Talle de Adelante, 1 bis, y continuando el dibujo, se irán aplicando las demás medidas en la misma forma y orden que se ha hecho con el patrón de la Espalda, pero en este caso del lado inverso.
- Una vez aplicadas en el dibujo todas las medidas correspondientes, se prolongará la línea de la medida de Altura del Costado hasta que esté al mismo nivel de la medida de Altura del Sobaco, y uniendo las dos medidas por medio de una línea, tendremos un rectángulo que servirá de base para el trazado de la línea del hombro y la curva del sobaco.

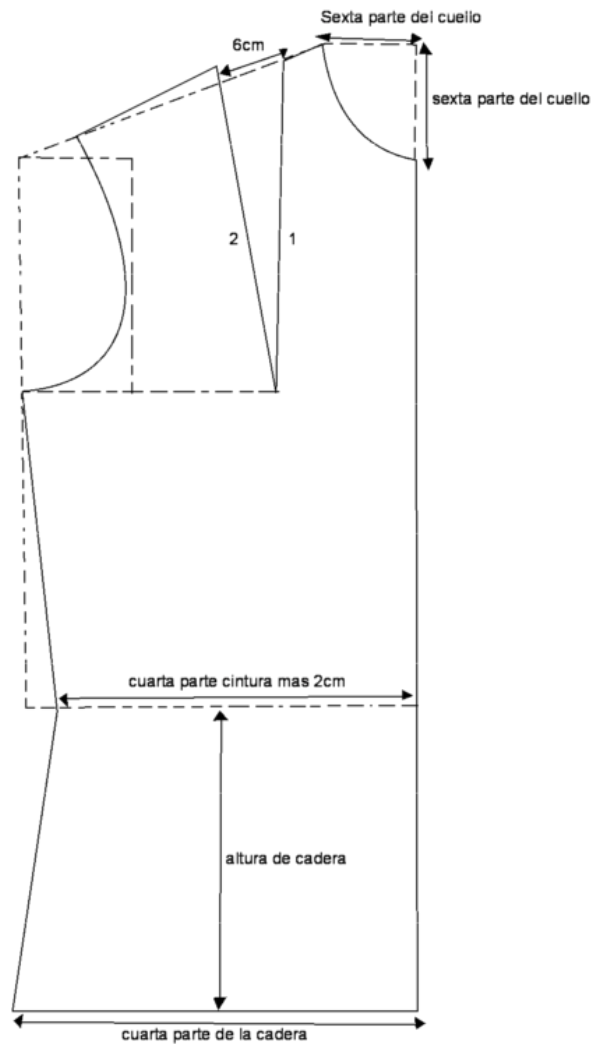
Imagen 9. Trazado de Patrón Delantero 1.



Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

- Terminación del patrón del Delantero, trazado del escote del cuello, pinza, curva del sobaco y aplicación de las medidas de Altura de la Cadera, Contorno de la Cadera y Con torno de la Cintura.
- Trácese una línea inclinada que unirá el rectángulo del sobaco con la línea horizontal del escote del cuello y en la línea vertical del ángulo superior derecho, se aplicará otra sexta parte de la medida de Con torno de Cuello más dos centímetros y se trazará una curva para unir los puntos de las dos sextas partes.
- Para dibujar la pinza, prolongue se la línea de la parte inferior del rectángulo hasta el centro de las líneas de Altura del Sobaco y Talle de Adelante y a su terminación trácese una línea recta hacia el hombro a unos tres centímetros del escote del cuello, y tendremos la línea de pinza N° 1; déjense de 6 a 10 centímetros para la pinza, según el des arrollo del seno y trácese la línea de pinza No 2, dándole el mismo largo de la línea de pinza N° 1.
- Continúese la línea del hombro dándole el mismo largo que tenga la parte del hombro del patrón de la espalda.
- Trácese la curva de la sisa sepa rada un centímetro de la línea de Altura del Sobaco, y a unos dos centímetros del ángulo, como está indicado en el dibujo.
- Aplíquese la cuarta parte de la medida Contorno de la Cintura más 2 centímetros.
- Prolónguese la línea del talle y aplíquense las medidas de Altura de la Cadera y Contorno de la Cadera.
- Fórmese el entallado trazando las líneas de costado, uniendo los puntos de sobaco, cintura y cadera.

Imagen 10. Trazado de Patrón Delantero 2.



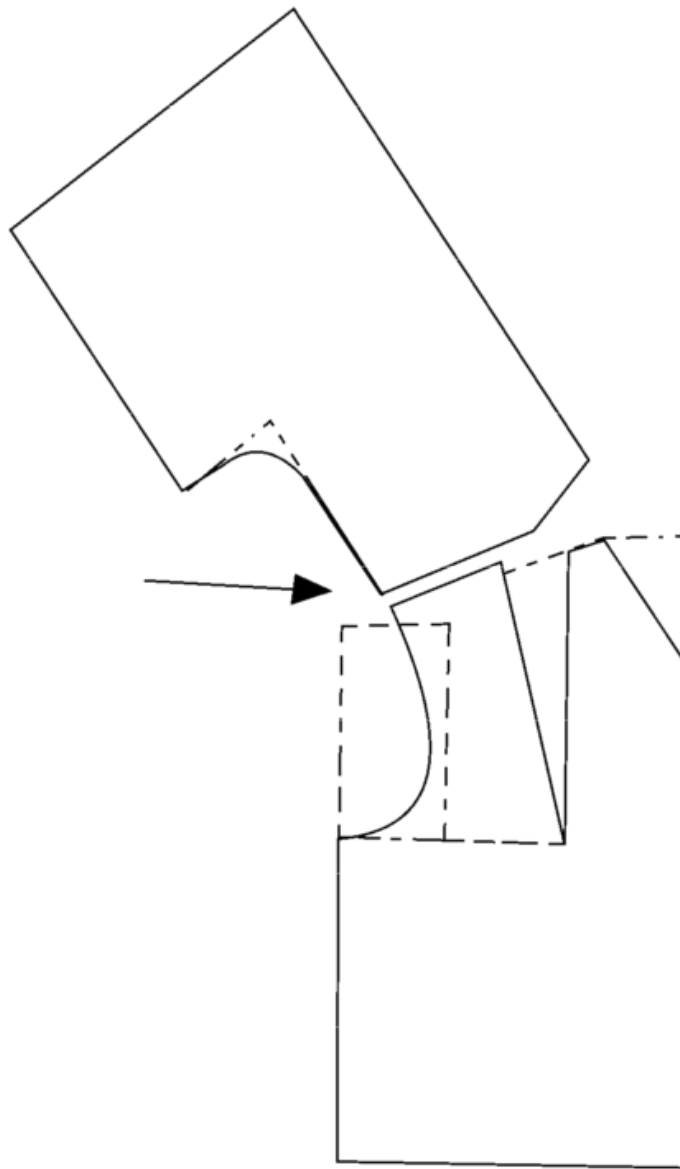
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.4.3 Trazado del hombro

A continuación, se presenta la demostración del modo de aplicar la distancia del hombro en el Delantero.

- Después de dibujada la pinza, se traza la línea del hombro, dándole como ancho el mismo que tiene el del patrón de la Espalda.
- Una vez que se haya hecho coincidir la Espalda con el Delantero, se cierra la pinza y se formará una sola línea con el resto del hombro.

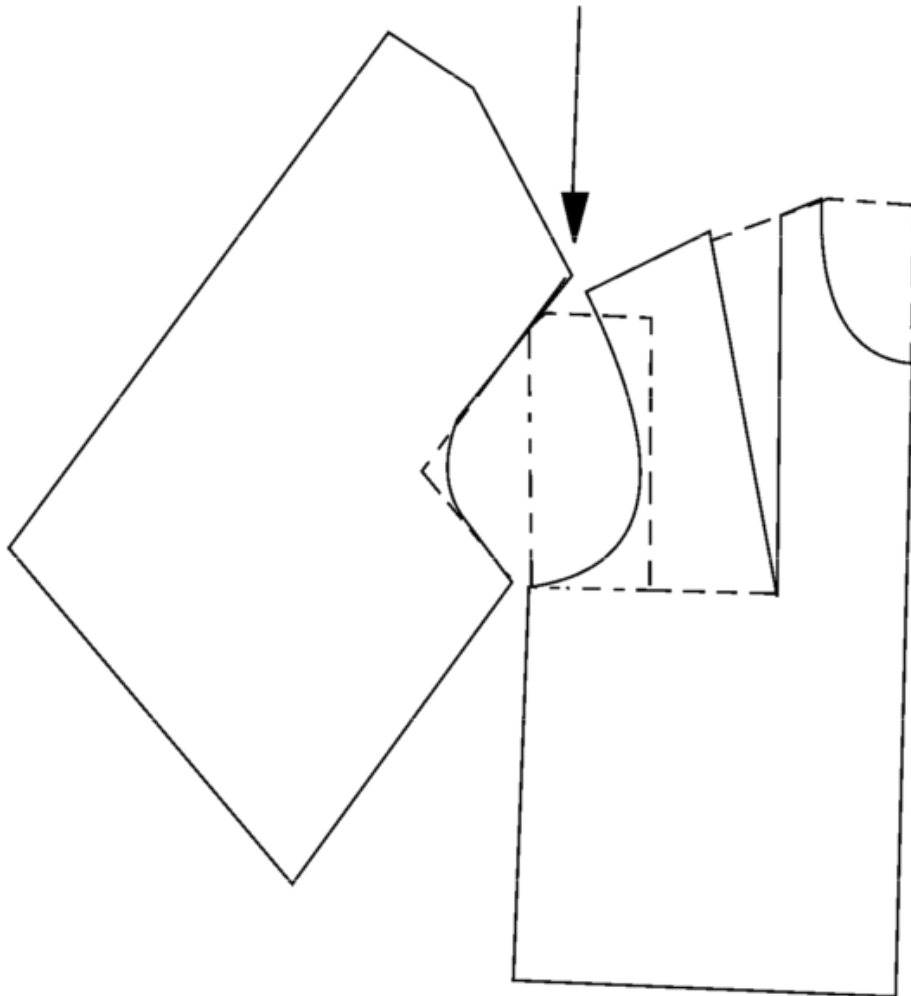
Imagen 11. Trazado de Hombro.



Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

- Para armonizar la curva del sobaco en el delantero, se unirá en el patrón de la Espalda por los puntos de altura de costado, procurando que coincidan en la altura de los hombros. En caso de que no fuera así se bajará o subirá la línea del hombro del delantero
- Si las medidas han sido bien tomadas, los patrones de base quedarán perfectamente amoldados al cuerpo.

Imagen 12. Trazado de Amoldado.



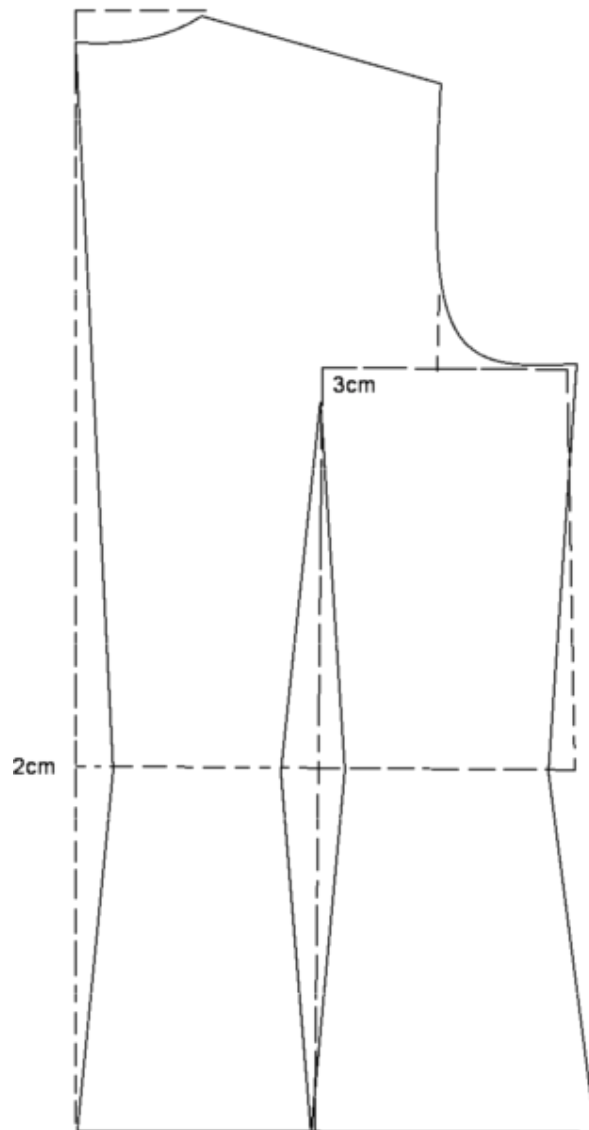
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.4.4 Trazado de pinzas en patrón base

A continuación, se muestra el patrón base entallado con pinza en la cintura.

- *Espalda:* Este patrón se dibuja como el molde base de la blusa, con la diferencia de que se entalla por medio de pinzas. Para ello se entrarán dos centímetros en la parte de atrás, uno o dos en el costado según la medida de cintura, y con el sobrante de la cuarta parte de la medida Contorno de la Cintura, se formará una pinza en el centro

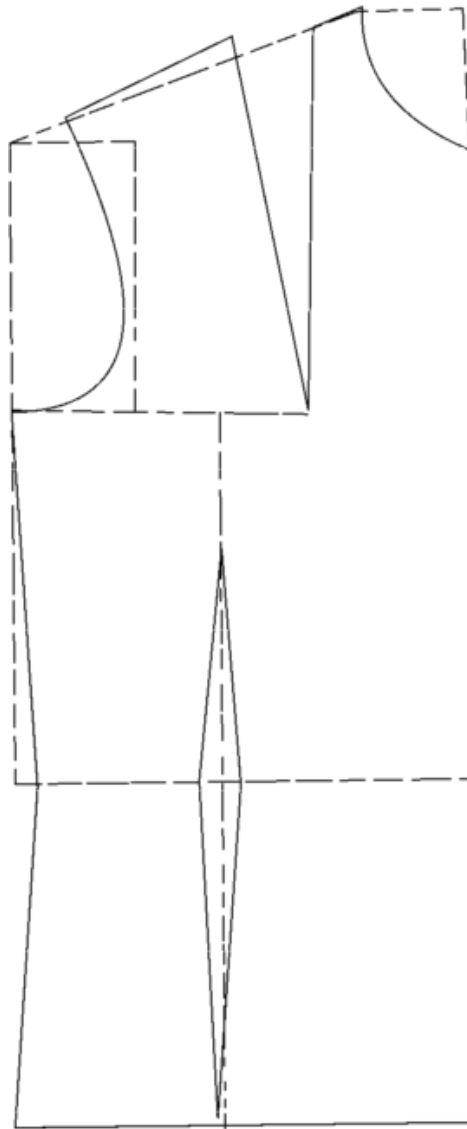
Imagen 13. Patrón Base Espalda Entallado con Pinza.



Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

- *Delantero:* Dibújese este patrón en la misma forma que la espalda, Fórmese la pinza de la cintura con el espacio sobrante de la cuarta parte de la medida de Contorno de la Cintura

Imagen 14. Patrón Base Delantero Entallado con Pinza.



Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

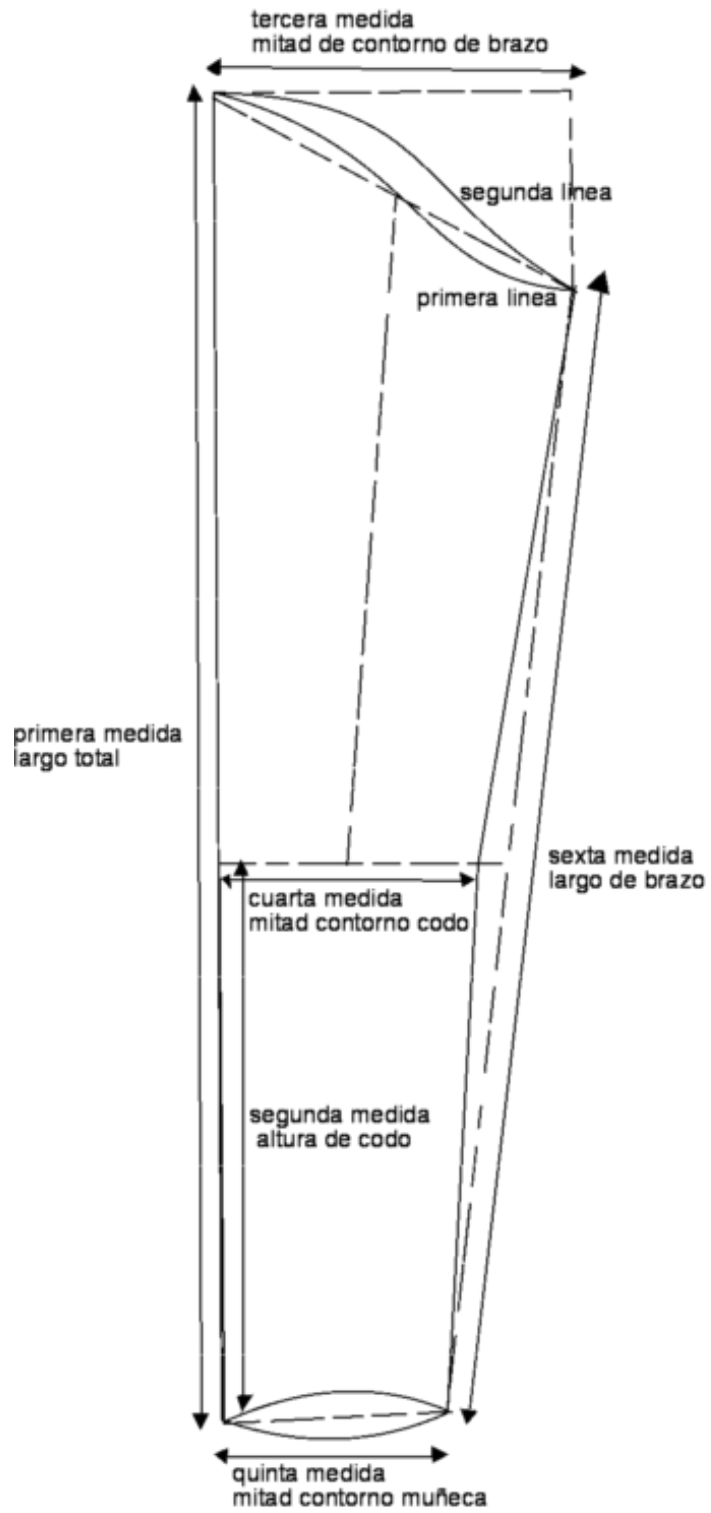
2.8.4.5 Patrón base para manga

A continuación, se detallan los pasos para trazar el patrón base para la manga:

- *Primera medida:* trácese una vertical dándole como longitud la medida de largo total.
- *Segunda medida:* aplíquese, desde el extremo inferior de la misma línea, la medida de altura del codo.

- *Tercera medida:* en la parte superior, trácese una horizontal que tenga la mitad de la medida de contorno del brazo; en su extremo bájese una vertical de unos 15 centímetros.
- *Cuarta medida:* a la altura del codo, hágase otra línea horizontal y márquese la mitad de la medida de contorno del codo.
- *Quinta medida:* En la parte inferior trácese también una horizontal, en la que se aplicará la mitad de la medida de Contorno de la muñeca.
- *Sexta medida:* Desde el punto de la muñeca, pasando por el del codo y apoyándose en la línea vertical, se pondrá la medida de largo por debajo del brazo.
- Desde el punto de la medida Largo por debajo del Brazo, trácese in línea que une las medidas contorno del codo y contorno de la muñeca. La parte superior de esta línea se une por una inclinada con el punto superior del ángulo izquierdo. Hágase otra línea en el centro de la manga Después se trazará la primera curva, uniendo los tres puntos superiores izquierdos, centro y bajo brazo, según indica el dibujo. La segunda curva se trazará con una separación de dos centímetros del centro.
- Entre las dos curvas de la parte inferior, se dejar la separación de un centímetro en el centro
- Una vez terminado el dibujo, se dobla el papel exactamente por la línea del Largo Total y se corta doble, siguiendo el contorno de las líneas más salientes.
- Después de cortado a desdobra y se hace el recorta del sobrante de las curvas en la parte de adelante, según indica el dibujo.
- Esta manga lleva una sola costura, y al colocarla debe coincidir con la del costado de la prenda.

Imagen 15. Trazado de Patrón de Manga.

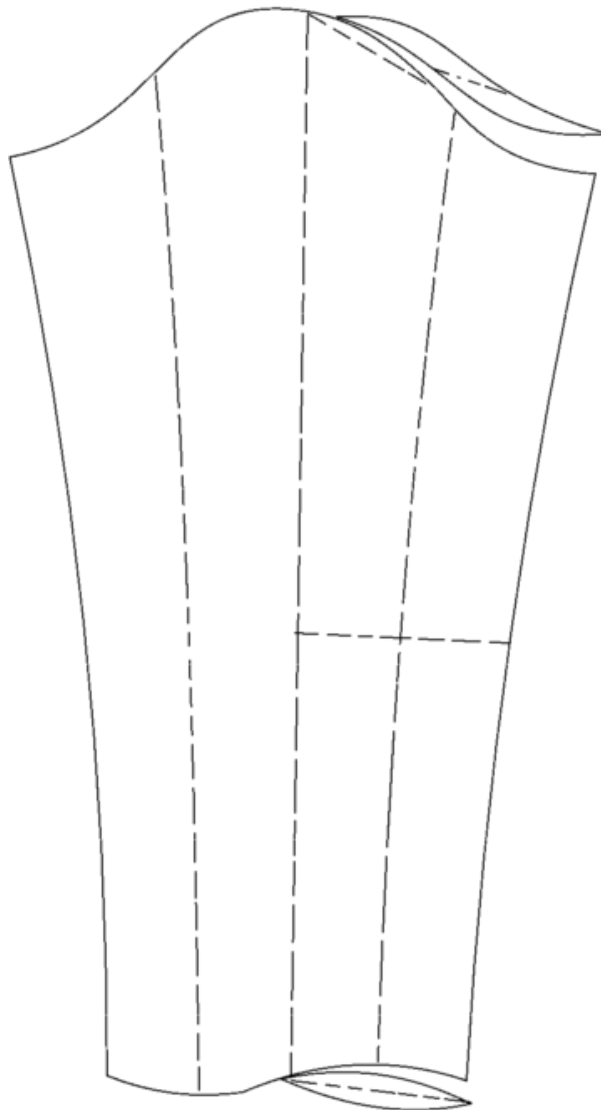


Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

A continuación, se presenta la demostración del patrón de base para cortar toda clase de mangas terminado y abierto.

En el presente dibujo están planeadas las partes correspondientes al centro de manga, adelante atrás, que deberán tenerse presentes al hacer la transformación de los modelos. También se halla demostrada la manera de eliminar el sobrante de los dos extremos en la parte delantera de la manga.

Imagen 16. Patrón de Manga



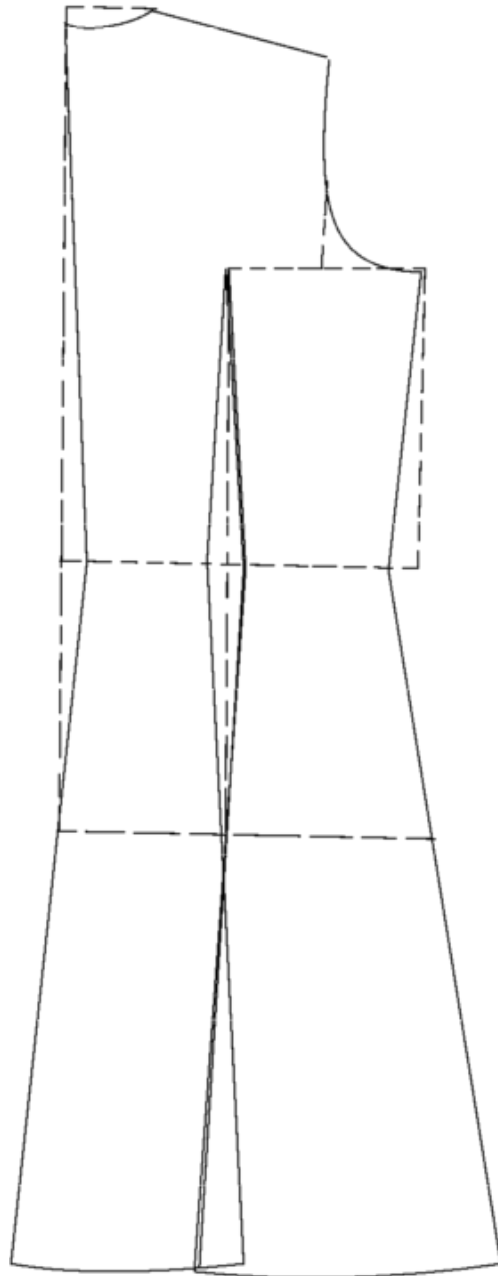
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.4.6 Trazado de pinzas en patrón base largo

A continuación, se detallan los pasos para el patrón de base largo entallando con pinzas en la cintura.

- *Espalda:* Primeramente, se forma el entallado del centro de atrás entrando dos centímetros en la parte inferior de la línea del talle y desde ese punto, trácense dos líneas inclinadas, una hasta el escote del cuello y otra apoyada en el punto de cadera.
- En la línea del costado entállese un centímetro o dos, según sea la medida de Contorno de la Cintura.
- Prolónguese la línea horizontal de Altura de Costado hasta el lugar donde se quiera formar la pinza, y desde ese punto trácese una perpendicular hasta la línea de Altura de la Cadera y fórmese la pinza centrada a la línea vertical con el sobrante de la cuarta parte de la medida de Contorno de la Cintura.
- Aplíquese la medida de Largo Total y prolónguense las líneas: Centro de Atrás y Costados.
- Para aumentar el vuelo se prolongan las líneas de la pinza hasta la parte inferior del patrón.
- El entallado del centro de atrás se suprime cuando la prenda no lleva costura en ese lugar. En este caso, dicho entallado se acentúa por el costado y la pinza.

Imagen 17. Patrón Base Largo Espalda Entallado con Pinza.



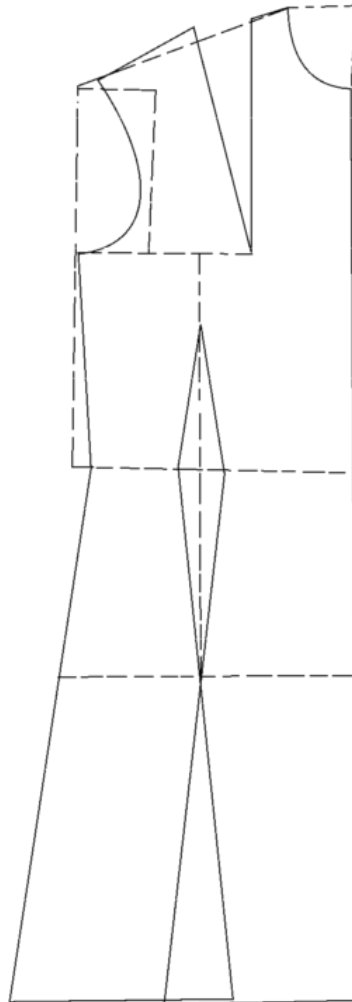
Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

- *Delantero:* Para dibujar este patrón, procédase de acuerdo a las instrucciones patrón de espalda.
- Entállese un centímetro en la línea de costado, en el centro de la línea de sobaco y punto de pinza, trácese una perpendicular hasta la línea de Altura de la Cadera y

fórmese la pinza centrada en la línea vertical con el sobrante de la cuarta parte de la medida de Contorno de la Cintura.

- Aplíquese la medida de Largo Total y prolonguense las líneas Centro de Adelante y Costados.
- Las líneas de la pinza se prolongarán siempre que sea necesario para la transformación del modelo elegido. Si éste tiene mucha amplitud en la parte inferior, se podrá aumentar cuanto sea necesario por todas las costuras de Espalda y Delantero.
- Para obtener la pinza de la cintura algo más grande, se desvía la línea del costado en la misma forma, (Martí de Gili, 1945).

Imagen 18. Patrón Base Largo Delantero Entallado con Pinza.



Fuente: En base a (Martí de Gili, 1945)

2.8.5 Corte

Las prendas que han sido dibujadas sobre la tela son cortadas, siguiendo los bordes de los dibujos trazados. En este proceso se debe tomar en cuenta ciertos aspectos como:

- Tener los materiales y herramientas necesarias para el corte y trazo de patrones como tijeras, tiza, alfileres, lápiz, etc.
- Disposición de los patrones sobre la tela, se refiere a la forma de colocar los patrones sobre el tejido (al hilo, contrahílo o al bias).
- Para el marcado de la tela se debe observar que alrededor del patrón sobren 2 0 3 centímetros que serán utilizados para la costura.

2.8.6 Confección

Consiste en ensamblar las piezas que forman una prenda de vestir, utilizando las máquinas de unión como la overlock, la recta, etc. Los sistemas principales de construcción de una prenda son: el artesanal y el industrial.

- El sistema artesanal consiste en la realización de la prenda a medida de un cliente, tomando gran énfasis en la confección y detalles que se van a aplicar.
- El sistema industrial se diferencia del artesanal en el tiempo, métodos y costos. El objetivo principal es elaborar la mayor cantidad de prendas en el menor tiempo posible y con costos mínimos.

En este proceso se debe tener mucho cuidado al momento de elegir las agujas de máquina y mano, así se evitará que la tela se dañe. Se observó los detalles que el abrigo tiene, para no cambiar el modelo. En ambos modelos se realizó varias pruebas para corregir las imperfecciones que se presentaron en este proceso, (Juma Yar, 2013).

2.8.7 Control de calidad

Asegurar que los productos o servicios cumplan con los requisitos mínimos de calidad. Todo producto que no cumpla las características mínimas para decir que es correcto, será eliminado, sin poderse corregir los posibles defectos de fabricación que podrían evitar esos costos añadidos y desperdicios de material, (Wikipedia, 2021).

2.9 Estudio de mercado

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias. (Baca, 2013)

Tabla 3. Análisis Del Mercado (Segmentación)

TAMAÑO DEL MERCADO	Nº DE PERSONAS EN CRECIMIENTO
Característica sociodemográfica	Actividad económica
Sexo	Mujeres
Edad	25 años para adelante
Clase económica	Media-Alta
Demanda actual del producto	Media-Alta
Producto que se quiere ofrecer	Formal

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

2.10 Proyecto de Factibilidad

La fase de factibilidad busca generar una decisión definitiva sobre la realización del proyecto y de la definición detallada de los aspectos técnicos, así como el cronograma de actividades. En esta fase, es necesario que el preparador profundice en el análisis de la mejor alternativa, recurriendo al levantamiento de información primaria para los diversos estudios del proyecto. (Mokate, 1998)

2.11 Marketing

Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización. Esta definición tiene dos implicaciones significativas (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

- Enfoque. Todo el sistema de actividades de negocios debe orientarse al cliente. Los deseos de los clientes deben reconocerse y satisfacerse.
- Duración. El marketing debe empezar con una idea del producto satisfactor y no debe terminar sino hasta que las necesidades de los clientes estén completamente satisfechas, lo cual puede darse algún tiempo después de que se haga el intercambio.

CAPITULO III

3 PROPUESTA DE INNOVACIÓN O SOLUCIONES DEL PROBLEMA

3.1 Propuesta de innovación técnica

La Confección de Abrigos estará formada por 3 prendas hechas a medida cada modelo. Se eligió la tela Bayeta de la tierra, con la finalidad de utilizar fibras naturales para incentivar su uso empleando la sostenibilidad y apoyar el desarrollo de pequeños agricultores y procesadores de este tipo de materiales.

Cada año las cosas van cambiando y hay que habituarnos al día, el mundo va evolucionando no solo en el campo tecnológico también en nuestro pensar, en ser más consiente con las cosas que suceden a nuestro alrededor, todo se va uniendo. En la cuarentena, todo el mundo realizaba un emprendimiento y al mismo tiempo estaba en tendencia buscar alternativas para ayudar al medio ambiente.

Es por eso que la inspiración que se eligió para la elaboración de los abrigos, se fundamenta en que, tiene una mínima participación en pasarelas de alta moda y mucho menos en su uso diario, afortunadamente se podría decir que son pioneros en la confección y diseño de indumentarias con este textil, también se puede decir que, al utilizar fibras naturales, las mujeres están interesadas en soluciones sostenibles, para la preservación del planeta que habitamos, donde sus protagonistas deberán llevar una gestión responsable y sustentable de las marcas de la moda al próximo nivel, con ello, además de cuidar y fortalecer nuestro medioambiente, generaremos el potencial de una ventaja competitiva para nuestras propias empresas nacionales.

3.2 Instrumentos y técnicas de investigación

Para la recolección de datos, se utilizará fuentes de información primaria; como el método de la encuesta, de esta manera recabar datos posibles de gustos y preferencias de la población femenina y también se utilizará información secundaria; como libros especializados, articulo de revistas y sitios web.

3.2.1 Equipos

En cuanto a los equipos a ser utilizados serán descritos a continuación.

- *Maquina Recta:* La máquina de coser es un dispositivo mecánico o electromecánico que sirve para unir tejidos usando hilo. Hacen una puntada característica, usando normalmente dos hilos, incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada.
- *Plancha:* Utensilio de forma triangular, con base metálica lisa y pulida y un asa en la parte superior, que se calienta normalmente con energía eléctrica y sirve para alisar las superficies.

3.2.2 Materiales

Los materiales que se van a utilizar son mencionados en la Tabla 4.

Tabla 4. Materiales

Papel sabana	Tela Bayeta
Papel dúplex	Tela Charme
Tiza de sastre	Entretela Negra
Papel sabana	Tela Bayeta

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.3 Insumos

Los insumos que se van a utilizar son los siguientes.

- *Hilo de poliéster:* Este tipo de hilo es fuerte y es excelente para los trabajos de costura que requieran hilos que cedan. Se pueden conseguir para todo tipo de trabajos (medida 50); por lo general cuentan con un acabado de cera o silicona que permite que el hilo pase entre la tela fácilmente causando poca fricción. Se puede usar este hilo en la mayoría de máquinas y para la mayoría de trabajos. Este hilo es ideal para telas que se estiran y es especialmente bueno para tejidos sintéticos, y prendas de punto. La apariencia de este hilo es brillante y no tiene acabado mate como el algodón simple.
- *Botones:* Es el elemento que, en una prenda de vestir, debe introducirse en el ojal para cerrar o abrochar. Las camisas y los sacos o chaquetas son prendas que suelen contar

con botones. Otras, como los pantalones, pueden tener botones o cremallera (cierre). Más allá de su uso útil, en ocasiones los botones solo tienen un fin decorativo. Por lo general los botones son aplanados y tienen forma redonda. Hay botones de madera, metálicos y plásticos, entre otros materiales. Cuando la prenda es de mala calidad, o el usuario los manipula de manera brusca, los botones se puedan salir y deben ser cosidos o pegados nuevamente.

- *Alfileres:* Se encargará de sujetar los materiales entre sí.
- *Piquete:* Se encargará de cortar los hilos.
- *Agujas:* Se encargará de unir las diferentes piezas de cada prenda o modelo.
- *Tijeras:* Se encargará de cortar las diferentes piezas de cada prenda o modelo.
- *Dedales:* Servirá para proteger el dedo al coser.
- *Reglas y cinta métrica:* Servirá para tomar las medidas correspondientes.
- *Etiqueta:* Es aquella que va colgada en la prenda, La etiqueta es una parte importante del que puede estar visible en el empaque y/o adherida a la prenda misma. Estas etiquetas pueden contener información de marca, del diseñador, de control, o cualquier otra información que se considere necesaria. Su diseño será detallado en el Plan de marketing.

En las Imágenes 19 y 20, se puede observar lo que se ha de utilizar.

Imagen 19. Materiales e Insumos



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021

Imagen 20. Telas e Hilos



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.4 Técnicas

Las técnicas a utilizar están basadas en el libro:

Modistería – lencería - sastrería sport niños niñas, décima edición reformada

Método teórico-Práctico de corte y Confección del Vestido

por F. Martí de Gili

Sus obras merecieron la distinción de Miembro Honorario con Diploma de Honor y Medalla de Oro, en la Sociedad Profesional de Cortadores de Paris Ex-Presidenta de la Sociedad de Autores y Profesoras de Carme, de B Fundadora y Directora del Instituto Técnico Femenil de la misma ciudad Delegado Oficial en varios congresos de Europa, relacionados con la moda Organizadora e Inspectora de Academias Profesionales de Corte oficiales y particulares colaboradora en diarios y revistas de modas, europeas y americanas

Esta obra representa el máximo de adelanto en el arte de vestir, por su sencillez y perfección.

Está demostrado gráficamente los más modernos procedimientos de Corte para la enseñanza profesional de la mujer.

Ilustrado con más de 1400 dibujos de modelos y patrones nuevos y originales, (Martí de Gili, 1945).

3.2.5 Presupuesto

En las siguientes tablas se tiene la descripción de los costos para la confección de los abrigos, se obtendrá los costos fijos, los costos variables y la utilidad para el cálculo del precio final que tendrá cada uno de los abrigos, de esta manera es complementado el presupuesto.

3.2.5.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no varían independientemente del nivel de producción, son gastos que se deben pagar se produzca o no.

Tabla 5. Gastos Administrativos

DETALLE	GASTOS MENSUALES (BS)
Alquiler	300
Servicios Básicos	120
Suministros de oficina	250
Internet	190
Subtotal	860

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Tabla 6. Depreciación de maquinaria

DETALLE	COSTO TOTAL (BS)	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN	VALOR MENSUAL (BS)
Maquina recta	3.100	5	620	52
Subtotal				52

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Tabla 7. Costos Fijos

DETALLE	COSTOS FIJOS (BS)
Gastos Administrativos	860
Depreciación de maquinaria	52
Total	912

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.5.2 Costos variables

Los costos variables corresponden a todos los costos que están asociados con el nivel de producción y deben calcularse por unidad producida.

Tabla 8. Materiales e Insumos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (BS)	COSTO TOTAL (BS)
T.B. Negro (419C)	M	3	70	210
T.B. Verde (2418C)	M	3	70	210
T.B. Mostaza (471C)	M	3	70	210
T. Ch. Rojo	M	3	18	54
T. Ch. Negro	M	3	18	54
T. Ch. Estampado	M	3	33	99
Entretelas Negras	M	3	23	69
Hilo poliéster Negro	U	1	7	7
Hilo poliéster Verde	U	1	7	7
Hilo poliéster Mostaza	U	1	7	7
Hilo poliéster Rojo	U	1	7	7
Botones	paquete	2	15	30
Tijera de tela	U	1	60	60
Tijera de papel	U	1	15	15
Tiza de sastre	U	1	10	10
Regla	U	1	40	40
Piquete	U	1	8	8
Alfileres	Caja	1	2,5	2,5
Papel sabana	Pliego	1	10	10
Tela cuerina	M	0.5	25	25
Total				1.134,5

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Tabla 9. Mano de Obra

DETALLE	SALARIO MENSUAL (BS)	DÍA (BS)	RENDIMIENTO (HORAS)	COSTO HORA	TIEMPO EMPLEADO (HORAS)	TIEMPO REQUERIDO
Confección	2.100	70	8	8.75	8	70
Subtotal						70
Subtotal (3 unidades)						210

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Tabla 10. Costos Variables

DETALLE	COSTOS VARIABLES (BS)
Materiales e insumos	1.134,5
Mano de obra	210
Total	1.344,5

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.5.3 Costo Total

El costo total es la suma de los costos fijos con los costos variables.

Tabla 11. Costo Total

DETALLE	COSTO TOTAL
Costos Fijos	912
Costos Variables	1.344,5
Total	2.256,5

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.5.4 Costo unitario

El costo unitario es el costo total dividido entre las unidades producidas.

Tabla 12. Costo Unitario

DETALLE	COSTO UNITARIO (BS)
Costo Total	2.256,5
Unidades	3
Total	752,17

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.5.5 Precio final

Es el costo que pagaran los clientes al adquirir la prenda.

Tabla 13. Precio Final

DETALLE	PRECIO FINAL (BS)
Costo Unitario	752,17
Utilidad (10%)	75.21
Total	827,38

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,202

3.2.6 Procesos o Procedimientos

3.2.6.1 Desarrollo del Estudio de mercado

3.2.6.1.1 Identificación de la información requerida

Para evaluar la factibilidad de lanzar la nueva marca de abrigos al mercado y alcanzar los objetivos propuestos, determinamos que la información que vamos necesitar y recolectar será la siguiente:

- Determinar el perfil del cliente ideal.
- Identificar si la población valora las prendas nacionales.
- Determinar el tipo de prenda a utilizar en temporada de Otoño/Invierno.
- Determinar la frecuencia de compra de la prenda.
- Identificar el porcentaje de la población que se hace confeccionar prendas a medida.
- Determinar el porcentaje de la población que conoce la tela “Bayeta de la Tierra”.
- Identificar el precio, la plaza y la promoción de mayor preferencia del consumidor.

- Establecer los atributos externos e internos para la presentación de la Colección de abrigos en Alta Costura en tela “Bayeta de la Tierra”.

3.2.6.1.2 Determinar las fuentes de información

Las fuentes de información suelen clasificarse en fuentes primarias y secundarias:

- *FUENTES PRIMARIAS*: Brindan información de “primera mano” para la investigación; se realizará el trabajo de campo en el mercado objetivo elegido para los productos del emprendimiento productivo planteado.
- *FUENTES SECUNDARIAS*: Brindan información que ya ha sido recolectada y utilizada para propósitos diferentes a la investigación actual; se usará información de los planes de desarrollo municipal PDM e información del Instituto Nacional de estadísticas.

Para este proyecto se utilizará las fuentes secundarias para conocer el número de habitantes (mujeres entre los 25 a 39 años de edad) en el municipio de Cochabamba por medio del INE y las fuentes primarias, realizando encuestas a la población del municipio de Cochabamba, determinando de esta manera el mercado objetivo.

3.2.6.1.3 Seleccionar y desarrollar las técnicas de recolección de información

Entre las principales técnicas o métodos de recolección de información utilizados en una investigación de mercados están:

- La encuesta
- La entrevista
- La observación
- La prueba de mercado
- El focus group o grupo focal
- Sondeo.

Para recabar la información que necesitamos se utilizará la técnica de la encuesta, la cual se le realiza a una muestra representativa del mercado objetivo. Las preguntas que incluirá el cuestionario de la encuesta son:

- ¿Valora usted las prendas hechas en Bolivia?

- ¿Porque no valora las prendas hechas en Bolivia?
- ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?
- ¿Con que frecuencia compra la prenda?
- ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?
- ¿Cuánto pago por la confección aproximadamente?
- ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”?
- ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”?
- ¿Cuál es de su preferencia en el color de los abrigos?
- ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?
- ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?
- ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?
- ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?
- ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?

3.2.6.1.4 Encuesta

Según Arturo K, la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Existen dos métodos que son: entrevista y cuestionario.

El método de encuesta que se realiza para el proyecto, es el cuestionario.

3.2.6.1.5 Modelo de Encuesta

Se ha desarrollado una encuesta, la cual se adjunta en anexos del documento.

- RECOLECTAR LA INFORMACIÓN. La encuesta se realizó por medio del Internet, la misma fue estructurada por medio de Google Form (Ver Anexo 1)
- DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO Y MUESTRA. Se realizó la segmentación geográfica y la segmentación demográfica.

Segmentación Geográfica. Se considera la provincia de Cercado de la ciudad de Cochabamba, según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda 2012 Edad quinquenal (mujeres de 25 a 39 años de edad, ver Anexo 2) de la Provincia Cercado - del Municipio de Cochabamba y la tasa de crecimiento poblacional según el Anuario Estadístico

2019 para el Departamento de Cochabamba, se tiene para el año 2021 una población de 88.149 habitantes.

Tabla 14. Población De La Provincia de Cercado - Municipio de Cochabamba - Edad Quinquenal

Año	Edades			Tasa de Crecimiento Poblacional	Población Proyectada
	25-29 años	30-34 años	35-40 años		
2012	29.340	26.627	21.536		77.503
2013	29.767	27.015	21.850	1,5%	78.632
2014	30.201	27.409	22.168	1,5%	79.778
2015	30.640	27.807	22.490	1,5%	80.938
2016	31.084	28.210	22.816	1,4%	82.110
2017	31.532	28.616	23.145	1,4%	83.294
2018	31.985	29.027	23.477	1,4%	84.489
2019	32.442	29.442	23.813	1,4%	85.698
2020	32.905	29.862	24.153	1,4%	86.919
2021	33.370	30.285	24.494	1,4%	88.149

Fuente: Elaboración propia según datos del Instituto Nacional de Estadística y Anuario Estadístico 2019 (Versión Virtual).

Segmentación Demográfica: Se basó en consumidores de un solo género, a partir de los 25 años de edad hasta los 39 años, se consideró este rango de edad porque tienen un criterio propio según sus gustos y necesidades, y también son económicamente independientes.

3.2.6.1.6 Tamaño de la Muestra

El método de muestreo probabilístico aleatorio estratificado, consiste en la división de la población objetivo en diferentes grupos (estratos), y en la selección de muestras de cada estrato. Según Hair, Bush & Ortinau, consiste en la división de la población objetivo en diferentes grupos, llamados estratos, y en la selección de muestra de cada estrato.

Se determinó inicialmente un tamaño de muestra de 45 encuestas, generalmente es de 30 entrevistas como mínimo, esta prueba piloto (Ver Anexo 3) se realizó para determinar si se

logró satisfacer con todas las necesidades de información para presentar la encuesta final y de esta manera constatar si este se encuentra bien elaborado.

El muestreo probabilístico estratificado por edades, se utilizará para determinar el número de entrevistas a realizar en cada estrato, tendrá una relación proporcional, realizando una mejor representación de las características de la población en estudio, ver Tabla 15.

Tabla 15. Determinación de la Muestra para la Prueba Piloto

ESTRATOS	NÚMERO DE HABITANTES	%	NUMERO DE ENCUESTAS
25 a 29 años de Edad	33.370	38%	17
30 a 34 años de Edad	30.285	34%	15
35 a 39 años de Edad	24.494	28%	13
Total	88.149	100%	45

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.1.7 Tamaño de muestra para la Encuesta Final

Una vez realizada la encuesta piloto, se procedió a determinar el tamaño óptimo de la muestra, para el cual se empleó el método de poblaciones finitas, como se muestra en la ecuación (1)

$$n = \frac{\sigma^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + \sigma^2 \times p \times q} \quad (1)$$

El nivel de confianza asignado para el proyecto será de 95%, por tanto, el valor de σ es 1,96 y el error de estimación considerado es del 5%.

En base a la encuesta piloto realizado, se calculó las probabilidades a favor y no. de la posibilidad de adquirir un abrigo hecho con tela Bayeta de la Tierra, se tiene la Tabla 16, donde se puede observar que el valor de p es igual a 82%, entonces, el de q es de 18%.

Tabla 16. Análisis de encuesta piloto (Cálculo de probabilidad a favor)

N° de Encuestas	Probabilidad Total	Encuestas a Favor	Probabilidad a Favor (p)	Encuestas en Contra	Probabilidad en Contra (q)
45	100%	37	82%	8	18%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Calculando se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 \times 88.149 \times 0,82 \times 0,18}{0,05^2 \times (88.149 - 1) + 1,96^2 \times 0,82 \times 0,18}$$

$$n = 226$$

Entonces, la cantidad de encuestas que se realizó en el municipio de Cochabamba es de 226, estratificando por edades, como se observa en la Tabla 17.

Tabla 17. Determinación de la Muestra para la Encuesta en el Municipio de Cochabamba

ESTRATOS	NÚMERO DE HABITANTES	%	NUMERO DE ENCUESTAS
25 a 29 años de Edad	33.370	38%	86
30 a 34 años de Edad	30.285	34%	78
35 a 39 años de Edad	24.494	28%	63
Total	88.149	100%	226

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.1.8 Análisis de la información

Una vez recolectada la información a través de la encuesta final (Ver Anexo 4.), se tabularon los datos, se analizaron y se obtuvieron las siguientes conclusiones:

3.2.6.1.9 Resultados de la Encuesta

En este proyecto se realizó las siguientes encuestas, a la población de la Provincia de Cercado - del Municipio de Cochabamba.

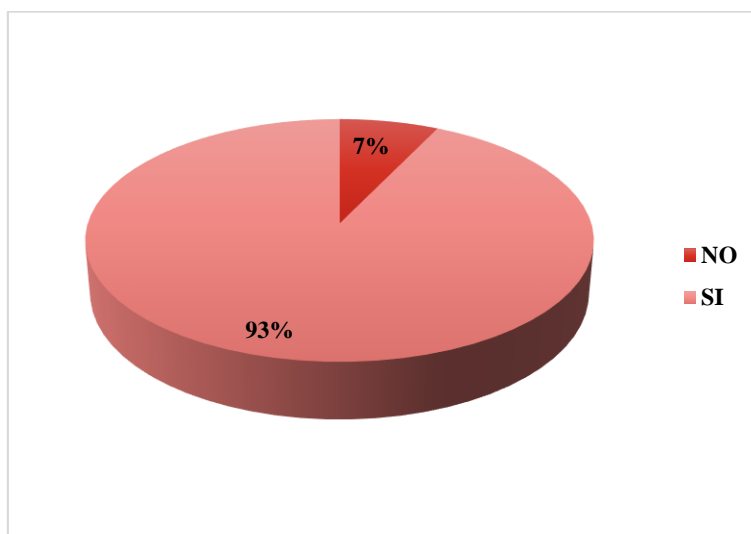
PREGUNTA 1

Tabla 18. ¿Valora usted las prendas hechos en Bolivia?

VALORA LA PRENDA	CANTIDAD	PORCENTAJE
No	16	7%
Si	210	93%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 1. ¿Valora usted las prendas hechas en Bolivia?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN:

Para comenzar la entrevista se preguntó primeramente si se valora o no las prendas hechas en Bolivia, los resultados, se pueden observar en la Figura 1, la población del municipio de Cochabamba, muestra que un 93% valora las prendas hechas en Bolivia y un 7% no.

PREGUNTA 2: ¿Porque no valora las prendas hechas en Bolivia?

Las personas que no valoran las prendas hechas en Bolivia, encuentran que existe problemas en cuanto a la Calidad, Precio, Diseño y el Material con qué y cómo se realiza la prenda.

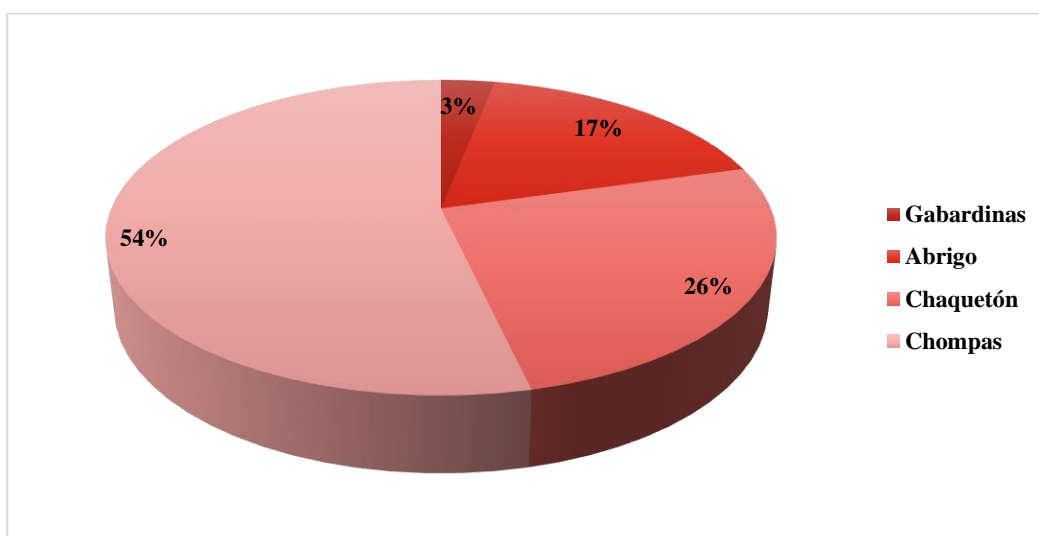
PREGUNTA 3:

Tabla 19. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?

PRENDA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Gabardinas	7	3%
Abrigo	40	17%
Chaquetón	58	26%
Chompas	121	54%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 2. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: Para el conocimiento de cuál de las prendas es mayormente utilizada en temporada de otoño/invierno se presenta la Figura 2, las Chompas representan el 54%, el chaquetón un 26%, el abrigo un 17% y las gabardinas con una 3% de utilización.

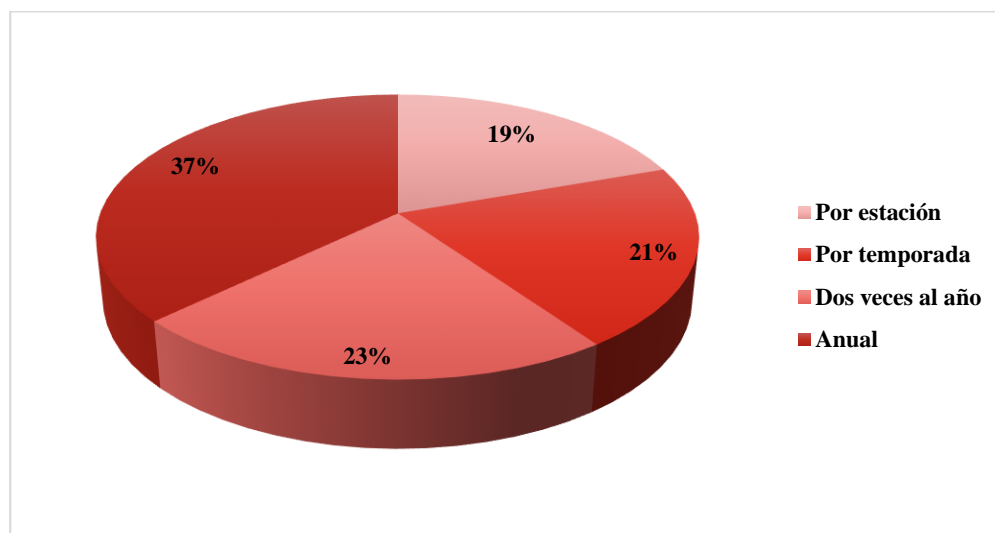
PREGUNTA 4:

Tabla 20. ¿Con que frecuencia compra la prenda?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por estación	44	19%
Por temporada	47	21%
Dos veces al año	51	23%
Anual	84	37%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 3. ¿Con que frecuencia compra la prenda?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: La población del Municipio de Cochabamba presenta una frecuencia de adquisición de la prenda en la Figura 3, como se puede observar, un 37% anual, dos veces al año con un 23%, por temporada con un 21% y por estación con un 19%.

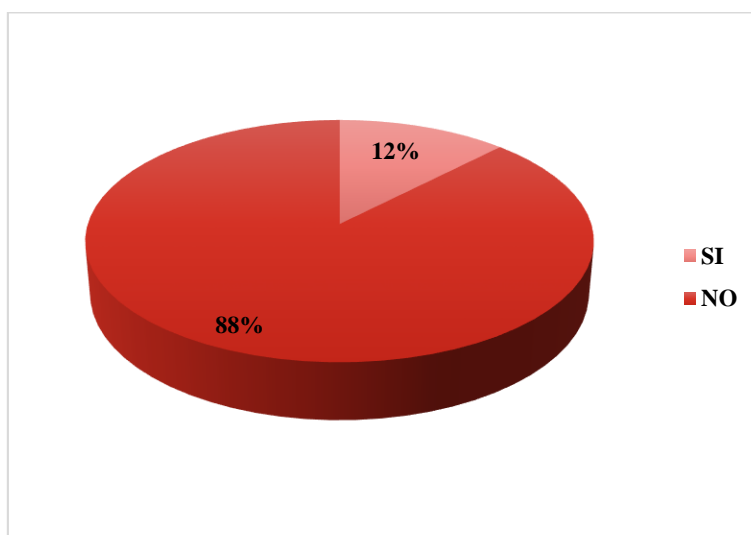
PREGUNTA 5:

Tabla 21. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?

CONFECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	28	12%
No	198	88%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 4. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: Como se muestra en la Figura 4, un 12% de la población se llega a hacer confeccionar un abrigo, mientras un 88% no.

PREGUNTA 6: ¿Cuánto pago por la confección aproximadamente?

Las personas que se realizaron una confección de un abrigo a medida, llegaron a pagar un precio entre 150 Bs. a 3000 Bs.

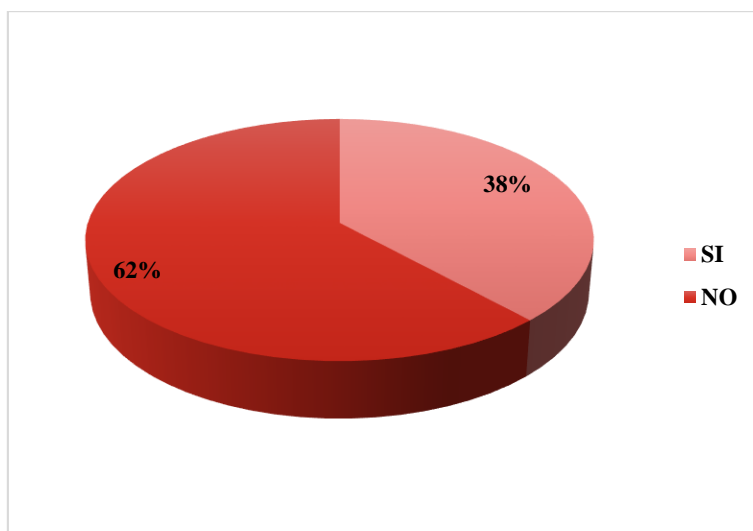
PREGUNTA 7:

Tabla 22. ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”?

CONOCIMIENTO DE TELA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	86	38%
No	140	62%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 5. ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: El 38% de la población del Municipio de Cochabamba conoce de la tela, mientras que un 62% no sabe a cerca de ella, como se puede observar en la Figura 5.

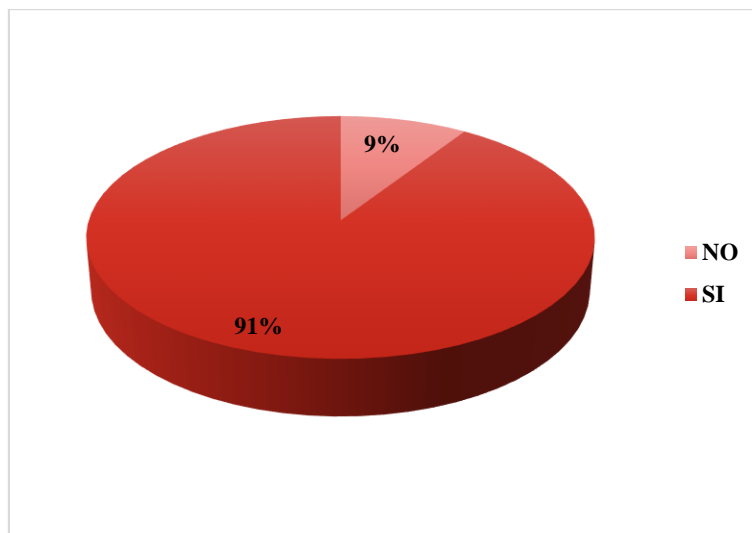
PREGUNTA 8:

Tabla 23. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”?

DISPOSICIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
No	21	9%
Si	205	91%
TOTAL	226	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 6. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: Para un desarrollo más óptimo de la investigación se preguntó si estarían dispuestos a vestir un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”. Esta pregunta también fue utilizada como filtro para no continuar con las personas que no desean vestir con la prenda. Un 91% de la población si está dispuesto a vestir o adquirir la prenda y un 9% no, como se observar en la Figura 6.

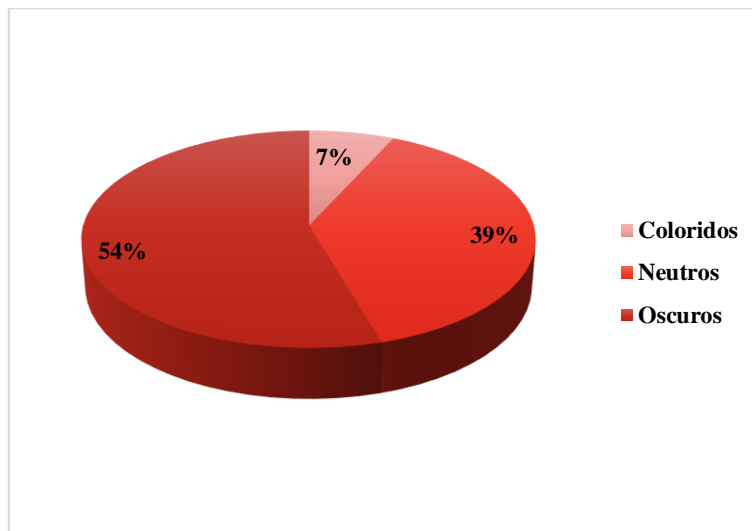
PREGUNTA 9:

Tabla 24. ¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos?

COLOR	CANTIDAD	PORCENTAJE
Coloridos	14	7%
Neutros	79	39%
Oscuros	112	54%
TOTAL	205	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 7. ¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: Esta pregunta nos indica cual será de mayor preferencia en cuanto a la paleta de colores para la Colección. Se puede observar en la Figura 7, que es de mayor preferencia los colores oscuros con un 54%, los colores neutros con un 39% y los coloridos con un 7%.

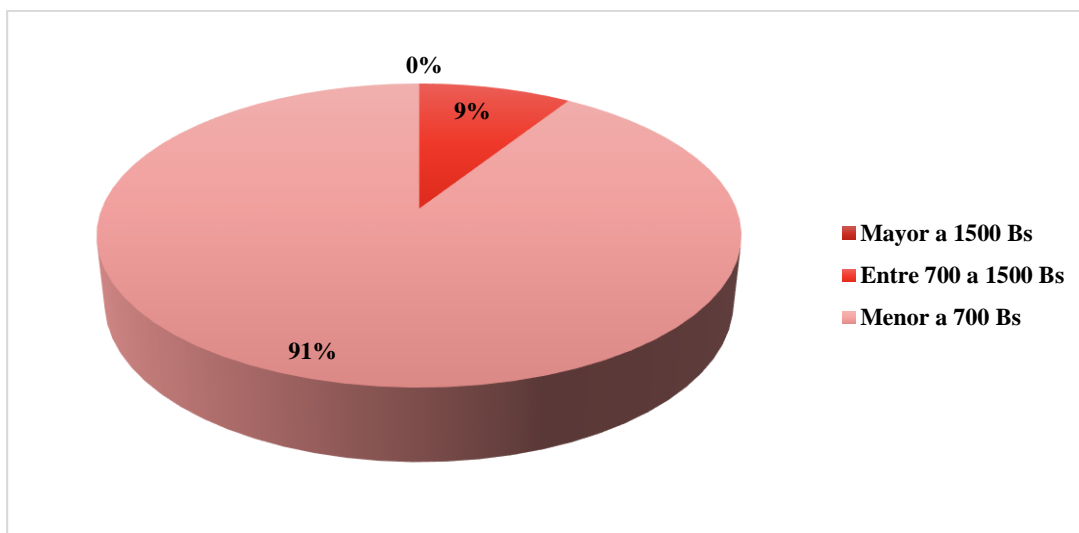
PREGUNTA 10:

Tabla 25. ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?

PRECIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mayor a 1500 Bs	0	0%
Entre 700 a 1500 Bs	19	9%
Menor a 700 Bs	186	91%
TOTAL	88	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 8. ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: El 91% del mercado objetivo, está dispuesto a pagar un precio menor a 700 Bs, y un 7% un precio entre 700 a 1500 Bs. Mientras que un 0% no está dispuesto a pagar más de 1500 Bs, como se puede observar en la Figura 8.

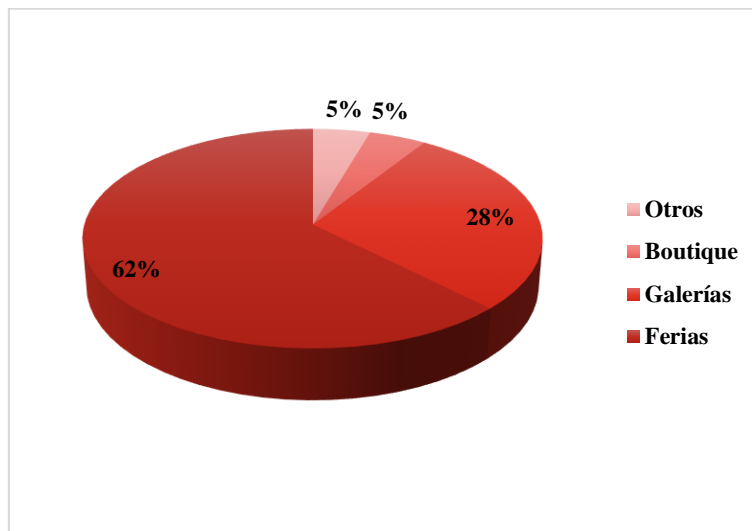
PREGUNTA 11:

Tabla 26. ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?

PLAZA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Otros	9	5%
Boutique	9	5%
Galerías	58	28%
Ferias	128	62%
TOTAL	205	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 9. ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: El mercado objetivo indica, donde le gustaría encontrar la prenda, como se muestra en la Figura 9, con un 62% es en Ferias, un 28 en Galerías, un 5% en Boutique y un 5% en Otros.

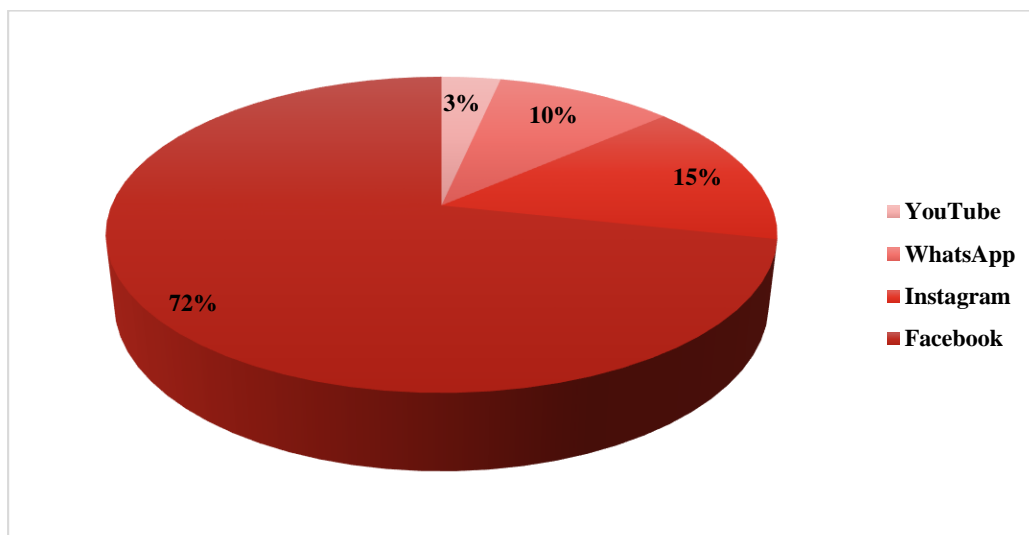
PREGUNTA 12:

Tabla 27. ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?

PROMOCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
YouTube	7	3%
WhatsApp	21	10%
Instagram	30	15%
Facebook	147	72%
TOTAL	205	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 10. ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: Por medio de esta pregunta se quiere conocer cuál es de mayor preferencia el medio publicitario virtual que le gustaría al mercado objetivo. En la Figura 10 se muestra, un 72% prefiere la red social Facebook, un 15% Instagram, un 10% WhatsApp y un 3% YouTube.

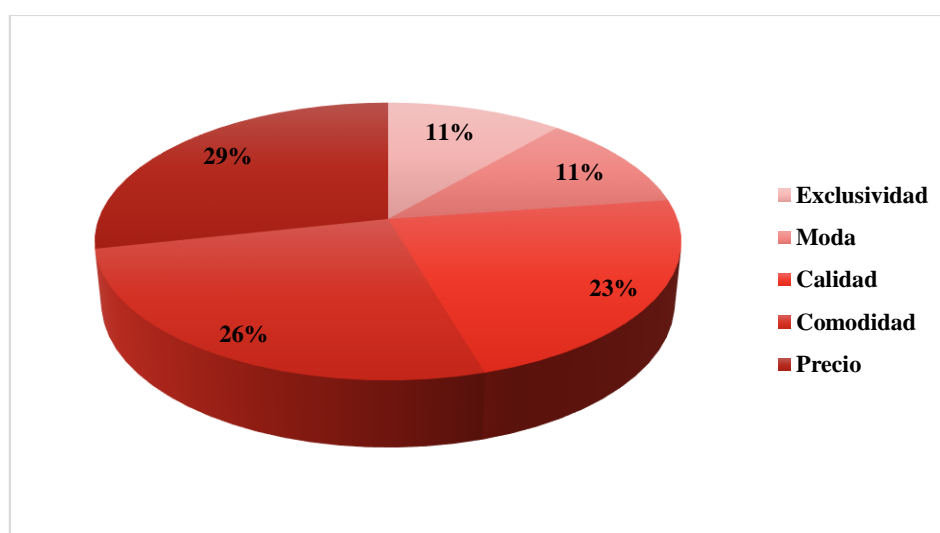
PREGUNTA 13:

Tabla 28. ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?

ASPECTOS EXTERNOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Exclusividad	23	11%
Moda	23	11%
Calidad	47	23%
Comodidad	54	26%
Precio	58	29%
TOTAL	205	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 11. ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021

INTERPRETACIÓN: El mercado objetivo estableció cuales son los aspectos que toma en cuenta a la hora de comprar un abrigo, de esta manera se podrá mantener o mejorar las características y cualidades del mismo. En la Figura 11 se muestra, con un 29% el precio, con un 26% la comodidad, con un 23% la calidad, con un 11% la moda y con un 11% la exclusividad.

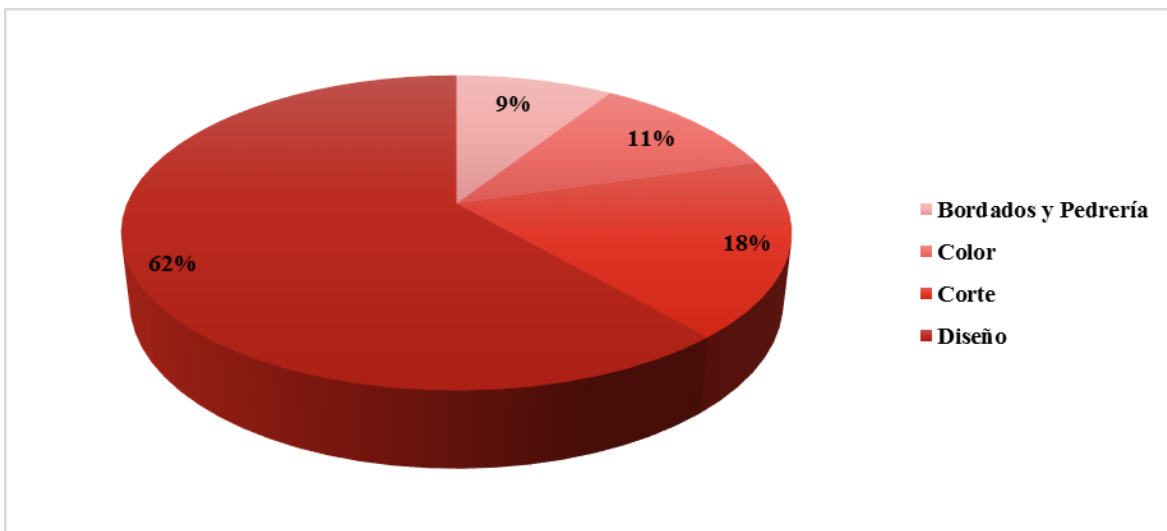
PREGUNTA 14:

Tabla 29. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?

ASPECTOS INTERNOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bordados y Pedrería	19	9%
Color	23	11%
Corte	37	18%
Diseño	126	61%
TOTAL	205	100%

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Figura 12. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

INTERPRETACIÓN: La población potencial estableció, cuales son los aspectos que desea que sobresalga, a la hora de hacerse confeccionar un abrigo, de esta manera se podrá mantener o mejorar las características y cualidades del mismo. En la Figura 12 se muestra, con un 62% el diseño, con un 18% el corte, con un 11% el color, y un 9% los bordados y pedrería.

3.2.6.1.10 Tomar decisiones o diseñar estrategias

Una vez que hemos analizado la información recabada y concluido principalmente que lanzar una nueva marca de abrigos al mercado es factible, pasamos a tomar las siguientes decisiones o diseñar las siguientes estrategias:

- Al presentar el perfil del consumidor, se representará los diseños de los abrigos en Alta Costura y también se llevará a cabo un desarrollo del Plan de Marketing, para establecer las características de comercialización.

3.2.6.2 Proceso de Diseño de los Figurines y fichas técnicas

3.2.6.2.1 Diseño de figurines

Se realizaron 3 figurines, el diseño de los mismos, se puede observar en la Imagen 21, en ellos se destacan las diferentes combinaciones y formas, que se pueden observar en las Imágenes 22, 23. y 24.

Imagen 21. Diseño de Figurines



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Imagen 22. Figurín Diseño 1- Cóndor



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Imagen 23. Figurín Diseño 2 - Paja Brava



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021


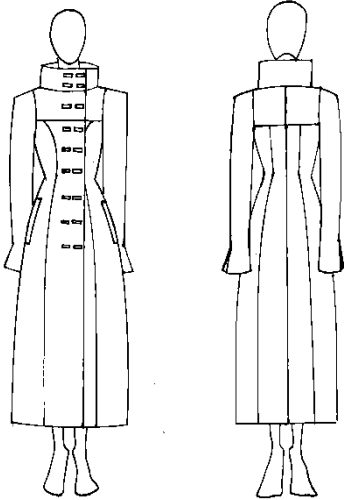
Imagen 24. Figurín Diseño 3 - Yareta



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G,2021.


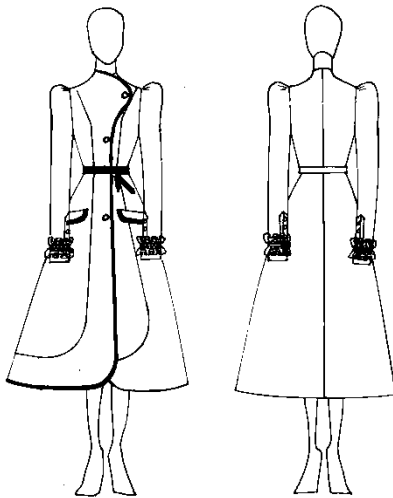
3.2.6.2.2 Fichas Técnicas de los diseños

Tabla 30. Ficha Técnica – Diseño 1

MODELO 1	
Nombre del abrigo: Cóndor	Tela: Bayeta de la tierra 100% fibra de oveja Tejido plano, sarga.
Temporada: Otoño/Invierno	Color: Negro 419C  PANTONE® 419 C
Tipo de prenda: Abrigo	Target: Mujeres entre 25 a 39 años
Inspiración: Años 50, altiplano boliviano, colores de la tierra.	Figurín:
Medidas: Talla M	
Patronaje: 25 piezas de tela bayeta 17 piezas de forro	
Hilo: Color negro en cono para recta, 100% poliéster. Color blanco en cono para recta, 100% poliéster.	
Forro: Charme color negro, 100% poliéster.	
Entretela: Poliéster.	
Avíos: Botones: 18 unidades	
Descripción: El abrigo Cóndor, lleva un cuello recto, con corte princesa entallado al cuerpo haciendo énfasis en la cintura, con los puños abiertos.	


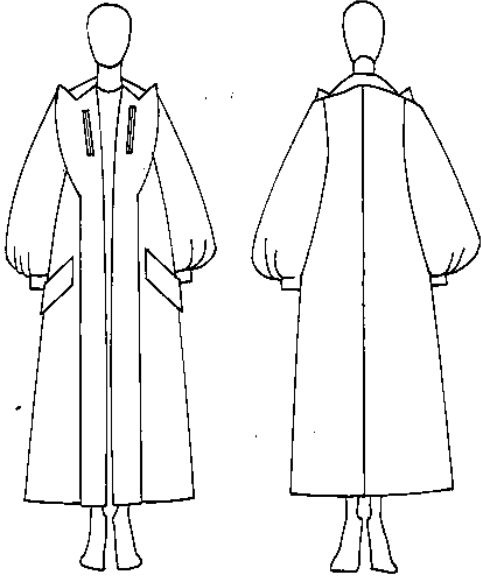
Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Tabla 31. Ficha Técnica – Diseño 2

MODELO 2	
Nombre del abrigo: Paja Brava	Tela: Bayeta de la tierra 100% fibra de oveja Tejido plano, sarga.
Temporada: Otoño/Invierno	Color: Mostaza 471C  PANTONE® PMS 471 C # B86125
Tipo de prenda: Abrigo	Target: Mujeres entre 25 a 39 años
Inspiración: Años 50, altiplano boliviano, colores de la tierra.	Figurín:
Medidas: Talla M	
Patronaje: 15 piezas de tela bayeta 11 piezas de forro	
Hilo: Color mostaza en cono para recta 100% poliéster. Color rojo en cono para recta, 100% poliéster.	
Forro: Charme color rojo, 100% poliéster.	
Tela cuerina color café para las tapas de los bolsillos, cinta en las mangas y cinturón	
Entretela: Poliéster.	
Avíos Botones: 8 unidades	
Descripción: El abrigo paja brava lleva una cinta fruncida de la misma tela en el puño, con corte princesa, cambiando la forma a lo largo del abrigo.	

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Tabla 32. Ficha Técnica – Diseño 2

MODELO 3	
Nombre del abrigo: Yareta	Tela: Bayeta de la tierra 100% fibra de oveja Tejido plano, sarga.
Temporada: Otoño/Invierno	Color: Verde 2418C  PANTONE® PMS 2418 C # 00873E
Tipo de prenda: Abrigo	Target: Mujeres entre 25 a 39 años
Inspiración: Años 50, altiplano boliviano, colores de la tierra.	Figurín:
Medidas: Talla M	
Patronaje: 15 piezas de tela bayeta 7 piezas de forro	
Hilo: Color verde en cono para recta, 100% poliéster. Color azul en cono para recta, 100% poliéster.	
Forro: Charme color azul, 100% poliéster.	
Entretela: Poliéster.	
Descripción: El abrigo yareta es de silueta oversize, con dos ojales grandes en la solapa, mangas abullonadas, extravagante	

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.3 Desarrollo del proceso de confeccion en Alta Costura

3.2.6.3.1 Toma de Medida

La toma de medidas para el trazado de cada patrón, se registró en la siguiente Tabla 33.

Tabla 33. Toma de Medidas

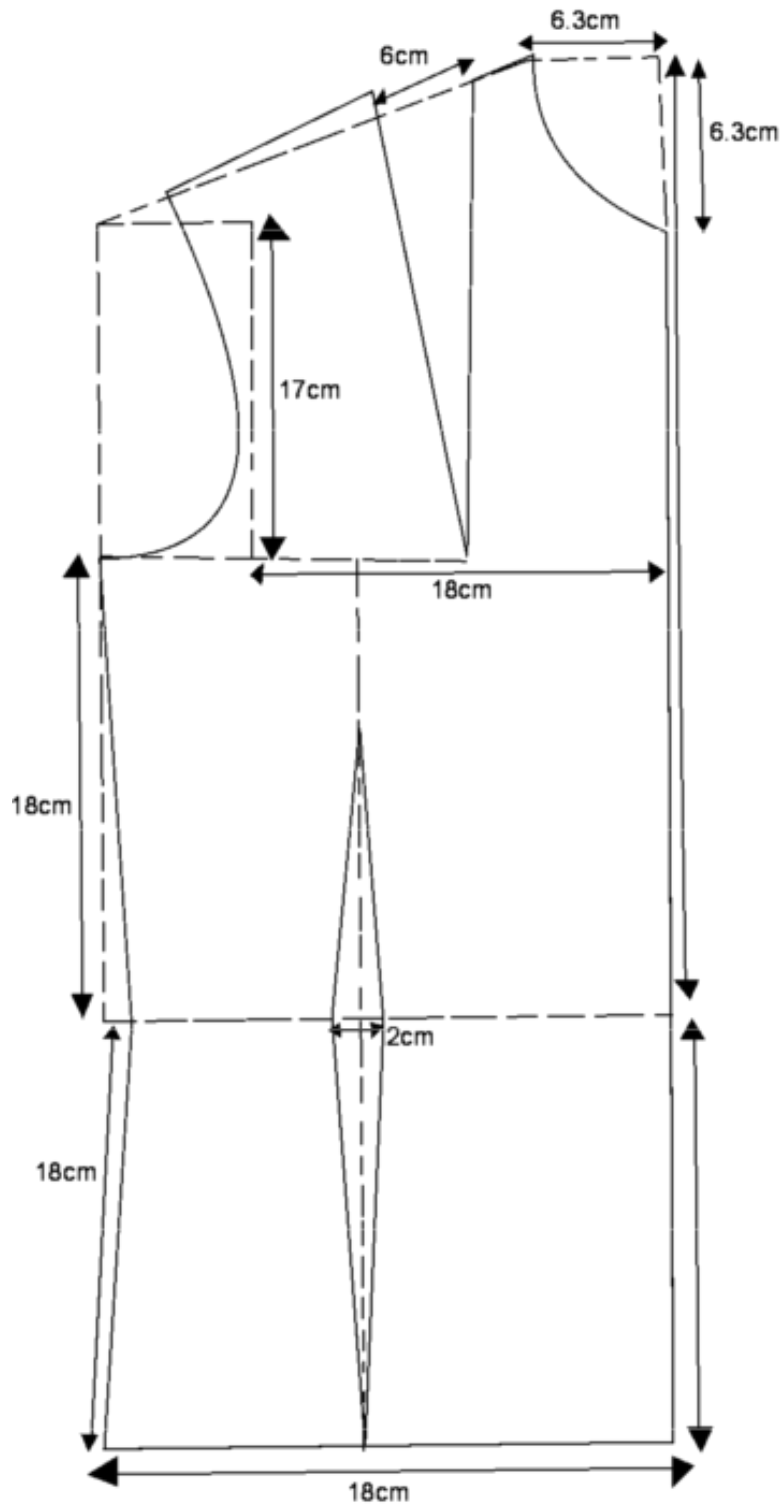
MEDIDAS	COMPLETA (CM)	DIVIDO ENTRE SEIS	DIVIDO ENTRE DOS	DIVIDIDO ENTRE CUATRO	TOTAL
Talle de la espalda	40				40
Talle delantero	43				43
Contorno del busto	94			23.5	
Altura del costado	18				
Ancho de hombros	36		18		
Altura del sobaco	17				17
Contorno del cuello	38	6.3			
Contorno de la cintura	68			17	
Contorno de la cadera	94			23.5	
Altura de cadera	18				18
Largo total de la manga	60				60
Largo del codo	26				26
Largo por debajo del brazo	46				46
Contorno del brazo	34		17		
Contorno del codo	27		13,5		
Contorno de la muñeca	20		10		
Largo total delantero	118				118
Largo total de atrás	115				115

Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.2 Patronaje

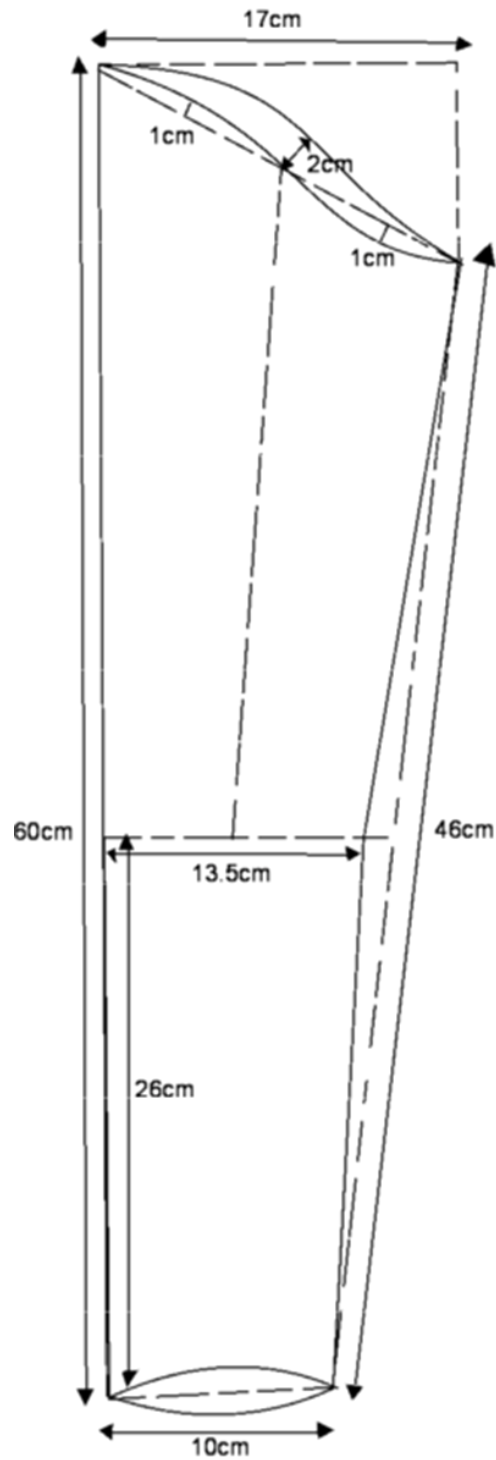
Se han obtenido los siguientes moldes bases para la elaboración de los abrigos. El trazado de los patrones al papel sabana se puede observar en el Anexo 5 y 6.

Imagen 26. Molde Base Delantero



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Imagen 27. Molde Base Manga



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

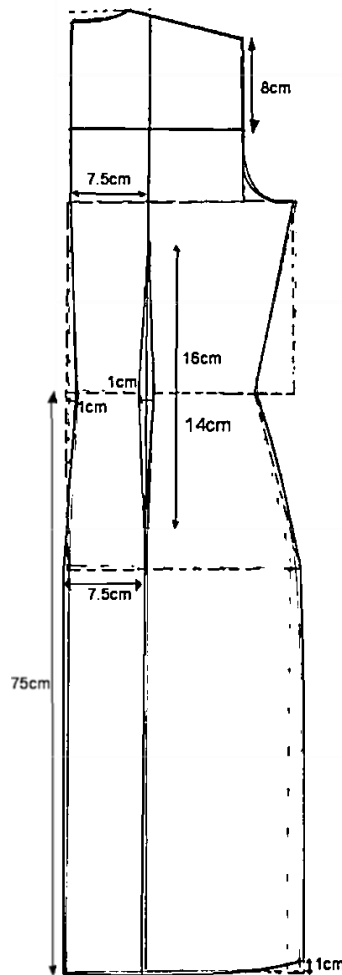
3.2.6.3.3 Transformación de los moldes bases

Modelo 1: Abrigo Cónдор

Espalda: Para la transformación de la espalda primero se realizó un pequeño canesú bajando desde el hombro 8cm y encuadrando una línea horizontal.

- Se prolonga la línea del taller de espalda deseado el largo de 75cm.
- Se dio un vuelo de 2cm la falda y se moldea von las reglas curvas.
- Se subió 1cm en la esquina inferior derecha de la falda para darle una ligera curvatura.
- Para dar una silueta bien torneada en la altura de la cintura se entrará la pinza del molde base.

Imagen 28. Molde Espalda para Abrigo Cónдор

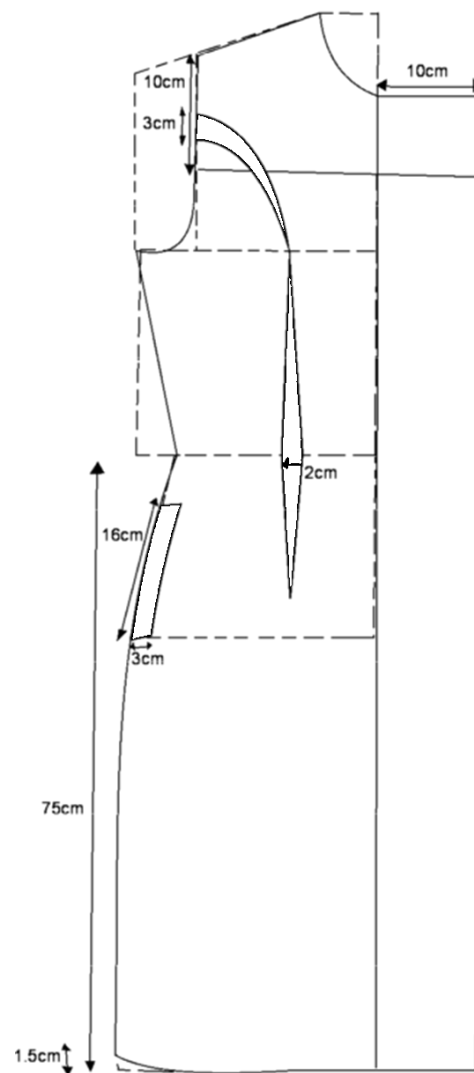


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Delantero:

- Se traslada la pinza del hombro a la sisa de 3cm
- Se crea el cruce para los botones de 10cm
- Se prolonga la línea del taller de espalda deseado el largo de 75cm.
- Se dio un vuelo de 2cm la falda y se moldea con las reglas curvas.
- se subió 1cm en la esquina inferior derecha de la falda para darle una ligera curvatura.
- Se realiza un bolsillo de 16cm de largo que termina justo en la línea de cadera.

Imagen 29. Molde Delantero para Abrigo Cóndor

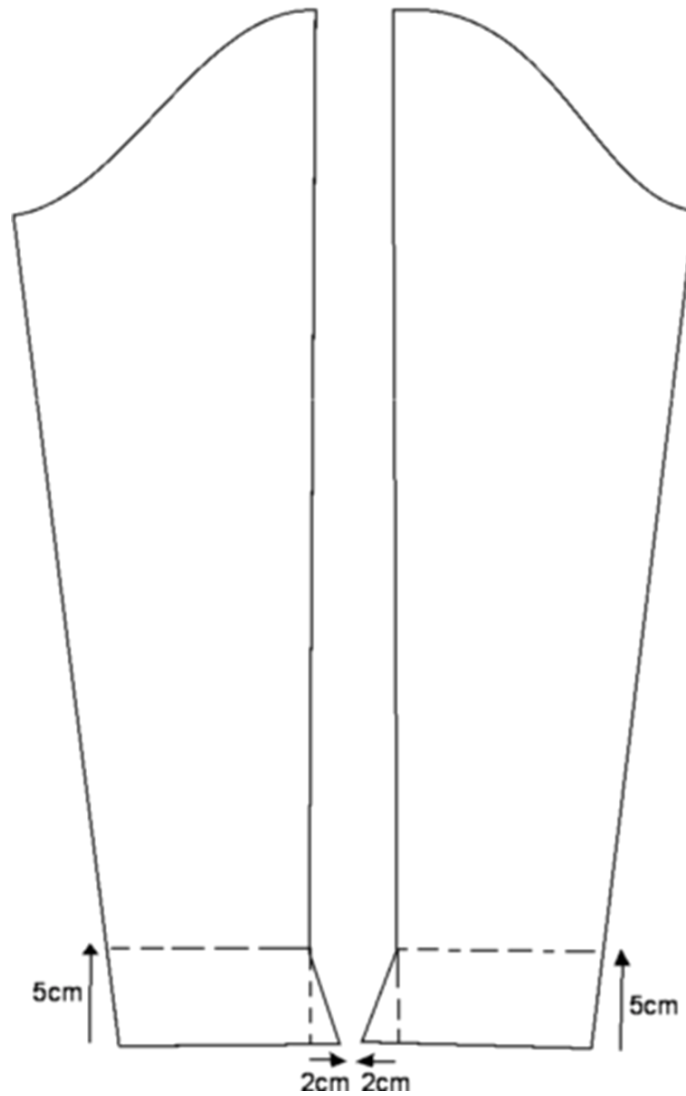


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Manga:

- Se divide el molde base por la mitad
- Se aumenta 5cm para el puño aparte del largo total
- Salimos 2cm del centro para darle una forma punteada

Imagen 30. Molde Manga para Abrigo Cándor



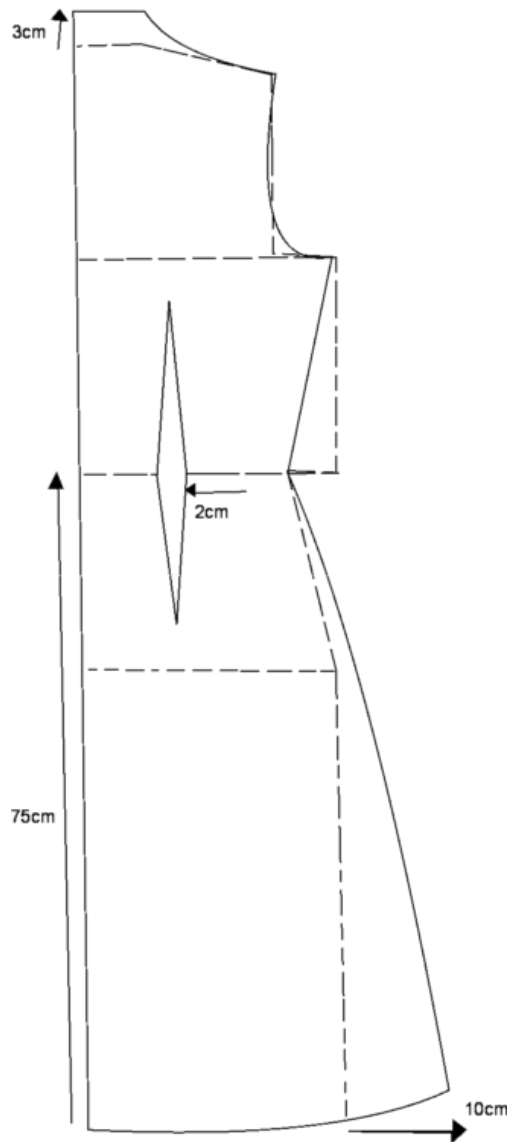
Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Modelo 2: Abrigo Paja Brava.

Espalda:

- Para el cuello subimos 3cm siguiendo con un trazo horizontal, se une con una semi curva hasta la línea de hombro
- Se prolonga la línea del talle de espalda deseado el largo de 75cm.
- Se dio un vuelo de 10cm y subimos 3cm la falda y se moldea con las reglas curvas.

Imagen 31. Molde Espalda para Abrigo Paja Brava

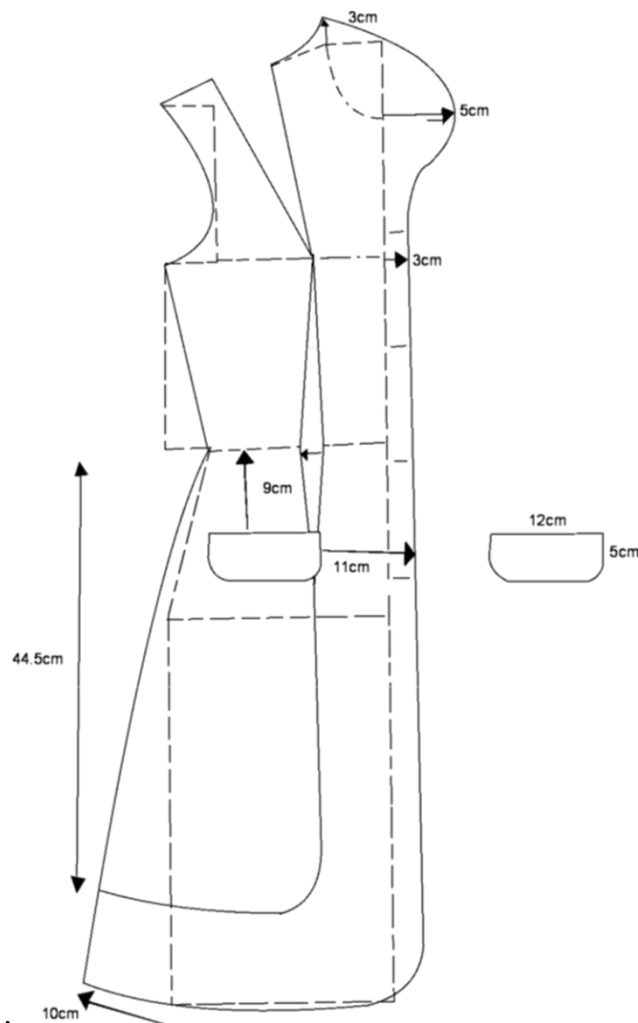


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Delantero:

- Se prolonga la línea del cuello 3cm y se baja en semi curva a la línea del hombro
- Se da un ancho de 3cm para los botones y en la parte superior del cuello se hace una curva de 5cm de ancho según criterio.
- Se prolonga la línea del talle de espalda deseado el largo de 75cm.
- Se dio un vuelo de 10cm la falda y se moldea con las reglas curvas.
- Para darle el corte en la falda se baja se baja 44.5cm y se une a la pinza en forma curveada.
- De la línea de la cintura se baja 9cm y 11cm desde el centro para realizar un bolsillo ojal con tapa de 12cm de largo con 5cm de ancho.

Imagen 32. Molde Delantero para Abrigo Paja Brava

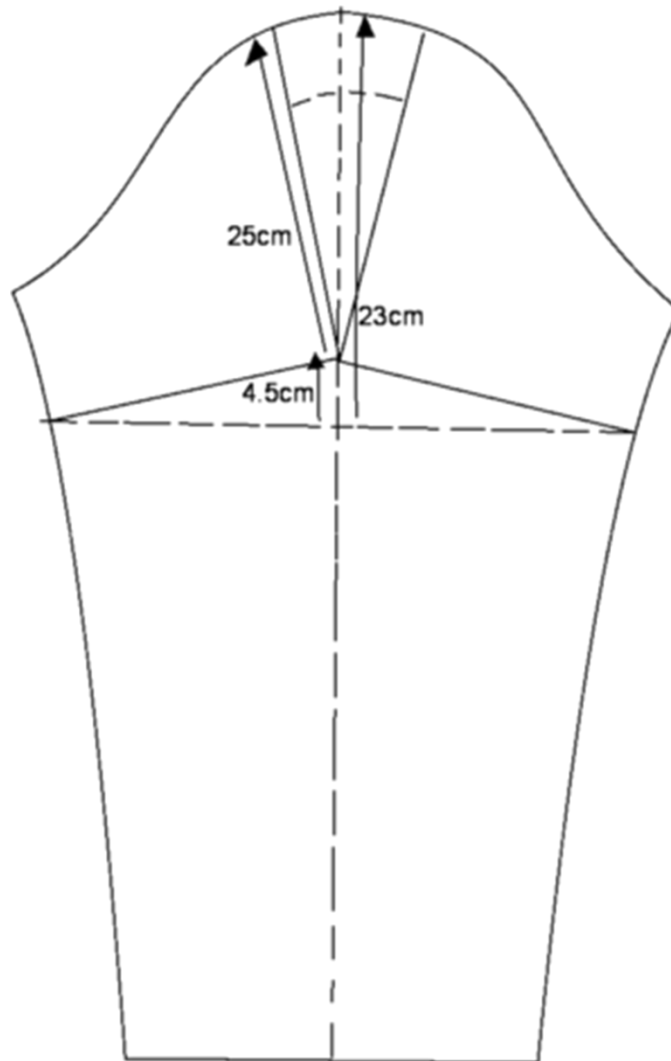


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Manga:

- Se realiza una línea horizontal a una distancia de 23cm desde la copa. Marcamos la línea del medio de la manga.
- Recortamos la línea vertical hasta llegar a la línea horizontal, se corta esta sin llegar al final.
- Sobre otro papel se acomoda el trazo y se realiza las aventuras para la transformación.

Imagen 33. Molde Manga para Abrigo Paja Brava



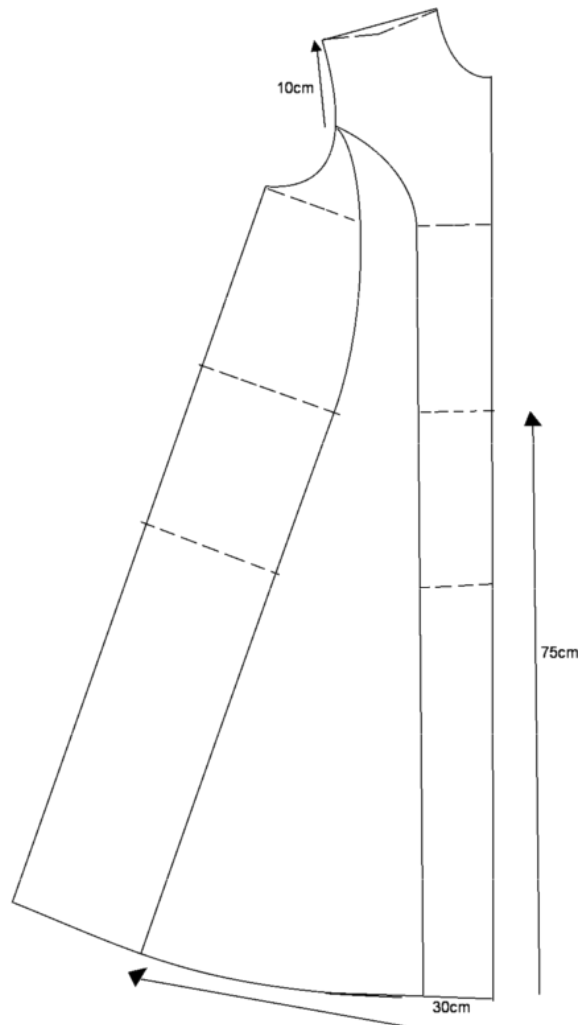
Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Modelo 3: Abrigo Yareta.

Espalda:

- No se entalla en la parte de la cintura, se maneja las medidas tanto de busto y cadera
- Se prolonga la línea del taller de espalda deseado el largo de 75cm.
- Se realiza una línea horizontal de la mitad de la cuarta parte del contorno de la cadera que llega a la altura del sobaco.
- Se divide el contorno de sisa entre dos y se baja dos centímetros para unir con la línea vertical con una regla curvilínea a criterio.
- Al momento del tendido recién se abre los moldes para darle el vuelo deseado.

Imagen 34. Molde Espalda para Abrigo Yareta

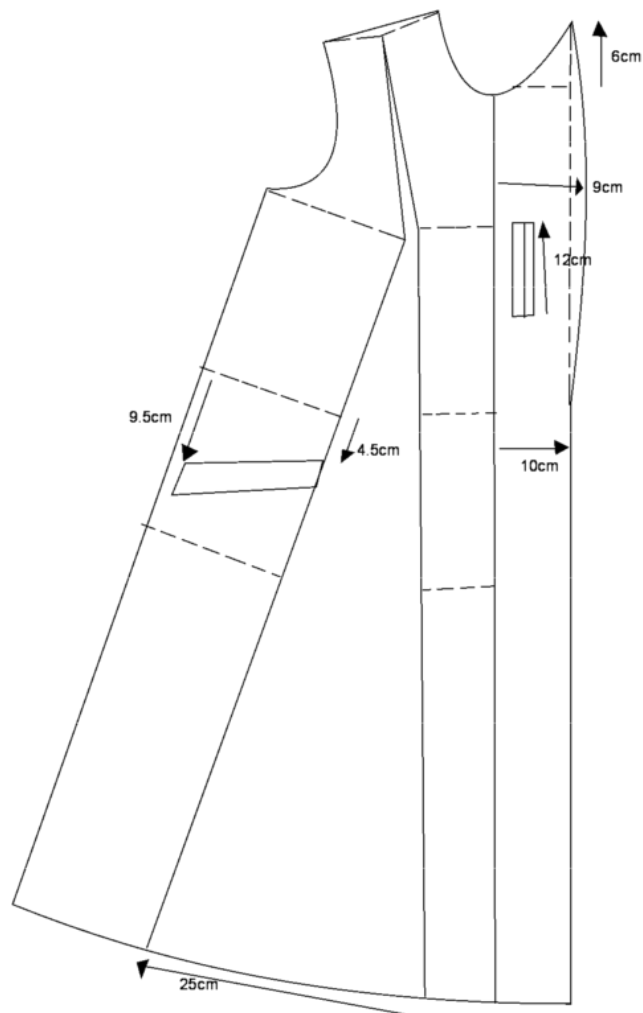


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Delantero:

- Se Realiza el mismo procedimiento de la espalda con la diferencia que la pinza de hombro se mantiene.
- Para la solapa se da un espacio de 10cm desde la altura del cuello hasta el largo total.
- De la altura del cuello salimos 2cm y subimos 6cm, con la ayuda de la regla curva se une desde la cintura hasta la medida de los 6cm.
- Se dibuja un ojal en medio de la solapa a sobre la altura del pezón.
- De la línea de la cintura se baja cuatro dedos y se dibuja el bolsillo ojal con una pestaña de 3cm por 16cm de ancho inclinado.
- Al momento del tendido recién se abre los moldes para darle el vuelo deseado.

Imagen 35. Molde Delantero para Abrigo Yareta

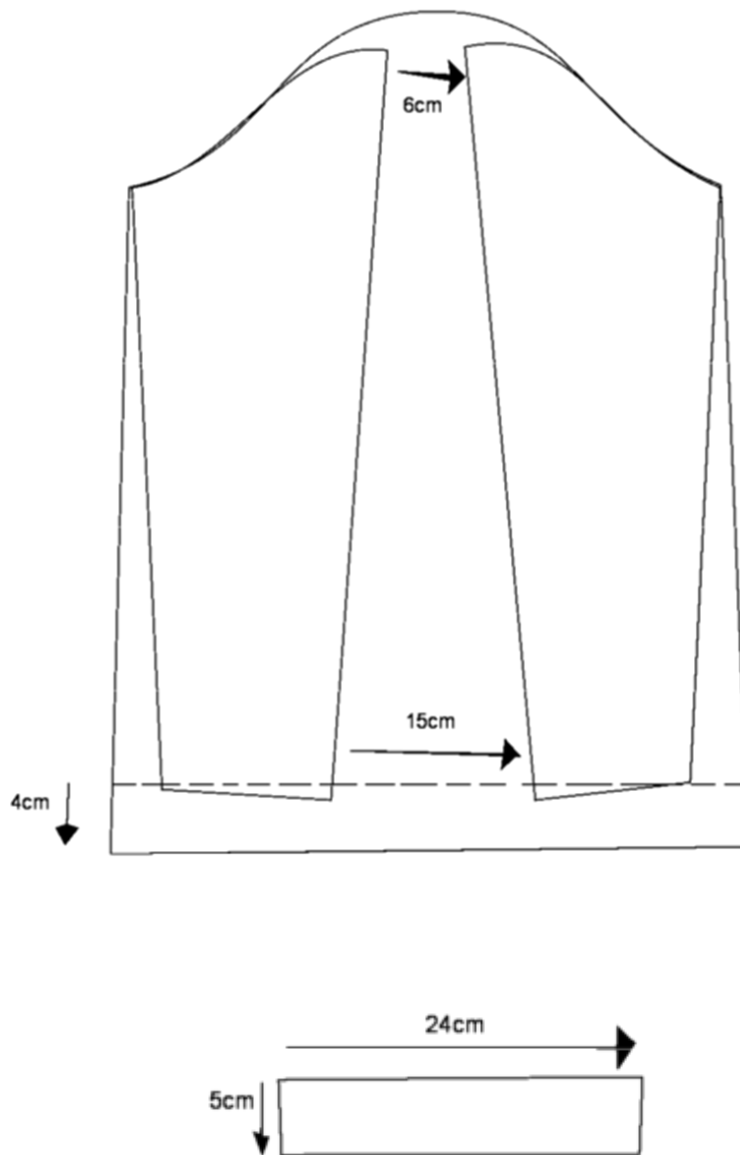


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

Manga:

- Se divide el molde base por la mitad, sobre otro papel con una línea vertical de referencia al medio se da un espacio en la parte superior de 6cm y de 15cm en la parte inferior
- Se aumenta 4cm al largo de la manga.
- Para el puño se traza un rectángulo de 5cm de ancho por 24cm de largo.

Imagen 36. Molde Manga para Abrigo Yareta



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.3.4 Adquisición de Materia Prima

La tela bayeta fue adquirida de la tienda “Textiles Copacabana”, la misma se encuentra en el departamento de La Paz, Avenida Independencia 77. La tela para el forro fue adquirida en la tienda Eco moda ubicada a lado del centro comercial el gallo zona terminal.

- TEXTILES COPACABANA surgió como una respuesta a la carencia y necesidad de industrias que proporcionen a los artesanos de hilos y telas para que estos desarrollen su labor en la confección de prendas artesanales. Es una empresa 100% boliviana, parte del Grupo Pomier, que inició sus operaciones en el año 1996 dedica a la fabricación de hilados de fibras naturales actualmente nos encontramos 18 años en el mercado nacional.

3.2.6.3.5 Tendido, tizado y trazado

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Colocamos los moldes sobre la tela dejando espacio para darle el ancho de costura tanto el delantero como espalda.
- Costados y espalda 3cm
- Cuello, sisa cortes de 1cm, las pinzas tienen un espacio de 2cm.
- Ruedo 5cm.
- Mangas
- Costados 3cm.
- Copas y puños 1cm.
- Marcamos con tiza sastre por todo el contorno con ayuda de alfileres para evitar cualquier movimiento del molde.

Imagen 37. Tendido, tizado y trazado de los moldes sobre la tela.



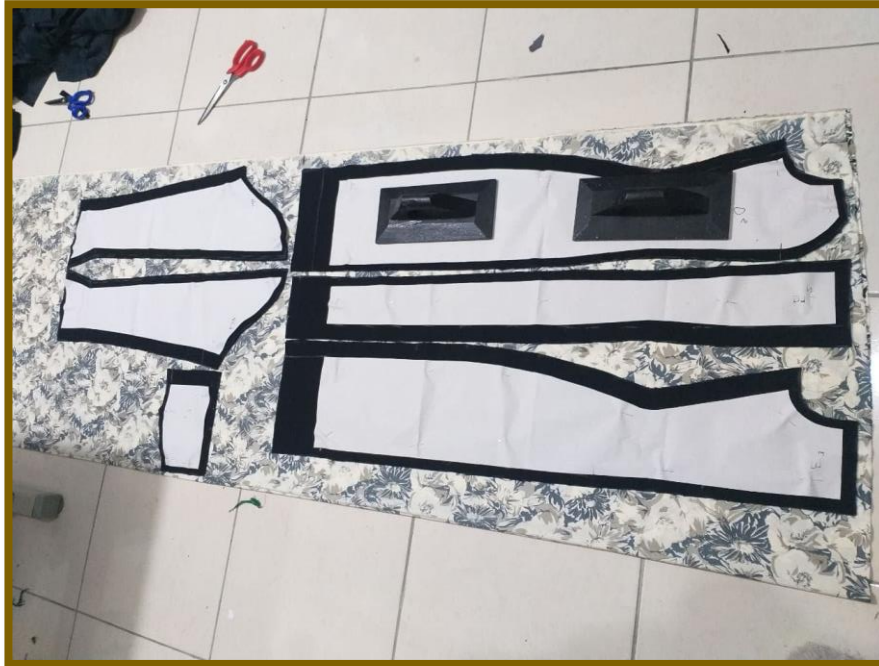


Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.6 Corte

Se procede a cortar la tela y con las mismas piezas se corta los forros y vistas.

Imagen 38. Corte de la tela, forro y entretela.





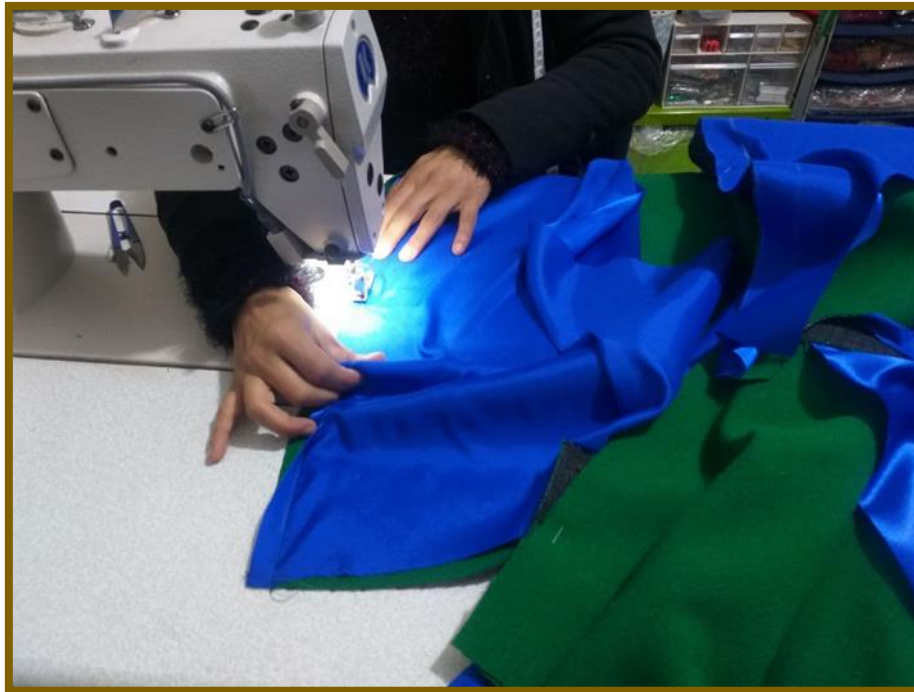
Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.7 Ensamblado

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Se unen hombros, costados, pinzas, mangas por separado y forro.
- Se hilvana las vistas.

Imagen 39. Ensamblado.



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.8 *Primera prueba*

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Se mide la prenda al cliente sin detalles y cavados solo con hilvanes
- corregir costuras y rectificar sisa

Imagen 40. Primera Prueba.





Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.3.9 Costura a detalle

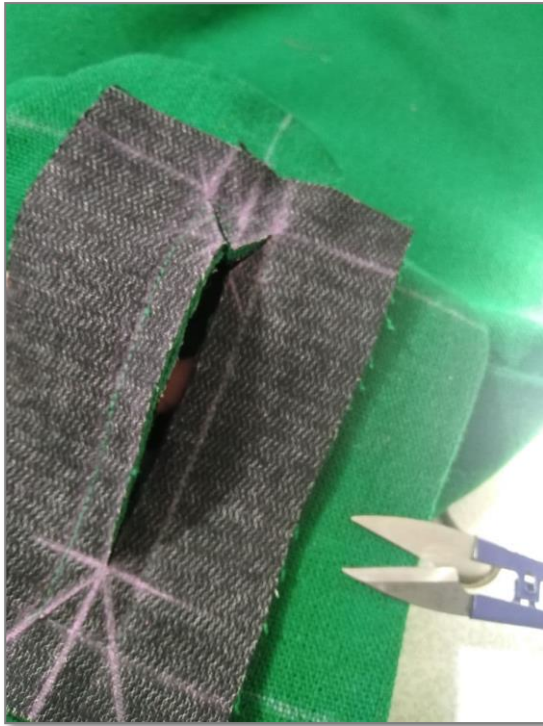
Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Tomando en cuenta lo anterior damos paso a la confección en limpio del producto arreglando los imperfecto o fallas.
- Colocamos las mangas.
- En las mangas se arman por separado para luego ensamblarse al abrigo, debe de estar ya con puños y forro.
- Volcamos el cuello y la solapa.
- Abrimos costuras con la plancha.
- Se coloca los bolsillos.
- Se hace los pespuntos.
- Se colocan los sesgos a los hombros.

Imagen 41. Costura a detalle







Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.10 Segunda prueba

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Rectificamos el largo del abrigo.
- Se une el forro con el abrigo para volcarlo.
- Se van sacando los hilvanes u otro hilo sin jalar bruscamente.

Imagen 42. Segunda Prueba



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.11 Últimas costuras

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Se coloca la etiqueta.

Imagen 43. Ultimas Costuras



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.3.12 Acabado de la prenda

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Se costura a mano lo bajos del abrigo por dentro.
- Se plancha hombros y se coloca las hombreras.
- Se cierra el pequeño orificio por donde se volcó toda la prenda
- Se realiza los ojales y se colocan los botones.
- Se plancha minuciosamente todas las costuras de la prenda y forro.

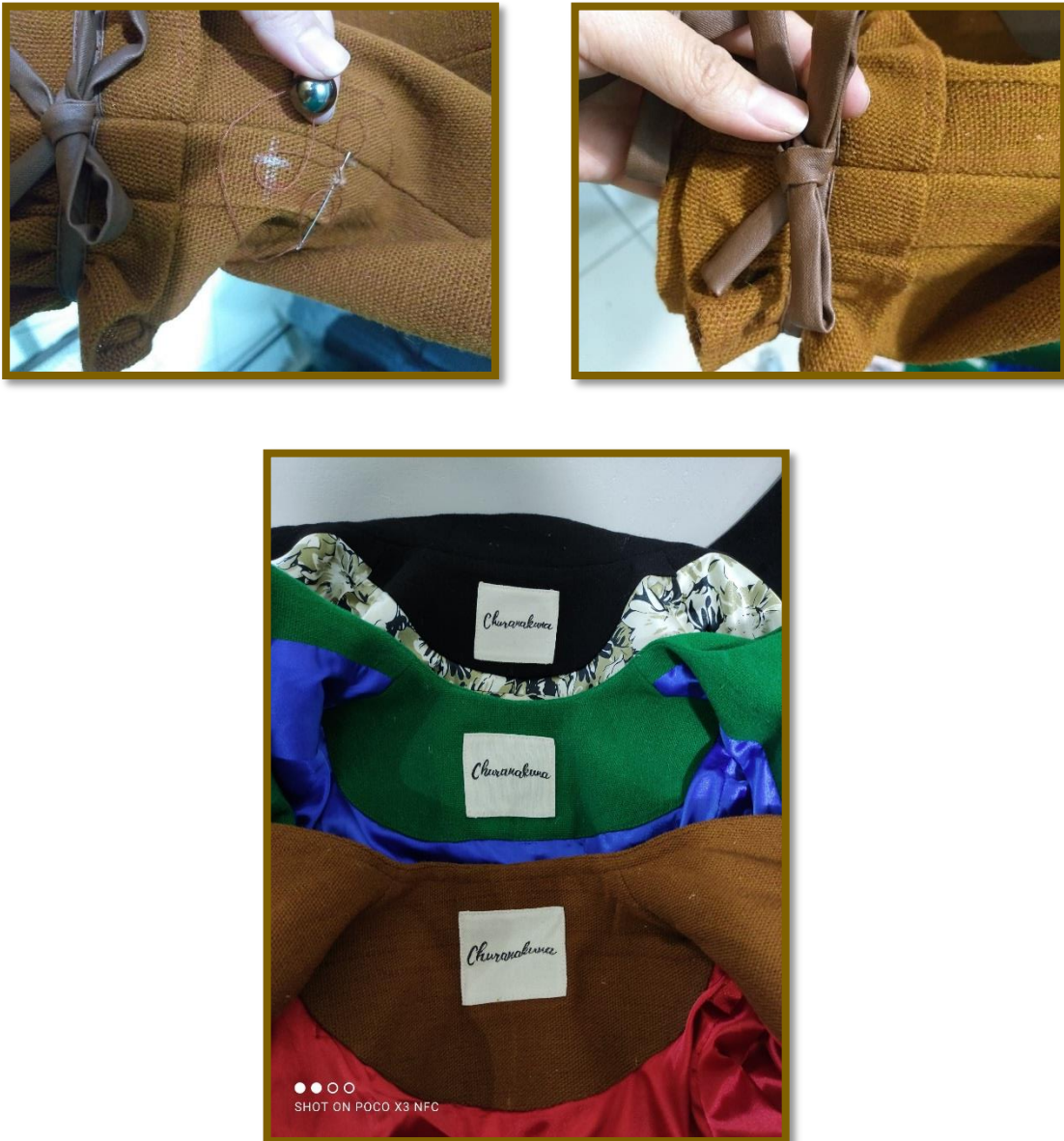
- Se cuelga la prenda para nuestra.

3.2.6.3.13 Tercera prueba y entrega de la prenda

Los pasos que se han seguido son los siguientes:

- Es para que el cliente quede satisfecho y se despeje cualquier duda que tenga con el traje o que le quede perfecto.
- La entrega de la prenda se realiza en una funda de tela en colgador.

Imagen 44. Acabados de las prendas



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Imagen 45. Acabado – Diseño 1







Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Imagen 46. Acabado – Diseño 2











Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

Imagen 47. Acabado – Diseño 3









Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.3.14 Cuidado de las prendas

Los Abrigos son prendas muy delicadas, no sólo por las telas con los que están hechas, sino también por su estructura, por lo cual requieren cierto cuidado como:

- Después de usarla pasarle la saca pelusa, ventilarla y guardarla
- Colgarlo en un gancho de hombros anchos para evitar que se deforme
- Se recomienda el lavado en seco, lavar a mano o programas de lavado delicado en la lavadora.
- Utilizar jabón neutro o detergente para ropa.
- Lavar a temperaturas bajas máxima de 30°C.
- No dejar en remojo.
- Utilizar la plancha tibia, nunca tener contacto directo con la prenda siempre se utiliza otra tela para evitar el brillo en la prenda.

3.2.6.4 Desarrollo del Plan de Marketing

En este punto se presenta el perfil del cliente objetivo, las características de mayor preferencia, los cuales han sido obtenidos por medio de un estudio de mercado, para de esta manera llegar a diseñar y crear los Abrigos en Alta Costura para Dama, utilizando la tela Bayeta de la tierra y así ser presentado y comercializado, con un nombre que identifique a la marca, un lugar donde sea accesible encontrarlo y a un precio que ofrezca calidad, para poder posicionarnos en el mercado de la Alta Costura.

3.2.6.4.1 Análisis de la situación actual

Para saber a dónde vamos primero hay que ver quiénes somos y de dónde venimos, esto es el primer paso para un plan de marketing, es el análisis de la situación actual.

El mercado en la Alta Costura se mantiene al margen y podría llegar a tener un gran potencial. Los clientes no tienen una propuesta de vestuario nacional, ya que encuentran que existe problemas en cuanto a la calidad, precio, diseño y el tipo de material con qué y cómo se realizan las prendas nacionales, es por eso que buscan marcas extranjeras, pero el proyecto busca generar una marca que haga presencia de estas corrientes del diseño en el país, presentando productos del agrado al cliente, sostenibles en cuanto al material a ser utilizado y generar desarrollo.

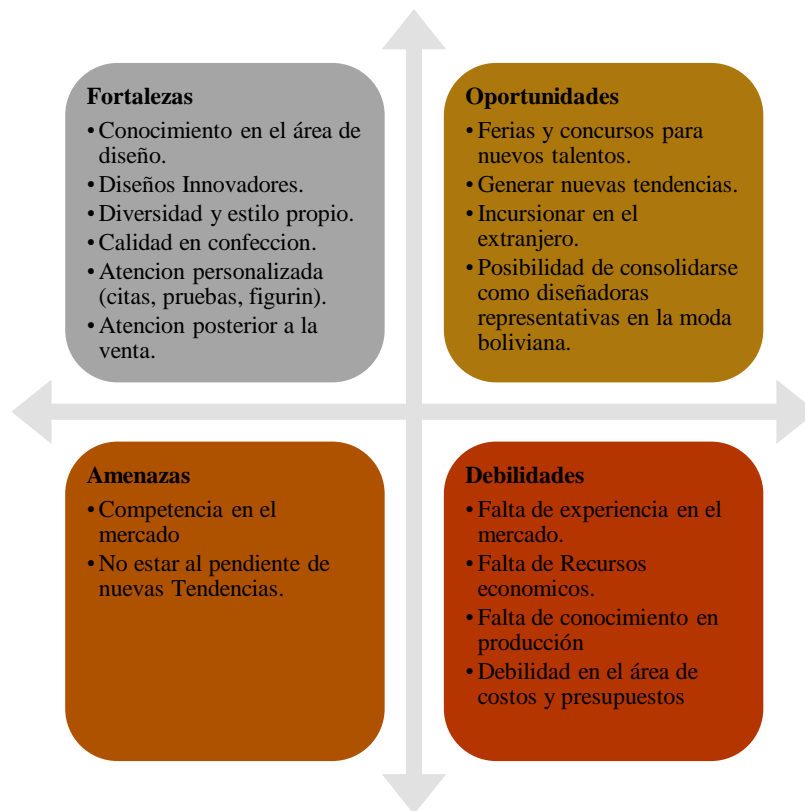
Para ello debemos considerar los aspectos externos e internos que toman en cuenta el mercado objetivo a la hora de comprar una prenda hecha a medida, de esta manera se podrá mantener o mejorar las características y cualidades del mismo.

Para un mejor análisis, podemos recurrir al análisis FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

- Las fortalezas son los aspectos internos positivos.
- Las oportunidades son los factores externos positivos.
- Las debilidades son aquellos aspectos internos negativos.
- Las amenazas también son un aspecto negativo, pero en este caso proceden del exterior.

En la Figura 13. serán descritos los diferentes puntos del análisis FODA en el sector de la Alta Costura.

Figura 13. Análisis FODA



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G.,2021.

3.2.6.4.2 *Análisis del cliente objetivo*

La propuesta va dirigida a mujeres económicamente independientes, que estén siempre atentas a la moda, actualizadas en la tecnología y al día con las nuevas innovaciones. Con los resultados del estudio de mercado se identificó el perfil del cliente objetivo, a continuación, descrito en la Tabla 34.

Tabla 34. Perfil del cliente objetivo

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Genero	Femenino
Edad	25 a 39 años
Nivel socioeconómico	Medio, medio - alto
Psicográficas	Personas independientes, extrovertidas, abiertas al cambio y que saben lo que quieren.

Fuente: Elaboración propia, en base a la segmentación en el estudio de mercado.

El estudio de mercado también no refleja, los aspectos externos que toma en cuenta a la hora de adquirir una prenda el mercado objetivo, los más importantes son: el precio, la comodidad y la calidad.

En cuanto a los aspectos internos, los más importantes son: el diseño y el corte.

3.2.6.4.3 *Marketing Mix*

El Marketing Mix es un análisis de comercialización que deberá estar encaminado a presentar las diferentes características del producto, fijar precios, promover y distribuir el producto, que satisfagan las necesidades del consumidor. Con el fin de lograr una introducción al mercado eficiente, se describen a continuación las siguientes estrategias de marketing mix, que contiene el producto, precio, plaza y promoción.

3.2.6.4.4 *Marca*

La marca es una combinación de un texto y un icono que se encuentran agrupados. El nombre de la marca es “**Churanakuna K & E**”, esta marca nace del emprendimiento e interés de trabajar, de dos jóvenes diseñadoras, Evelyn Gutiérrez y Karla Marquina, que se encargan de desarrollar proyectos relacionados al cosplay, alta costura y moda urbana, es de donde nace "Churanakuna K & E" que quiere decir en quechua “Vestimenta”. En la Imagen 48, se puede observar el logo de la marca.

Imagen 48. Logo



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.4.5 Etiqueta

La etiqueta es una parte importante del que puede estar visible en el empaque y/o adherida a la prenda misma. Estas etiquetas pueden contener información de marca, del diseñador, de control, o cualquier otra información que se considere necesaria. En la Imagen 49, se muestra su diseño tentativo.

Imagen 49. Etiqueta



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

3.2.6.4.6 Precio

El análisis del precio es prioritario en la comercialización, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y definirá el nivel de ingresos, el objetivo de la misma será lograr la supervivencia y maximización de las utilidades con el liderazgo en la calidad del producto.

La propuesta del precio de cada modelo a elaborar, está en base al estudio de mercados realizado anteriormente y el costo de producción.

En el estudio de mercado se obtuvo que:

- Las personas que se realizaron una confección de un abrigo a medida, llegaron a pagar un precio entre 150 Bs. a 3000 Bs.
- El mercado objetivo, está dispuesto a pagar un precio menor a 700 Bs, y a un precio entre 700 a 1500 Bs. Mientras que no están dispuestos a pagar más de 1500 Bs

La valoración del costo de producción indica que:

- El costo unitario es de 752,17 Bs y la utilidad es del 10% del costo unitario, proponiendo un precio final de 827,38 Bs.

3.2.6.4.7 Distribución

El canal de distribución que se establece, se muestra en la Figura 14 de la siguiente manera:

Figura 14. Canal de distribución.



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

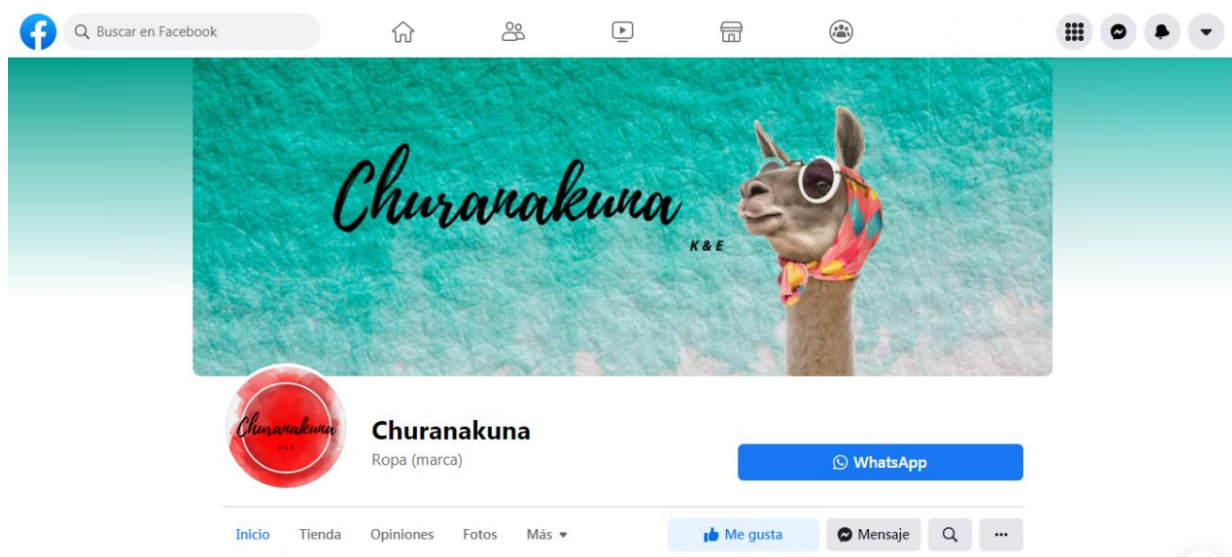
Para el cumplimiento de los requerimientos del cliente este canal de distribución será utilizado para toda la Ciudad de Cochabamba.

3.2.6.4.8 Publicidad.

El presente proyecto, de acuerdo al estudio de mercado anteriormente realizado, tendrá como herramienta de publicidad el internet, en especial la red social Facebook, es una manera de darse a conocer. Las redes sociales están tomando fuerza no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, teniendo así una oportunidad en el mundo de la moda.

La Publicidad tiene como objetivo introducir la marca en la mente del consumidor que capte la mayor atención de clientes potenciales con capacidad adquisitiva suficiente para comprar el producto o requerir de un servicio exclusivo. En la Imagen 50, se muestra el diseño de la página de Facebook.

Imagen 50. Página de Facebook



Fuente: Evelyn C. Gutiérrez A. y Karla S. Marquina G., 2021.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados de la encuesta fueron contrario a nuestras expectativas. Primeramente, en la ciudad de Cochabamba una gran mayoría de la población femenina no quiere arriesgarse con colores innovadores y tampoco en diseños ya que prefieren cortes rectos y entalladas al cuerpo.

El asombro de la encuesta fue la disposición del pago justo por lo que llegarían a pagar por el abrigo tomando en cuenta el textil y la mano de obra de los diseñadores. También dio satisfacción que al llenar la encuesta muchas mujeres notaron la existencia de este textil e interés por este.

Se realizó varios bocetos como prueba para llegar al resultado final. Al imprimir los figurines técnicos facilito el trabajo de ensamblase y armado de las prendas, facilitando la ubicación detallada de los detalles, como bolsillos, ojales, etc.

En base de nuestra experiencia y conocimiento en esta materia y con la ayuda del manual de confección fuimos desarrollando los pasos de elaboración del abrigo desde el diseño hasta la entrega de la prenda en lo cual se demuestra en las fotos.

Comercializar los abrigos en una página ya existente con clientes fijos que conocen el trabajo es una gran ventaja al momento de vender.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES

Para el estudio de mercado se utilizó la técnica de recolección de datos, que es la encuesta, este permitió obtener información del perfil del cliente objetivo, los resultados de dicha

información son de suma importancia ya que es una de las bases para la creación de los de los abrigos, de esta manera satisfacer los gustos y preferencias de la clientela objetivo.

Para elaboración de las prendas, se estableció diferentes procesos y procedimientos, desde el diseño de los figurines hasta la presentación final de los abrigos, todo ello permitió establecer las características de aspecto interno y externo como ser, el diseño y la comodidad, por otra parte, el desarrollo de los abrigos permitió establecer los costos que se generan, tomando en cuenta el valor invertido en la realización de los abrigos y todos los requerimientos necesarios.

Para el plan de marketing, mediante los resultados del estudio de mercado se pudo establecer la estrategia de lo que es el marketing mix, el producto tiene una marca llamada “Churanakuna K &E”, para el precio se estableció un valor final de 827,38 Bs, para la plaza se estableció un canal de distribución directa del diseñador al cliente final, y finalmente para la publicidad se diseñó una página digital en la red social de Facebook.

6 RECOMENDACIONES

Se recomienda profundizar los estudios para determinar las características actuales en base a los requerimientos que reflejen la realidad actual del cliente objetivo, para mejorar e innovar la producción de prendas nacionales.

Se recomienda que el Instituto Tecnológico “María Cristina”, realice desfiles con los productos finales que se presenta en los Proyectos Integradores, permitiendo la exhibición de prendas hechas con fibras naturales y nacionales, tanto para damas como para caballeros.

Se recomienda que se profundice los estudios en base a la utilización de fibras naturales producidas nacionalmente para determinar factores que contribuyan al desarrollo del país.

7 BIBLIOGRAFIA

Andrespert. (5 de Marzo de 2020). *ANDRESPERT Academia de patronaje industrial y a medida, corte y confección, diseño de moda e indumentaria valenciana del S. XVIII.*

Obtenido de ANDRESPERT: <https://www.andrespert.com>

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico D. F.: The McGraw Hill.

- Capitales. (6 de Junio de 2017). *CORREO del Sur*. Obtenido de CORREO del Sur:
https://correodelsur.com/capitales/20170606_pese-al-contrabando-la-industria-textil-es-pilar-de-la-produccion-nacional.html
- Colomera, F. A. (28 de Octubre de 2018). *ACF Studio by Alejandra Colomera Frias*. Obtenido de ACF Studio by Alejandra Colomera Frias:
<http://www.alejandracolomera.com>
- CorporacionInformatica. (2020). *Corporacion Informatica*. Obtenido de <https://corporacioninformatica.com>
- Cruz, C. (12 de Abril de 2019). *cruzcostacostura*. Obtenido de [cruzcostacostura](https://www.cruzcostacostura.com):
<https://www.cruzcostacostura.com>
- CurioSfera. (2020). Origen y evolución de la Alta Costura.
- Definicion.de. (2021). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de>
- Definiciona. (15 de enero de 2015). *Definiciona*. Obtenido de Definiciona:
<https://definiciona.com>
- DIONI. (2019). *Maquinas de Coser DIONI*. Obtenido de Maquinas de Coser DIONI:
<https://www.maquinasdecoserdioni.com>
- DMX32. (2018). ¿Conoces la historia del abrigo? Aquí te la contamos toda. *DMX32* , 1-8.
- Escudero, C. (2019). *Bayeta de la Tierra*. Scribd.
- Farias, I. G. (2017). Fibras textiles naturales y moda sostenible. *Gabriel Farias Iribarrem*, 1-6.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la Investigaci6n*. Mexico D.F.: The McGraw Hill.
- Indvik, L. (2020). La historia de la Alta Costura en numeros (a travez del tiempo). *VOGUE*, 1-5.

- Juma Yar, G. E. (2013). Investigación de la microemulsión de la sílica como agente de rugosidad en un tejido satén compuesto de poliéster licra aplicado en una Colección de vestidos de coctel. Ibarra, Ecuador.
- Los Tiempos, P. (20 de Junio de 2014). *Bolivia Emprende*. Obtenido de Bolivia Emprende: <https://boliviaemprende.com/noticias/artezano-la-ropa-de-alpaca-abrigo-la-reina>
- Martí de Gili, F. (1945). *Metodo Teórico - Práctico de Corte Cofección del Vestido*. Buenos Aires.
- Mokate, K. M. (1998). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión*. Santafé de Bogotá: Ediciones Unidas.
- Pozuelo, D. d. (17 de Septiembre de 2019). *Diario de Pozuelo*. Obtenido de Diario de Pozuelo: <https://www.diariodepozuelo.es>
- QuestionPro. (2021). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/diseño-de-investigación/>
- Santa Cruz Moda, A. (20 de Julio de 2020). *SC moda*. Obtenido de SC moda: <https://santa-cruz.moda/diseñadores-de-moda-bolivianos-deisy-wende/>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: The McGraw Hill.
- Vicen. (2013). Historia de la Moda - Fashion History. *Moda en la Historia*, 1-2.
- Wikipedia. (29 de Mayo de 2021). *Wikipedia La enciclopedia libre*. Obtenido de Wikipedia La enciclopedia libre: <https://es.wikipedia.org/>

8 ANEXOS

ANEXO 1. Formulario de Google Form

The image shows a Google Form interface with two sections. The top section is titled 'Sección 1 de 4' and contains the main survey title and a brief introduction. The bottom section is titled 'Sección 2 de 4' and contains demographic questions. A vertical toolbar on the right side of the form provides editing options.

Sección 1 de 4

Encuesta para la realización de una "COLECCIÓN DE ABRIGOS EN ALTA COSTURA EN TELA BAYETA DE TIERRA PARA DAMAS"

Buenos días/tardes. Estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de abrigos con tela bayeta para damas. Le agradecemos por brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Datos Generales: Sexo

- Femenino
- Masculino

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 4

Datos Generales

Descripción (opcional)

Edad: *

- 25 - 29 años
- 30 - 34 años
- 35 - 39 años

Zona: *

- Norte
- Central
- Sud

Ingresos Mensuales: *

- Menor a 2000 Bs
- Entre 2000 y 5000 Bs
- Mayor a 5000 Bs

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección

Desarrollo de la Encuesta

Descripción (opcional)

¿Valora usted las prendas hechas en Bolivia? *

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es NO ¿Porque no valora las prendas hechas en Bolivia?

Texto de respuesta corta

¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza? *

Abrigo



Chaquetón



Gabardina



Chompa



¿Con que frecuencia compra la prenda? *

- Anual
- Dos veces al año
- Por estación
- Por temporada

¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida? *

- Sí
- No

Vertical toolbar with icons: Add (+), Copy, Translate, Image, Video, and List.

Vertical toolbar with icons: Add (+), Copy, Translate, Image, Video, and List.

Vertical toolbar with icons: Add (+), Copy, Translate, Image, Video, and List.

Vertical toolbar with icons: Add (+), Copy, Translate, Image, Video, and List.

Si su respuesta anterior es SI ¿Cuánto pago por la confección aproximadamente?

Texto de respuesta corta

¿Usted conoce la tela bayeta de la tierra? *

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es NO "La Tela Bayeta de la Tierra, es una tela hecha con fibra natural que corresponde a la lana de oveja." Continúe la encuesta.



¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela Bayeta? *

- Sí
- No

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección

Sección 4 de 4

Abrigos Hechos de Tela "Bayeta de la Tierra" ✕ ⋮

Descripción (opcional)

¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos? *

- Oscuros
- Neutros
- Coloridos

¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo? *

- Menor a 700 Bs
- Entre 700 a 1500 Bs
- Mayor a 1500 Bs

...

¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar la prenda de abrigos? *

- Boutique
- Galerías
- Ferias
- Otra...

¿A través de qué Red Social le gustaría saber de este producto? *

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- YouTube

...

¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta? *

- Comodidad
- Precio
- Moda
- Exclusividad
- Calidad

¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo? *

- Diseño
- Corte
- Bordados y Pedrería
- Color



...

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Descripción (opcional)



ANEXO 2. Población según edad quinquenal de la provincia Cercado


R E S U L T A D O S


Censo de Población y Vivienda 2012

▶ NOTAS IMPORTANTES

▼ ESTADÍSTICAS BÁSICAS

▶ FRECUENCIAS

▼ CRUCE DE VARIABLES

- De Vivienda
- De Población
- De Emigrantes
- De Discapacidad
- Cruce Múltiple

▶ PROMEDIOS

▶ ANÁLISIS DE DATOS CENSALES

▶ MAPAS TEMÁTICOS

▶ INFORMACIÓN GENERAL

AREA # 0301 **Cercado**

Edad Quinquenal	Es mujer u hombre		Total
	Mujer	Hombre	
0 a 4 años de Edad	30.626	32.119	62.745
5 a 9 años de Edad	27.699	28.708	56.407
10 a 14 años de Edad	29.801	30.562	60.363
15 a 19 años de Edad	34.257	32.040	66.297
20 a 24 años de Edad	35.566	34.005	69.571
25 a 29 años de Edad	29.340	27.741	57.081
30 a 34 años de Edad	26.627	24.430	51.057
35 a 39 años de Edad	21.536	19.528	41.064
40 a 44 años de Edad	18.130	16.295	34.425
45 a 49 años de Edad	15.386	13.145	28.531
50 a 54 años de Edad	13.732	11.920	25.652
55 a 59 años de Edad	11.235	9.377	20.612
60 a 64 años de Edad	9.684	7.887	17.571
65 a 69 años de Edad	7.445	5.891	13.336
70 a 74 años de Edad	5.725	4.129	9.854
75 a 79 años de Edad	3.909	2.698	6.607
80 a 84 años de Edad	3.590	2.356	5.946
85 a 89 años de Edad	1.993	1.239	3.232
90 a 94 años de Edad	748	451	1.199
95 y mas años de Edad	307	156	463
Total	327.336	304.677	632.013

<http://datos.ine.gob.bo/binbol/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=CPV2012COM&lang=ESP>

ANEXO 3. Hoja de Encuesta Piloto

Buenos días/tardes. Estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de abrigos con tela bayeta para damas. Le agradecemos por brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

A: Datos Generales

1. Sexo: Femenino Masculino
2. Edad: 25 – 29 años 30 – 34 años 35 – 39 años
3. Zona donde vive: Norte Central Sud
4. Ingresos al mes: Menor a 2000 Bs Entre 2000Bs a 5000 Bs Mayor a 5000 Bs

B: Desarrollo de la Encuesta

5. ¿Valora usted las prendas hechos en Bolivia? SI NO

Si su respuesta es **SI** pase a la pregunta 7, si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 6 y **continúe**.

6. ¿Porque no valora las prendas hechas en Bolivia?.....

7. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?

Abrigo Chaquetón Gabardinas Compas

8. ¿Con que frecuencia compra la prenda?

Anual Dos veces al año Por estación Por temporada

9. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar este tipo de prendas a medida?

SI NO

Si su respuesta es **SI** pase a la pregunta 11, si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 10 y **continúe**.

10. ¿Cuánto pago por la confección aproximadamente?.....

11. ¿Usted conoce la tela bayeta de la tierra? SI NO

Si su respuesta es **SI** continúe, si su respuesta es **NO** “La Bayeta es una tela hecha con fibra natural que corresponde a la lana de oveja.” Continúe la encuesta.

12. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela Bayeta? SI NO

Si su respuesta es **SI** continúe, si su respuesta es **NO finalizó la encuesta**.

13. ¿Usted prefiere los abrigos?

- Oscuros Neutros Coloridos
14. ¿Cuál es el precio que usted paga por un abrigo?
 Menor a 500 Bs Entre 500 a 1000 Bs Mayor a 1000 Bs
15. ¿Al comprar un abrigo que aspectos tiene en cuenta?
 Comodidad Precio Moda Aspecto de la tela
 Exclusividad Calidad
16. ¿En qué lugar preferido compraría esta prenda?
 Boutique Galerías Ferias Otros.....
17. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?
 Diseño Corte Comodidad Bordados Pedrería Color

¡Muchas Gracias por su colaboración!

ANEXO 4. Hoja de Encuesta Final

Buenos días/tardes. Estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de abrigos con tela bayeta para damas. Le agradecemos por brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

A: Datos Generales

1. Sexo: Femenino Masculino

Si su respuesta es Femenino, **continúe**. Si su respuesta es Masculino, **finalizó la encuesta, “Gracias por su colaboración”**.

2. Edad: 25 – 29 años 30 – 34 años 35 – 39 años

3. Zona donde vive: Norte Central Sud

4. Ingresos al mes: Menor a 2000 Bs Entre 2000Bs a 5000 Bs Mayor a 5000 Bs

B: Desarrollo de la Encuesta

5. ¿Valora usted las prendas hechos en Bolivia? SI NO

Si su respuesta es **SI** pase a la pregunta 7, si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 6 y **continúe**.

6. ¿Por qué no valora las prendas hechas en Bolivia?

7. ¿En temporada de Otoño/Invierno que tipo de prenda utiliza?

Abrigo Chaquetón Gabardina Chompas

8. ¿Con que frecuencia compra la prenda?

Anual Dos veces al año Por estación Por temporada

9. ¿En alguna ocasión se mandó a confeccionar un abrigo a medida?

SI NO

Si su respuesta es **SI** pase a la pregunta 11, si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 10 y **continúe**.

10. ¿Cuánto pago por la confección aproximadamente?.....

11. ¿Usted conoce la tela “Bayeta de la Tierra”? SI NO

Si su respuesta es **SI** **continúe**, si su respuesta es **NO** **“La Tela Bayeta de la Tierra, es una tela hecha con fibra natural que corresponde a la lana de oveja.”** **Continúe** la encuesta.

12. ¿Usted vestiría un abrigo hecho con tela “Bayeta de la Tierra”? SI NO

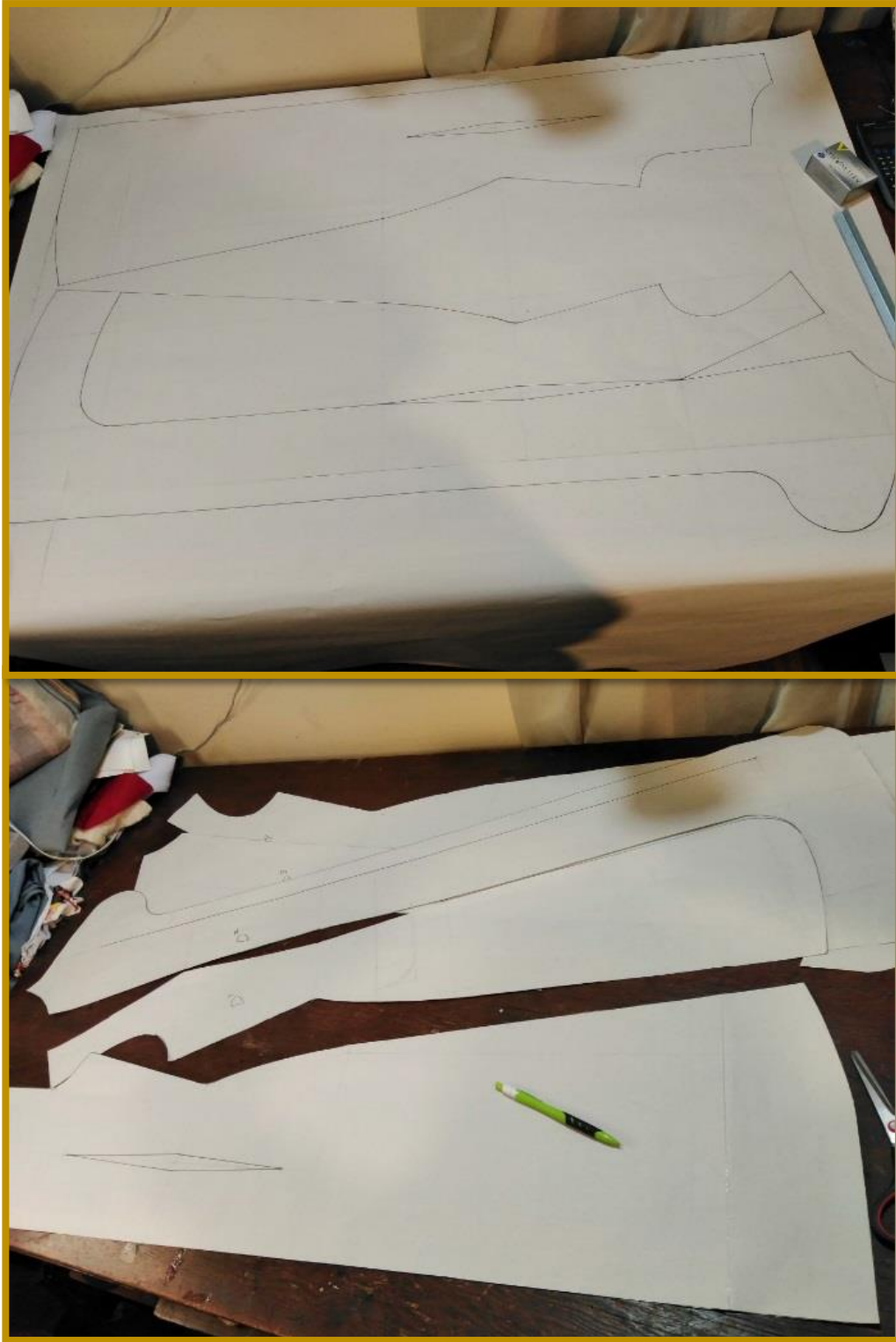
Si su respuesta es **SI** pase a la pregunta 13, si su respuesta es **NO finalizó la encuesta, “Gracias por su colaboración”**.

C: Abrigos Hechos de Tela "Bayeta de la Tierra"

13. ¿Cuál es de su preferencia el color en los abrigos?
 Oscuros Neutros Coloridos
14. ¿Hasta qué precio está usted dispuesta a pagar por un abrigo?
 Menor a 700 Bs Entre 700 a 1500 Bs Mayor a 1500 Bs
15. ¿Cuál es el lugar de preferencia para comprar los abrigos?
 Boutique Galerías Ferias Otros.....
16. ¿A través de qué red social le gustaría saber de esta prenda?
 WhatsApp Facebook Instagram YouTube
17. ¿Al comprar un abrigo, qué aspectos tiene en cuenta?
 Comodidad Precio Moda Exclusividad Calidad
18. ¿Qué le gusta que sobresalga en un abrigo?
 Diseño Corte Bordados y Pedrería Color

¡Muchas Gracias por su colaboración!

ANEXO 5. Trazado de patrón base largo en papel sabana



ANEXO 6. Trazado de patrón de manga

