



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

MANUAL DEL PROCESO DE DISEÑO APLICADO A CHAQUETAS
ARTESANALES PARA LA ASOCIACIÓN DE AJ'QUEN

CRISTA LAYLLE ARREAGA
Guatemala, 11 de febrero de 2012



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

MANUAL DEL PROCESO DE DISEÑO APLICADO A CHAQUETAS
ARTESANALES PARA LA ASOCIACIÓN DE AJ'QUEN

TESIS

Presentada al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño

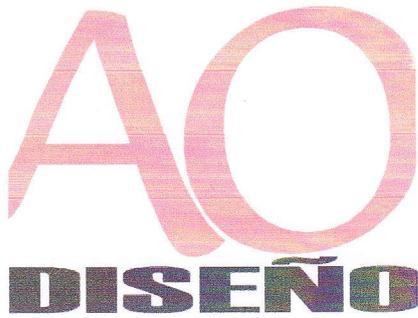
Por

CRISTA LAYLLE ARREAGA

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO INDUSTRIAL DEL VESTUARIO

Guatemala ,11 de febrero de 2012



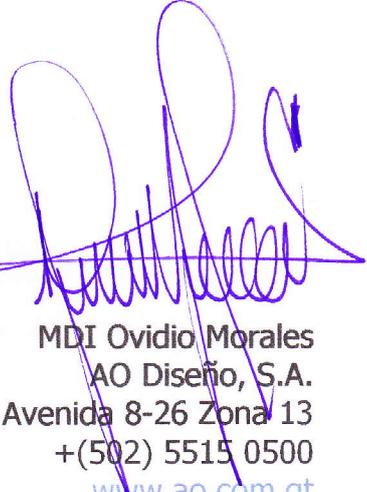
Guatemala 6 de diciembre de 2011

Señores
Facultad de Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Sirva la presente para comunicarles que he asesorado el proyecto de graduación titulado "Manual del proceso de diseño aplicado a chaquetas artesanales para la Asociación de Aj'Quen", el cual fue desarrollado por la alumna Crista Laylle Arreaga, carné 1883-06, de la Carrera de Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, correspondiente a la Facultad de Arquitectura y Diseño.

Lo he revisado y a mi criterio lo encuentro satisfactorio y listo para ser presentado a las instancias correspondientes.

Atentamente,



AO
DISEÑO

MDI Ovidio Morales
AO Diseño, S.A.
15 Avenida 8-26 Zona 13
+(502) 5515 0500
www.ao.com.gt

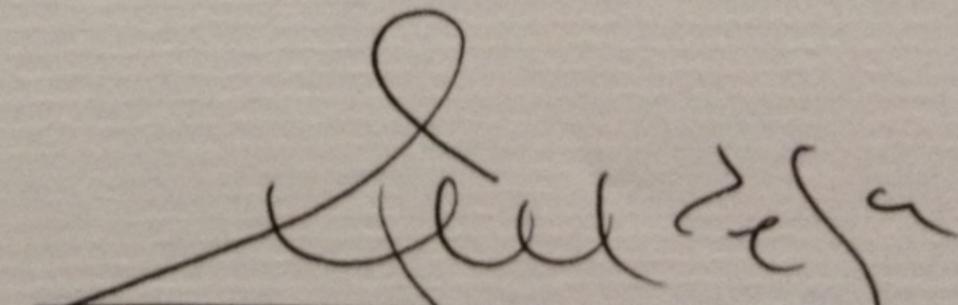
Guatemala, 6 de diciembre de 2011

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **CRISTA LAYLLE ARREAGA**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

**“MANUAL DEL PROCESO DE DISEÑO APLICADO A CHAQUETAS
ARTESANALES PARA LA ASOCIACIÓN DE AJ’QUEEN”**

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Industrial del Vestuario.



Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

1. ÁREA GEOGRÁFICA	1
1.1 CHIMALTENANGO	1
1.1.1. Aspectos físicos	1
1.1.2. Actividades Económicas	2
1.2. ASOCIACIÓN AJ´QUEN	2
1.2.1 Experiencia Comercial	3
2. TRAJE SASTRE	4
2.1 HISTORIA	4
2.2 LA EVOLUCIÓN DEL TRAJE SASTRE	5
2.2.1 “Frac, Cuello-solapa y sombrero de copa”	7
2.2.2 Era Democrática “Chaqueta y corbata”	7
2.2.3 Del traje masculino al femenino	8
3. DISEÑO	10
3.1.TIPOS DE DISEÑADOR	10
3.1.1 Diseñador-productor	10
3.1.2 Diseñador integrado en la empresa	10
3.1.3 Diseñador freelance	10
3.2 ELEMENTOS DE DISEÑO	11
3.2.1 Línea	11
3.2.1.1Cambios en la línea de diseño del traje del uso del traje	11
3.2.1.2. Ocasión del uso del traje (línea+color+textura)	11
3.2.2 Color	12
3.2.3 Textura	12
3.2.3.1. Telas tradicionales guatemaltecas	13
4. CONFECCIÓN/ PRODUCCIÓN	15
4.1.HISTORIA	15
4.1.1. Alta Costura	15
4.1.2. Prêt-à-porter	16
4.1.2.1. Prêt -à-`porter de lujo	16
4.1.2.2. Mass Market o gran difusión	16
4.2. PRODUCCIÓN ARTESANAL	17
4.2.1. Producción artesanal en Guatemala	17
5. DIAGNÓSTICO	19
5.1. PROBLEMÁTICA	19
5.2. ÁREA DE ESTUDIO	19
5.3. ESTUDIO DE MERCADO	20
5.4. DEBILIDADES Y FORTALEZAS	20
6. MARCO LÓGICO	22
6.1. SITUACIÓN ACTUAL	22

6.1.1. Análisis de Involucrados	22
6.1.2. Análisis del Problema	23
6.2. SITUACIÓN DESEADA	24
6.2.1. Análisis de objetivos	24
6.2.2. Análisis de alternativas	25
6.3. EL PROYECTO: MARCO LÓGICO	26
7. MARCO METODOLÓGICO	27
7.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	27
7.1.1. Metodología e instrumentos que se proponen para sustentar la hipótesis de este trabajo de investigación	27
7.1.2. Investigación.	27
7.2. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
7.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	28
7.3.1. Entrevista	28
7.3.2. Encuesta	28
7.3.2.1. Gráficas y Análisis de resultados	29
8. PROPUESTA DE DISEÑO	
8.1. FUNDAMENTO DE DISEÑO	31
8.2. MERCADO OBJETIVO	32
8.3. MARKETING MIX	33
8.4. DESARROLLO DEL DISEÑO	33
8.4.1. TENDENCIA E INSPIRACIÓN	33
8.4.2. PRINCIPIOS DE DISEÑO	34
8.5. COLECCIÓN	35
8.6. HOJAS DE ESPECIFICACIÓN	38
8.7. DESARROLLO DE MUESTRA TALLA “M”	46
8.7.1. Desglose patrón Base	46
8.7.2. Prueba de lavados	46
8.7.3. Detalle Minimarker	48
8.7.4. Escalado Tallas S-M-L.	49
8.7.5. Costeo	49
8.7.6. Empaque y Tag	50
8.7.7. Fotografías proceso muestra	51
9. MANUAL	52
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS.	

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

No.	Título	Página
1	Traje Sastre	5
2	Bonnart 1674	5
3	Gravelot 1730	6
4	La Mesángère 1808	6
5	Frac 1875	7
6	Levita 1915	7
7	Hábit a la Francaise	8
8	Chanel 1967	9
9	Estampados del traje sastre	13
10	Producto/diseño	33
11	Trench coat	34
12	Líneas	34
13	Estilo No.1	35
14	Estilo No.2	36
15	Estilo No.3	36
16	Estilo No.4	36
17	Estilo No.5	37
18	Estilo No.6	37
19	Estilo No.7	37
20	Desgloce	46
21	Minimarker	48
22	Escalado	49
23	Tag	50

TABLAS

No.	Título	Página
1	F.O.D.A.	20
2	Involucrados	22
3	Alternativas	25
4	Marco Lógico	26
	Hojas de especificación	38
5	Prueba de lavados	47

DIGRAMA

No.	Título	Página
1	Causa y efectos	23

GRÁFICAS

No.	Título	Página
1	¿Para qué ocasión utilizaría una chaqueta de este tipo?	29
2	Colores de preferencia.	30
3	Precio que pagaría por una chaqueta con aplicaciones típicas	30

FOTOGRAFÍAS

No.	Título	Página
1	Telas tradicionales	14
2	Carta textil	35
3	Tela muestra	46
4	Empaque	50
5	Fotografías proceso muestra	51

INTRODUCCIÓN

La producción artesanal de Guatemala son todas aquellas obras y trabajos elaborados por cierta población de cierta región, comunidad, aldea, etc., los cuales en su mayoría son fabricados a mano, con poca intervención de maquinaria, habitualmente son objetos.

Toda artesanía se ve amenazada por los avances tecnológicos, en algunos casos se está desapareciendo por completo. En Guatemala no se aprecia el valor que la artesanía aporta tanto económica como social y culturalmente. Sin embargo, los visitantes extranjeros aprecian su valor, y por ello, son los mayores consumidores de éste mercado.

Muchas familias del interior de la República se dedican a fabricar y producir artesanías, muchas veces el producto va de generación en generación en pequeños y humildes talleres. Estas familias conforman a un gran porcentaje de los pequeños empresarios, ya que contribuyen con la economía tanto familiar como nacional.

Entre las principales artesanías guatemaltecas se encuentran las siguientes:

Ponchos de lana, bufandas, sombreros de palma, tejidos de algodón, trabajos en cuero para estuches, sillas de montar, tejidos de lana de oveja, bordados en hilo de oro y plata, bolsas de cuero, bolsas y hamacas de pita de maguey, tejidos típicos; jarcia en productos como bolsas, redes, hamacas etc....

Los tejidos elaborados en telares de cintura pasan a ser parte de la historia del país. Hoy, es común observar a las mujeres indígenas de diferentes regiones vistiendo prendas comerciales que sustituyen el traje típico maya. En la mayoría de regiones del país el uso del güipil tejido en telar de cintura está cediendo ante otras opciones, como las blusas confeccionadas a nivel industrial que resultan ser mas accesibles.

El problema no es solamente de precios, ya que abarca otras causas. Fabiana Flores, directora del Programa de Educación del Museo Ixchel, dice que actualmente muchas de las mujeres indígenas ya no tejen porque “salen de sus comunidades a estudiar o trabajar”.

Lo más grave es que las madres indígenas ya no transmiten a sus hijos el arte de tejer. Esta situación repercute en la pérdida acelerada de la tradición de tejer, que es parte de la identidad nacional. La tradición textil maya en la sociedad guatemalteca es parte de la

herencia cultural milenaria de los grupos indígenas, y los tejidos producidos en telar de cintura han sido considerados parte del patrimonio cultural. Su elaboración involucra no sólo el manejo de los materiales y del telar, sino también las diferentes técnicas y formas de tejer.

En el departamento de Chimaltenango se localiza la Asociación Aj'Quen, es una asociación de tejedoras, tejedores y sastres quienes trabajan en un esfuerzo colectivo para la producción artesanal textil de telas tejidas en telares de cintura.

En el área rural de Guatemala, gran parte de la población obtiene sus ingresos a través de la producción textil, por lo que es indispensable, estimular la diversificación de los productos, principalmente, los menos explotados.

Este proyecto de investigación fue realizado con el propósito de indagar y profundizar en el tema de los productos artesanales elaborados con telas tradicionales tejidas en telar de cintura, específicamente, los que se producen en la Asociación Aj'Quen.

El problema se identificó a través de la investigación metodológica basada en entrevistas y encuestas dirigidas tanto al consumidor potencial como al artesano, y también, por medio de la observación de la actividad comercial en los mercados de artesanías de la ciudad, Antigua Guatemala y Chimaltenango. El problema que se identificó y que da origen a este trabajo, es la falta de diversificación de productos textiles elaborados con telas que producen las tejedoras de Aj'Quen, cuya demanda es baja y, por consiguiente, no se incrementan los ingresos. Se propone solucionar esta problemática por medio de la utilización de un manual que ilustra el proceso de diseño y sus etapas aplicado a chaquetas para mujeres. Esta solución plantea la posibilidad de que los artesanos utilicen las telas que ellos producen en nuevas líneas de productos desarrollados y diseñados propiamente por la asociación.

El diseño de chaquetas confeccionadas con tejidos tradicionales contribuye a la diversificación de los productos textiles artesanales. La producción de chaquetas con telas tejidas a mano es una buena alternativa, toda vez que el trabajo se enfoque mercado objetivo y se dirija a cubrir sus necesidades, se realice el patronaje y control de calidad adecuados, así como también mantener un precio accesible del producto final.

El marco teórico, metodología e instrumentos se proponen para sustentar la hipótesis de éste proyecto, ¿Se incrementarán o no los ingresos de las tejedoras de Aj'Quen, Chimaltenango, si se emplean las telas que ellas producen artesanalmente en diseños nuevos e innovadores de chaquetas?

En el contenido se plantean aspectos como la historia de los tejidos mayas, procesos y acabados, historia de la sastrería y su origen y los tipos de confección y cortes del traje sastre.

El estudio de ésta investigación será de utilidad directa para Aj'Quen y los grupos de mujeres que conforman ésta asociación. También podrá ser de gran utilidad para los artesanos externos a la asociación de Aj'Quen interesados en diversificar sus productos en vías a generar mayores ingresos.

Los objetivos directos son utilizar eficientemente las telas que producen los artesanos de Aj'Quen, Chimaltenango, diversificando el producto textil por medio de la utilización del manual de diseño y su proceso. Los objetivos específicos son enseñarles a diseñar a los artesanos de la asociación, utilizando eficientemente los textiles que ya producen. También, que puedan ampliar la gama de productos textiles e incrementar gradualmente las ventas y producción. Como objetivo también se desea incentivar a otros grupos involucrados a la rotación de productos textiles, trabajando en base a tendencias y utilizando un estudio de mercado.

1. ÁREA GEOGRÁFICA

1.1 CHIMALTENANGO

Es un departamento que se encuentra situado en la región Central de Guatemala a tan solo 54 kilómetros de la Ciudad Capital. Su nombre se puede descomponer de la siguiente forma: *Chimal* = escudo y *tenango* = lugar amurallado, lo que daría La muralla de escudos. Este nombre le fue dado por haber sido plaza militar fortificada.

En 1462 el grupo cakchiquel se separó del dominio K'iché y fundó su capital en una nueva región del lugar llamado Iximché, donde además los españoles fundaron la primera capital de Santiago de los Caballeros de Guatemala, el 25 de julio de 1524, y a partir de esta fecha se introdujo el idioma castellano o español que se dio a conocer como la lengua de los colonizadores.

En 1825 Chimaltenango y Sacatepéquez formaban un solo departamento y no fue sino hasta el 12 de septiembre de 1839, cuando la Asamblea Constituyente los dividió en departamentos separados.

En este departamento fue relevante la firma del acta de Patzún el 3 de junio de 1871, que consolidó el triunfo del general Justo Rufino Barrios y los Reformistas, dando auge a diversas políticas de la época.¹

Al igual que en el resto del país, la historia de Chimaltenango se reduce a tres periodos; el aborígen o indígena, el hispánico y el republicano.²

1.1.1. Aspectos físicos. La Cabecera Departamental cuenta con varias vías de acceso, se puede apreciar un parque nacional como los aposentos y sitios Arqueológicos como lo son: Chimaltenango, Herón, San Carlos, Santa Sofía, El Rancho, La Alameda, Santa Fe, Selle de gran importancia para la cabecera Departamental de Chimaltenango caracterizada por ser la ciudad de los escudos.³

¹ "Chimaltenango" 2 Nov. 2010 Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Chimaltenango_\(departamento\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Chimaltenango_(departamento))

² "Ciudad de los escudos" 2 Nov. 2010 disponible en: <http://www.chimaltenango.org/lista-de-municipios/chimaltenango>

³ Medio físico" 2 Nov. 2010 Disponible en: <http://www.chimaltenango.org/lista-de-municipios/chimaltenango>

1.1.2. Actividades Económicas. La mayor producción con que cuenta esta población son los granos básicos, verduras, legumbres y gran variedad de frutas. La tenencia de la tierra en las partes donde siembran es propia y en algunos casos se alquila, ubicada a orillas de barrancos y laderas muy pendientes para la agricultura.

En el departamento existen habitantes con profesión de: peritos contadores comerciales, peritos en Electricidad, Mecánicos Automotrices, Dibujantes técnicos, Maestros en Ciencias y Letras, Bachiller en Computación, Bachiller Industrial, así como también personas de baja escolaridad, no existe un número exacto de personas desempleadas dentro del municipio. En la cabecera Departamental de Chimaltenango la única alternativa que existe de trabajo es la Industria, existen maquilas y talleres artesanales en donde les es muy bien remunerado su tiempo y el trabajo no requiere mucha experiencia⁴

1.2. ASOCIACIÓN AJ'QUEN

Es una de las asociaciones de tejedores artesanales más antigua y más grande de Guatemala, que aglutina a hombres y mujeres mayas, quienes trabajan en un esfuerzo colectivo y solidario para la producción artesanía textil en los telares más originales y folclóricos del país.

Aj'Quen cuyo nombre en cakchiquel significa "El Tejedor", está conformada por 26 grupos asociados que hacen un total de 800 personas; todos descendientes de los cuatro grupos mayas: Quiché, Cakchiquel, Tzutujil y Kekchí. Aunque su sede se encuentra en Chimaltenango, tejedoras y tejedores originarios de Sololá, Quetzaltenango, Totonicapán, Alta Verapaz y Chimaltenango se reúnen para la elaboración de lienzos artesanales y al mismo tiempo, reciben capacitación para mejorar sus formas de producción procurando su desarrollo integral.

La mayoría de artesanos son mujeres, quienes trabajan en telares de cintura y telares de pedal. Elaboran distintos artículos personales, manteles y una gama de manualidades; todos producidos con un sello único y artesanal, propio de la región y de cada mano que lo trabaja. Aj'Quen fue fundada en febrero de 1989 por la iniciativa de

⁴ ACTIVIDADES ECONÓMICAS" 2 Nov. 2010 DISPONIBLE EN: <http://www.chimaltenango.org/lista-de-municipios/chimaltenango>

diferentes grupos de artesanos organizados, quienes motivados por la cultura artesanal, la búsqueda de mejores mercados y la preservación de la identidad, decidieron unirse para hacer piezas que sellen el color de la diversidad.

Los grupos de artesanos que conforman Aj'Quen se proyectan como testimonio de que es posible organizar eficientemente las relaciones productivas a partir de principios de equidad y solidaridad humana. Aj'Quen comprende 26 grupos de mujeres tejedoras de las etnia maya: Kac'chiquel, Quiche', Quekchi, Tzutujil en los departamentos de Chimaltenango, Sololá, Alta Verapaz y Totonicapán.

Producen productos de alta calidad, 100% algodón, según las antiguas tradiciones del telar a cintura y telar a pie. Los grupos de Aj'Quen son:

- Grupo Cmdec, Comolapa, Chimaltenango
- Grupo Rii Tzam, Alta Verapaz.
- Grupo Asodemi, Alta Verapaz.
- Grupo Tzaput, Sololá.
- Grupo Almanecer, Sololá.
- Grupo El Progreso, Sololá.
- Grupo de Atitlán.

1.2.1. Experiencia comercial. Aj'Quen se ha especializado en la elaboración de textiles exportándolos mayormente a Europa, así como a Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Canadá. Todo lo que se ha logrado en la actualidad es producto de los esfuerzos y la organización grupal de los artesanos de las diferentes regiones del Altiplano y el Norte del país, así como la cooperación de los diferentes socios internacionales que promueven en sus países el movimiento del comercio justo para el bienestar de nuestros artesanos y artesanas y la concientización por parte de los compradores de esos países más desarrollados.⁵

⁵ "LIENZOS QUE UNEN LA CULTURA MAYA" 1 Nov. 2010 DISPONIBLE EN: <http://www.ajquen.com/>

2. TRAJE SASTRE

2.1. HISTORIA

A lo largo de la historia de la humanidad, se ha visto en el vestuario un sin fin de cambios que reflejan la evolución del hombre, su inteligencia y desarrollo de las sociedades. El ser humano desde la época primitiva se vio obligado a cubrirse del medio ambiente con algún tipo de atuendo y con el paso del tiempo, fue evolucionando su vestimenta que luego de surgir como una necesidad básica, nace el sentido estético dándole así un significado simbólico.

“En las sociedades antiguas, la indumentaria destaca como uno de los medios más elocuentes para resaltar a los más ricos y poderosos de una sociedad”⁶. Gracias a ciertos personajes importantes de la historia, como presidentes, y artistas, el vestuario utilizado por ellos como el traje sastre, a cobrado significado de poder, éxito, prestigio y clase.

El traje sastre evoluciona con el tiempo y surge de la modificación de estilos de chaquetas en colores, línea, textil, situaciones de uso, importancia y sobretodo su imagen hasta llegar a ser lo que hoy es el clásico traje sastre. Comienza siendo un traje de tres piezas (chaqueta, pantalón y chaleco) que lo utilizaban principalmente sólo los hombres para trabajo ejecutivo o formal y es de las prendas históricas más representativas ya que ha perdurado en el tiempo con mas de dos siglos de existencia siendo un símbolo de elegancia, poder y clase.

El chaleco es una prenda de vestir sin mangas, con abotonadura al frente sencilla o doble con traslape. Cuando fue creada, se hizo con el fin de abrigar el pecho bajo la chaqueta. Hoy en día es un complemento femenino y masculino que acompaña vestidos, faldas y pantalones. El chaleco se comenzó a utilizar en el reinado de Luis XIV y se usaba con mangas, elaborado en tejidos finos y lleno de bordados. En el siglo XVIII perdió las mangas y se acortó. Al principio fue solo una prenda masculina que se llevaba encima de la camisa y debajo del saco. Las mujeres lo empezaron a usar en los comienzos del siglo XX tomados del guardarropa masculino.

⁶ MIRALBÉS DE POLANCO, Rosario, LA INDUMENTARIA DE LAS MUJERES MAYAS Y EL CONCEPTO MODERNO DE LA MODA, OCTUBRE DEL 2009

Figura No.1
Traje sastre



Fuente: <http://www.modafashionblog.com/>

2.2 LA EVOLUCIÓN DEL TRAJE SASTRE

El traje formal de hombre nace en Francia con Luis XIV. Consta de una camisa blanca, corbata, chaqueta, chaleco y pantalón. La chaqueta con una silueta “A” se denomina en Francia *justaucorps* y en España casaca. Los calzones se utilizan desde los primeros días del Renacimiento y aguantarán hasta la Revolución.

Figura No.2
Bonnart, 1674



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

Figura No.3
Gravelot, 1730



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

Durante el siglo XVIII el chaleco se mantiene largo como la casaca, pero ambas piezas, aunque todavía puedan lucirse en terciopelo y tejidos preciosos, han perdido ornamentos y brillantez convirtiéndose poco a poco al traje contemporáneo sobrio.

Figura No.4
La Mésangère, 1808



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

2.2.1 “Frac, Cuello-solapa y sombrero de copa”. La Revolución francesa enaltece a los *Sans-culottes* (sin pantalones cortos), es decir, las personas comunes que en vez de vestir culottes y medias de seda, como los nobles, visten pantalones. El culotte queda como una imagen del pensamiento conservador y antidemocrático contribuyendo a que se abandone en 1820.

Figura No.5
Frac 1875



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

2.2.2 Era Democrática “Chaqueta y corbata”. Concluido el Segundo Imperio (1870), se impone por doquiera el traje con chaqueta de levita corta y la corbata moderna sin el nudo. Los pantalones también cambian a ser mas holgados para proporcionar confort. Se utilizan solo colores oscuros y se crea una imagen de uniforme, distrayendo la atención de los hombres hacia los deportes y carruajes.

Figura No.6
Levita 1915

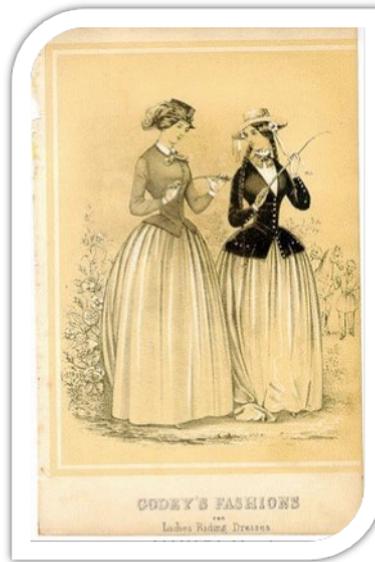


Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

En 1900 se consolidan dos detalles que van a caracterizar a los pantalones del traje masculino durante medio siglo: los ruedos volteados y el quiebre.

2.2.3 Del traje masculino al femenino. La chaqueta se fue adaptando en Europa durante el siglo XVIII y luego tomado de la silueta masculina surge el traje de montar femenino con chaqueta y falda en 1770 llamado “hábit a la francaise”.

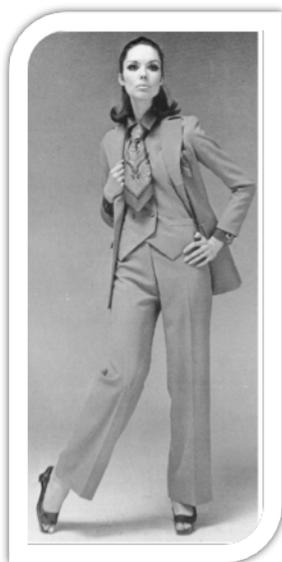
Figura No.7
Hábit a la francaise



Fuente: <http://misteriolondres.blogspot.com/2009/05/victorian-fashion-1840-ii-moda-femenina.html>

El traje sastre de mujer lo introdujo Coco Chanel en 1914. Chanel se apropió de los principios básicos de la elegancia masculina como la calidad, comodidad y proporciones que presentan un cuerpo sexualmente atractivo sin necesidad de exhibirlo y se los reveló a las mujeres que querían vivir como ella. También tomó el deporte como inspiración, en su caso la equitación, tomando la elegancia, la disciplina y la racionalidad que ofrecían los trajes. Deseaba confeccionar vestidos de tal perfección que las mujeres pudieran olvidarse de ellos y concentrarse en el mundo.

Figura No.8
Chanel 1967



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

Desde 1900 se había estabilizado entre las mujeres el uso de un traje de falda y chaqueta confeccionados con la misma tela del traje de hombre. Se empleaba para trabajar, pues complacía a las mujeres que comenzaban a desempeñar profesiones liberales como secretarias o institutrices, y necesitaban una imagen sobria.

Por su parte, las mujeres adineradas vestían traje sastre para salir por la mañana a misa y para viajar. La última revolución del traje femenino llegó con el pantalón.

3. DISEÑO

Diseñar es “la actividad creativa consistente en determinar las propiedades formales o las características exteriores de los objetos que se van a producir artística o industrialmente”.⁷

El diseñador de modas interpreta la moda y propone productos nuevos adecuados a las necesidades y expectativas del consumidor. Su compromiso es innovar periódicamente, por eso debe ser ágil y rápido, y así crear un producto nuevo. Para lograr esto, es necesario que estudie, analice, comprenda e interprete al consumidor, estudiarlo, y así poder adecuarse a sus exigencias con productos que provengan de su creatividad y capacidad de innovación.

3.1 TIPOS DE DISEÑADOR

3.1.1 Diseñador-productor. Es el diseñador que trabaja exclusivamente en colecciones de su propia empresa y la mayoría de veces firma con su nombre. También se puede dar el caso que realicen colecciones para otras empresas o casas de moda. Además se ponen a la disposición de las empresas por medio de la creación de colecciones que se producen bajo licencia y muchos logran ocupar incluso de la dirección general de una empresa.

3.1.2 Diseñador integrado en la empresa. El diseñador integrado en una empresa es aquel diseñador dependiente cuyo trabajo es dentro del departamento de diseño en una empresa, y por lo regular solo crea y diseña el producto, y si la empresa es mediana o pequeña, también está encargado en áreas de gestión, compras, ventas, marketing, entre otros.

3.1.3 Diseñador freelance. El diseñador trabaja por su propia cuenta, ofreciendo su conocimiento, habilidad y profesionalidad a una o más empresas de diseño, creando para ellos algunos o todos los productos de su colección. Su trabajo varía, puede ser constante o esporádico.⁸

⁷ <http://luminarnet.com.ar/recursos/el-concepto-de-diseno-en-iluminacion-escenica>

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_de_modas

3.2 ELEMENTOS DE DISEÑO

3.2.1 Línea. La línea como elemento de diseño, va a definir la silueta o superficie, incluso el volumen. La silueta puede cambiar dramáticamente, pero es uno de los factores que evoluciona lentamente en la moda. Durante la historia de la moda se han creado formas extremas para vestir el cuerpo, forzando los cambios en la silueta deseada. Estos cambios están asociados a influencias políticas, sociales y económicas.⁹

3.2.1.1 Cambios en la línea de diseño del traje. A partir de 1880, el objetivo del saco era deportivo, servía para cubrirse y trabajar. Desde 1940 tuvo una adaptación diferente, con un “look” militar de triángulo invertido y es hasta en 1950 con el “New Look” y la silueta reloj de arena que cambia nuevamente. Esta nueva silueta enfatiza la cintura con una falda tipo “A”.

Para la revolución sexual de 1960, la silueta se convierte en rectangular con una mini falda. Su corte es horizontal y fue entonces cuando la diseñadora, Mary Quant, se incorporó en la historia de la moda causando furor por su presentación ante la sociedad en minifalda.

En 1970 para el boom del “knitwear” y poliéster, la solapa del saco se vuelve muy angosta y surge la silueta “SLIM” tipo Beatles.

En 1980 surge el término “Power Suit” para el traje femenino, tras una mentalidad de éxito y competencia ante los hombres. Éste traje les brindaba una imagen de poder por medio de la construcción, corte y hombreras que enmarcaban la silueta.

3.2.1.2 Ocasión del uso del traje (Línea + color + textura). La ocasión de del traje sastre lo va definir el corte, la tela, el color, la textura, y su silueta de acuerdo a la temporada. Al unir los elementos del diseño se definirá para qué situación de uso es conveniente el traje.

El traje sastre *casual* se define por que es confeccionado sin forro, y de un tejido plano o punto informal, como lo puede ser una gabardina, lona o algodón. Un

⁹ Cfr. MCKELVEY, Kathryn. MUNSLOW, Janine. Fashion Design:Process, Innovation & Practice. Edición II, Design Process- Silhouette. P45.

traje *ejecutivo*, está construido, forrado, con acabados finos y telas mas elaboradas con estampados sobrios. Tiene generalmente una silueta recta o de triángulo invertido y una solapa quebrada. Y por último, se encuentra el traje de Gala que se confecciona con telas brillantes, aplicaciones de plumas, y lentejuelas entre otros. Su estructura es muy femenina y puede llevar bordados y fruncidos.

3.2.2 Color. “El color es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que envían los fotorreceptores de la retina del ojo y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda captadas por la parte visible del espectro electromagnético.”¹⁰

El color es una consideración fundamental en el proceso de diseño. Generalmente es el primer elemento que se nota en un diseño e influencia en la percepción de una colección o prenda. El color usualmente es el punto de partida del proceso de diseño.

Al ver un diseño, el color a menudo tiene un impacto visual determinante sobre otras consideraciones de diseño. El mensaje de una prenda puede ser completamente alterado por el color. Por ejemplo, un corte pronunciado se puede suavizar si realiza en una tela de color Rosado suave. El color tiene un simbolismo y usualmente indica estados de ánimo.¹¹

3.2.3 Textura. La tela es la herramienta con la que el diseñador crea. La tela dicta el corte, el drapeado y silueta de una prenda, pero la fibra dicta su comportamiento y rendimiento. Lo importante para el diseñador, es conocer de la apariencia estética de la tela, como drapea, su estructura además de las restricciones de diseño que implica el mercado objetivo y la temporada. Entre los tipos diferentes de telas se encuentran: los tejidos, Knits y jerseys, Non-woven, el encaje y la net.¹²

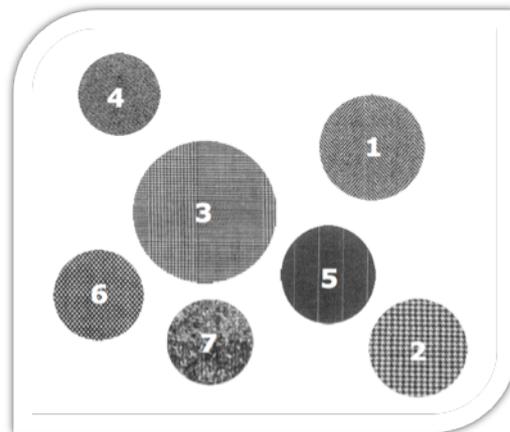
¹⁰ Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>

¹¹ Cfr. McKelvey, Kathryn. Munslow, Janine. Fashion Design:Process, Innovation & Practice. Design Process-COLOUR. P.41

¹² Cfr. McKelvey, Kathryn. Munslow, Janine. Fashion Design:Process, Innovation & Practice. Design Process-UNDERSTANDING FABRIC. P.64

El color siempre crea cierto interés e impacto. Con las telas estampadas el consumidor se puede ver atraído directamente por las nuevas tendencias. Una tela estampada también contribuye a balancear las colecciones y agregar variedad. Los diferentes estampados de las telas definirán su uso y ocasión.

Figura No.9
Estampados del traje sastre clásico



Fuente: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

1. **ESPIGA:** Uso formal y casual en trajes y abrigos.
2. **PATA DE GALLO:** El tejido crea un dibujo de estrella de cuatro puntas a dos colores. Uso casual y formal.
3. **PRÍNCIPE DE GALES:** crea un efecto en el tejido, de bandas octogonales
4. **FRANELA:** Es uno de los tejidos básicos del traje, es de lana elaborado en todo tipo de colores, grosores y calidades, crea un efecto liso.
5. **RAYAS DIPLOMÁTICAS:** Rayas muy finas y siempre verticales para sastrería de hombre y de mujer. Tejido característico de las películas de gángster.
6. **OJO DE PERDIZ:** Efecto óptico como de pequeños ojos, resultado de la combinación de hilos negros y blancos.
7. **TWEED:** Tejido grueso, generalmente con fibras de diversos colores, característico de las chaquetas sport de invierno y de los trajes sastre de Chanel.¹³

3.2.3.1 Telas tradicionales Guatemaltecas. Entre las principales artesanías guatemaltecas se encuentran las telas tradicionales hechas por artesanos. Guatemala es rica en tejidos conservado más por las mujeres indígenas que los

¹³ "EL BUEN TRAJE" 1 Nov. 2010 Disponible en: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf>

hombres. Existe una gran variedad de productos fabricados con textiles típicos como: bolsas, morrales, hamacas, pantalones, faldas, llaveros, ponchos, maletines, estuches, centros de mesa, accesorios para mesa etc. El sello característico de la ornamentación de las telas es el contraste permanente entre colores. Estos pueden combinarse en diseños sencillos de largas bandas o grandes cuadrados, o en complicadas series de pequeños motivos geométricos o zoomorfos.

Dichas telas son tejidas en el telar de cintura. Éste se amarra a la cintura y la tejedora toma el control total del hilo, dejando en cada pieza una sabiduría milenaria que sus hábiles manos transforman en huipiles, blusas, caminos de mesa, servilletas, Cintas, etc.... El telar de cintura ha sido el instrumento de supervivencia de la tejedora indígena guatemalteca durante varios siglos.¹⁴

Fotografía No.1
Telas tradicionales



Fuente: propia

¹⁴"EL TELAR DE CINTURA" 1 Nov. 2010 Disponible en: <http://patch.tigblog.org/post/37715?setlangcookie=true>

4. CONFECCIÓN/ PRODUCCIÓN

4.1 HISTORIA

La industria de la ropa de hombre le dio vida a las industrias de la ropa femenina y de niños. Se inició en 1700 y antes de esto los “Tailor Shops” era en donde se realizaban trajes a la medida y personalizados para los ricos. El resto de la población utilizaba ropa hecha en casa. Los primeros trajes “Ready to wear”, fueron hechos por sastres de ciudades en puertos a lo largo de la costa del Atlántico. Los marineros llegaban a éstas ciudades con la necesidad de vestirse con ropa casual pero sin el tiempo de hacerse algo “Tailor-made”. Algunos astutos sastres, comenzaron a anticipar la llegada de los barcos para confeccionar trajes en tallas industriales antes de su llegada. A los marineros que solo llegaban por unos días les agradó la idea de entrar a la tienda y salir con ropa nueva en el instante. A estas tiendas se les llamó “slop shops”.¹⁵

Existen tres tipos de confección. Los que se mencionarán a continuación son los más destacados y clasifican según su mercado objetivo, calidad, cantidad, detalles de confección, entre otros aspectos.

4.1.1. Alta Costura. Es el nivel más alto de diseño y confección, la no es estandarizada, y representa la mayoría de las firmas más prestigiosas del mundo de la moda. Este tipo de costura se identifica por la calidad irrefutable de las prendas, los métodos y técnicas que utilizaron en su fabricación, ya que muchos de los detalles son artesanales, es decir, hechos a mano, así como también se distingue por el nombre famoso de su diseñador, quien ha llevado un largo camino para formar una imagen y fidelidad a la marca y casa de moda.

Muchas de las casa de alta costura también se dedican a otros productos que no necesariamente son de alta costura, como perfumes o accesorios, incluso el prêt-à-porter.

¹⁵ Cfs. STONE, Elaine. Dynamics of Fashion. Men’s Apparel. P.196

Dentro de la alta costura se sitúa la costura, la cual es un producto más industrial sin llegar a ser prêt-à-porter tradicional, ya que el acabado es artesanal, como el bordado, y es hecho a la medida del cliente. Es una combinación entre alta costura y la fabricación industrial.

Entre los diseñadores o casa de moda de alta costura caben mencionar a Chanel, Christian Dior, Versace, Valentino, Yves Saint Laurent, entre muchos más.

4.1.2. Prêt-à-porter. El prêt-à-porter a diferencia de la alta costura, es el tipo de confección que responde a las necesidades de un mercado en masa. La alta costura y el prêt-à-porter se pueden trabajar conjuntamente, y patrocinarse entre sí sin perder la imagen de la marca. Muchos diseñadores de alta costura lo hacen, producen prendas prêt-à-porter al mismo tiempo que desarrollan colecciones de alta costura. En ésta área de la confección se tiene clientes selectivos con un poder adquisitivo alto, siempre con precios accesibles, a diferencia de la clientela de alta costura. El prêt-à-porter se puede clasificar en dos:

4.1.2.1. Prêt-à-porter de lujo. Son los productos de casas o marcas de alto costura, los cuales son exclusivos, y su mercado objetivo es mucho más sensible a las marcas. El Prêt-à-porter de lujo accesible van a ser los productos de las segundas marcas de ciertos diseñadores o casas de prêt-à-porter de lujo, hay marcas que se crean para ésta categoría. Los productos se fabrican industrialmente, en series no limitadas, con costos de producción más bajos y niveles de producción más exigentes que los del prêt-à-porter de lujo. En algunos casos se trata de productos menos originales, más sobrios y colores más limitados. Su segmento de mercado es mucho más amplio que el del prêt-à-porter de lujo.

4.1.2.2. Mass market o gran difusión. En este nivel se producen y comercializan productos de vestuario que compra la mayoría de las personas. Las tendencias de último momento se pueden encontrar en cualquier tienda rápidamente, y su precio es mucho más bajo, accesible para la mayor parte de las personas, sin embargo pierde exclusividad, ya que se producen una gran cantidad del mismo producto, por lo que muchas personas obtienen la misma prenda, ya que brinda prendas de

moda actual al mercado de las masas, para todos los gustos y edades. Las firmas del mass market siempre están presentes en el mercado por medio de diferentes formatos comerciales como grandes almacenes, franquicias, etc., como por ejemplo Target, JC Penny, Old Navy, entre otras.

4.2. PRODUCCIÓN ARTESANAL

Producción es el proceso por medio del cual se crean los bienes materiales, haciéndolos susceptibles de satisfacer necesidades humanas, incorporándoles la utilidad necesaria para el desarrollo de la sociedad. La producción existe en todas las etapas de desarrollo de la sociedad humana. Los hombres, al crear los bienes materiales (medios de producción y artículos de consumo), contraen determinados vínculos y relaciones para actuar conjuntamente. La producción de los bienes materiales siempre es una producción social. La producción presupone los tres elementos siguientes: El trabajo como actividad humana dirigida a un fin, el objeto de trabajo y los medios de trabajo, en primer lugar los instrumentos de producción: máquinas, instalaciones, herramientas, con las cuales el hombre modifica los objetos de trabajo, los hace idóneos para satisfacer las necesidades humanas.

4.2.1 Producción Artesanal en Guatemala. En la producción artesanal de Guatemala se desconoce el valor socioeconómico y cultural que poseen las artesanías en general. Tampoco se conocen los problemas a los que se enfrentan los artesanos guatemaltecos para producir y conservar los elementos artesanales de nuestra cultura. Esta falta de valoración ha permitido que países desarrollados influyan en los productos artesanales, que con el uso y aplicación de tecnología han ido desplazando algunos de los rasgos culturales tradicionales de la cultura guatemalteca, perdiendo así la autenticidad de la producción artesanal o bien el desaparecimiento progresivo de la misma.

Los artesanos populares se incluyen en un nivel económico muy bajo, en muchos casos tienen como base de subsistencia la agricultura y como segunda ocupación la elaboración artesanal. No cuentan con capital que les permita proveerse de materia prima para las exigencias del mercado local, nacional o internacional, viéndose en la necesidad de producir y vender a menor escala, a fin

de cubrir necesidades mínimas de alimento, vestido y medicina. El alto costo de la vida incide en el incremento de los precios de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos artesanales, lo que influye obviamente en el precio del producto terminado. Sin embargo, los productores no pueden incrementar los precios ya que no sería viable.

Un aspecto positivo para los pequeños productores artesanales lo constituyen las exigencias de los mercados internacionales que imponen ciertos requisitos para poder adquirir los productos, relativos a calidad, uso de determinados materiales que no son usuales entre los artesanos; y diseño, por lo que es necesario ajustarse a los requerimientos de los países importadores creando nuevas exigencias. Los avances de la tecnología moderna han ido desplazando y modificando la producción artesanal, por lo que los hijos de artesanos tradicionales aspiran a tener un nivel económico más alto y al ver que el trabajo artesanal no rinde lo suficiente, se dedican a otras actividades o bien a mejorar su nivel académico a fin de dedicarse a otro tipo de actividades más rentables o por lo menos que les permitan mejorar sus condiciones de vida a fin de satisfacer necesidades básicas.

5. DIAGNÓSTICO

5.1. PROBLEMÁTICA

La problemática de este trabajo, se basa en la poca diversificación de los productos textiles artesanales. La importancia de los productos de las grandes y pequeñas empresas, radica en el comportamiento de las ventas a través de su permanencia en el mercado. Con el paso del tiempo, evolucionan los gustos y necesidades del mercado por lo que las empresas se ven obligadas a transformar el producto para lanzarlo nuevamente con una serie de modificaciones o cambiarlo por completo produciendo otro más novedoso y así generar una nueva demanda.

La mayoría de productos hechos con telas tradicionales se encuentran estancados en el mercado y no evolucionan ni se renuevan, hecho que causa una saturación de producto y gran competencia a nivel nacional. Los artesanos de Aj`Quen no conocen de la importancia de la extensión de vida de un producto para potenciar su venta por medio de diferentes estrategias como: fomentar el uso frecuente del producto, desarrollar nuevas utilidades, crear nuevos usos para el material o material prima, etc....

El efecto de solucionar ésta problemática, se encuentra en la posibilidad de mejorar los ingresos de los artesanos y sus familias mediante la venta de artesanías mejoradas y novedosas. Éste mejoramiento, está fuertemente vinculado a que se les proporcione la guía correcta del desarrollo de los nuevos productos, en éste proyecto, chaquetas para mujeres. También se pretende cubrir las necesidades y exigencias de un mercado objetivo manteniendo la identidad Guatemalteca por medio de la aplicación del textil tradicional en nuevos y mejorados productos.

5.2. ÁREA DE ESTUDIO

La empresa en la que se centra el estudio, es la Asociación Aj`Quen, la cual se ubica en el Km.56 Carretera Panamericana, Chimaltenango. El sector esta compuesto, económicamente por el comercio informal y tiene un clima frío-templado la mayor parte del año. Su población compuesta por indígenas y ladinos.

5.3. ESTUDIO DE MERCADO

El perfil de un potencial consumidor de productos innovadores realizados con telas tradicionales se define como: Turistas hombres y mujeres que visitan el país, extranjeros residentes temporales en Guatemala, También hombres y mujeres de nacionalidad guatemalteca que oscilan entre los 20 y 60 años de edad. Provenientes de los sectores socioeconómicos A y B de la sociedad estadounidense, europea y guatemalteca.

Este sector tanto nacional como extranjero demanda calidad en el producto, buscan lo selecto, único y especial. Son amantes de la cultura y arte, en especial lo relacionado con lo antiguo y artesanal. Por lo general, poseen colecciones de telas tradicionales, arte y piezas artesanales. Son grandes conocedores del tema de antigüedades y artesanías. También están dispuestos a pagar el alto costo de lo artesanal hecho a mano.

5.4. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

Tabla No.1
F.O.D.A.

Fortalezas	Oportunidades
Productos únicos y auténticos	Asesoría en cuanto a diseño y desarrollo de nuevos productos.
Alta calidad	
Productos de exportación	Desarrollar un catalogo en línea de productos y abrir la posibilidad de comprar por medio del Internet.
Líneas amplias de productos	
Productos 100% garantizados	Mantener actualizada la página con noticias, eventos y capacitaciones.
Productos "AZO FREE" (tintes no químicos y biodegradables)	Buscar ferias y festivales culturales en donde participar.
Productos 100% algodón	Utilizar las telas en inventario para proyectos nuevos, reinventando productos.
Experiencia en Exportaciones hacia Europa, Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Canadá	
Cuentan con un centro de capacitación y	

<p>talleres, con servicio de alimentación, habitaciones y alquiler de computadoras. Buen empleo de “marketing” en la tienda, hay un orden de temas en los productos y su ubicación.</p>	<p>Invitar a universidades a participar en talleres con artesanos de diferentes regiones.</p>
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<p>No hay un orden de jerarquía de operaciones. La ubicación de la Asociación no se encuentra precisamente en rutas turísticas. Falta de promoción y publicidad Distancia del lugar para las artesanas en capacitación. Pocas personas conocen de la actividad de exportación que se realiza con productos artesanales. Poca diversificación de productos, se encuentran los mismos en diferentes diseños de telas. Accesorios y trims de baja calidad.</p>	<p>Niveles de inventario altos Falta de publicidad Falta de recursos económicos para invertir en imagen y desarrollo de productos nuevos.</p>

Fuente: Propia

6. MARCO LÓGICO

6.1. SITUACIÓN ACTUAL

Tabla No.2
Involucrados

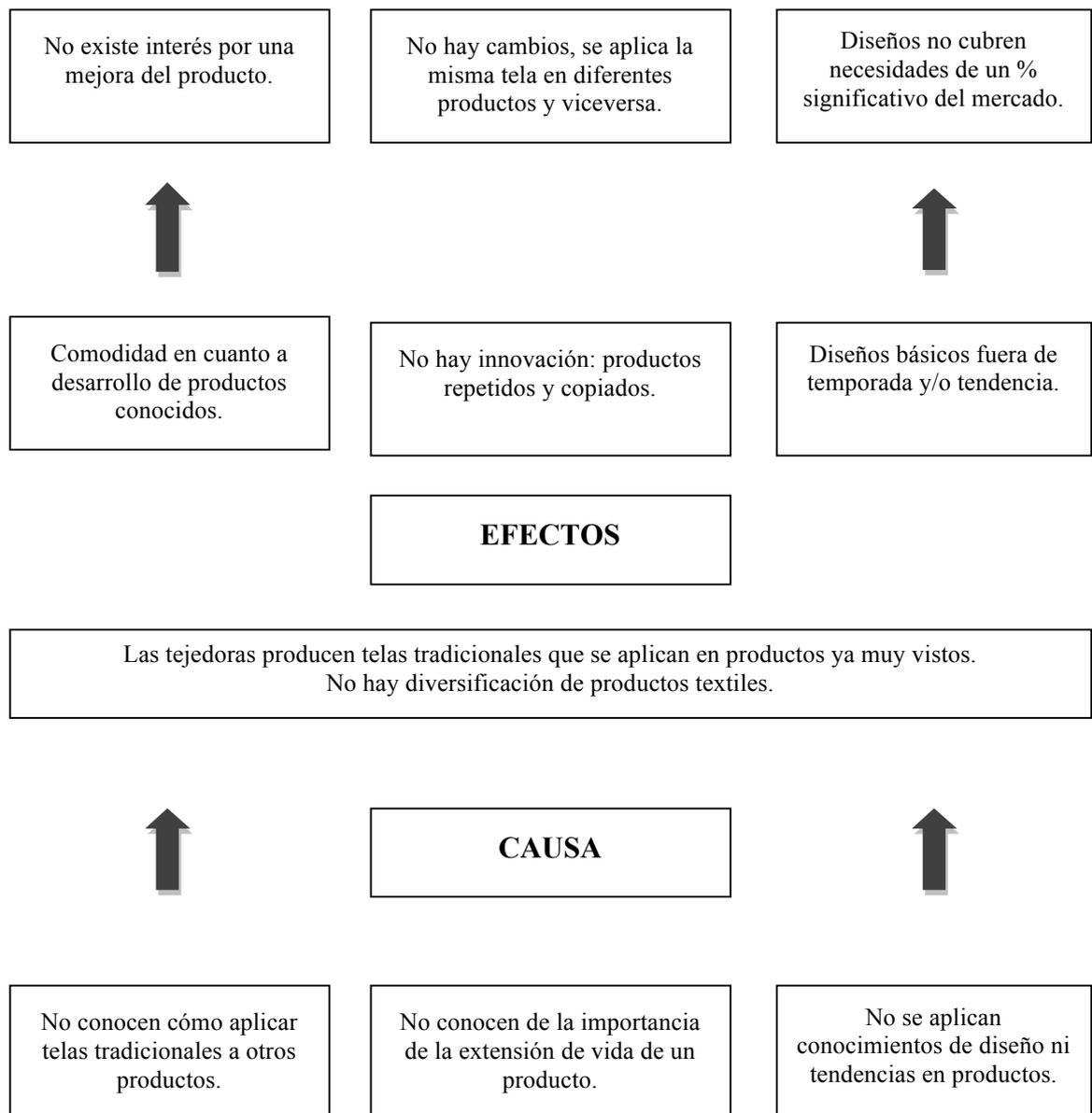
GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS
TIENDA Aj'Quen	Incrementar ventas de tienda Aj'Quen	Monotonía y poca diversificación de productos. Gran competencia a nivel nacional. Poca promoción y publicidad de los productos Escasa gama de productos	Si se producen artículos con calidad de exportación, podrán incrementar las ventas. Si los diseñadores aportan ideas para nuevos y mejorados productos.
ARTESANOS Y SASTRES	Obtener mayores ingresos	No perciben la importancia de la extensión de vida de un producto para potenciar su ventas Poco conocimiento de tendencias y mercado objetivo Se está perdiendo la tradición de tejer y el significado ancestral.	Asesoría por parte de diseñadores para potenciar ventas por medio de productos mejorados.
CRISTA LAYLLE	Resolver problemática detectada,	Poco conocimiento del comportamiento de la tela tradicional en sastrería.	El conocimiento de la importancia del mercadeo

	renovando y proponiendo nuevos productos.		visual. El conocimiento de la creación de páginas web.
--	---	--	---

Fuente: Propia

6.1.1. Análisis del Problema. Las tejedoras de la Asociación de Aj'Quen producen telas tradicionales que se aplican en productos ya muy vistos alrededor de del país. No hay un desarrollo de nuevos productos, ni una amplia gama de productos textiles y como resultado no se genera ni incrementa una nueva demanda.

Diagrama No.1
Causa y efectos



6.2. SITUACIÓN DESEADA

Éste proyecto plantea la posibilidad de que los Artesanos de Aj'Quen utilicen las telas que producen en telares de cintura, en nuevos productos desarrollados y diseñados propiamente por la asociación, por medio de un manual que ilustra el proceso de diseño y sus etapas, aplicado a chaquetas para mujeres ,y así, poder diversificar su producto y conseguir mejores ventas.

6.2.1 Objetivos.

- Aprender a diseñar.
- Aplicar conocimientos de tendencias en diseños.
- Introducir productos de la temporada en base a tendencias.
- Cubrir necesidades de un porcentaje significativo del mercado por medio de diseños funcionales.
- Dar a conocer las estrategias e importancia para extender el tiempo de vida de los productos.
- Eliminar diseños repetidos y copiados, proponer diseños nuevos e innovadores.
- Generar una nueva demanda proponiendo nuevas utilidades para las telas típicas.
- Incentivar la rotación y desarrollo de nuevos productos.
- Mejorar el nivel de vida mediante el incremento de ventas e ingresos.
- Generar más plazas de empleo en el área de tejeduría y confección.
- Ampliar gama de productos.
- Incrementar ventas y producción.

Tabla No.3
Alternativas

OBJETIVO	JERARQUÍA	VIABILIDAD
Generar mas plazas de empleo	4.	Podrían surgir más pedidos de lo habitual y por consiguiente se abrirían más plazas de empleo.
Asesorar la aplicación de telas típicas en productos no tradicionales.	2.	El asesorar a los sastres y artesanos en la aplicación de telas típicas en productos no tradicionales podría despertar el interés por crear nuevas propuestas.
Ampliar la gama de productos	3.	El ampliar la gama de productos textiles, podría conseguir mejores ventas.
Generar una nueva demanda proponiendo otras utilidades para las telas típicas.	1.	El proponer una nueva utilidad para la tela típica podría generar una nueva demanda y mejorar las ventas.
Incentivar la rotación y desarrollo de productos nuevos	5.	El incentivar dependerá de la actitud y aceptación del artesano/sastre de las propuestas, y del resultado del proyecto.
Cubrir necesidades de un porcentaje significativo del mercado por medio de diseños funcionales.	6.	El cubrir las necesidades del mercado dependerá de la propuesta de diseño y si se realiza un estudio de mercado acertado.

Fuente: Propia

Tabla No.4
Marco Lógico

RESUMEN DE OBJETIVOS/ACTIVIDADES	INDICADORES VERTICALES	MEDIOS/FUENTES DE VERIFICACIÓN	PREMISAS O SUPUESTOS
META: Incrementar las ventas de la asociación por medio de nuevos productos textiles.	Incrementar las ventas de la tienda por un 20%.	Investigación de antecedentes de ventas.	Incrementar las ventas más de un 20%.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Generar una nueva demanda por medio de la venta de chaquetas de mujer, aplicando conocimientos del manual del proceso de diseño.	Mujeres utilizan chaquetas hecha en telas típicas	-Ventas del producto.	Extranjeros y guatemaltecos visitan la tienda constantemente para adquirir nuevos diseños.
RESULTADOS ESPERADOS: Incremento en los ingresos de las artesanas	Incremento de las ventas.	Mejora del nivel de vida.	Más personas se interesan en los productos por lo tanto más personas lo compran.
ACTIVIDADES: Elaboración de presupuesto, compra de materiales, patrones, elaboración de manual , pruebas de lavado, selección de telas y diseños.			

Fuente: Propia

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque que se utilizó es cualitativo ya que se obtuvieron datos sin medición numérica, además, se recolectaron datos como puntos de vista de los participantes, emociones, experiencias, forma de vida etc..

7.1.1 Metodología e instrumentos que se proponen para sustentar la hipótesis de este trabajo de investigación:

- Fuentes primarias:
Entrevista a posibles consumidores de artesanía moderna y a los artesanos para determinar la problemática del producto que venden.

- Fuentes secundarias:
Análisis documental de enciclopedias, libros, documentos electrónicos y revistas que se presenta en el marco teórico.

7.1.2 Investigación. Se utilizó el método de investigación por observación ya que se tuvo la oportunidad de visitar y observar la línea de productos que ofrecen los artesanos del mercado de artesanías ubicado en la Ciudad Capital, el mercado de Antigua Guatemala y la tienda de la Asociación AjQuen ubicada en Chimaltenango. También se tuvo la oportunidad de interactuar con el propio artesano ya que se le entrevistó en diferentes ocasiones, aplicando la observación participada.

7.2. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

La población de estudio son las personas interesadas en la artesanías guatemaltecas tales como: Turistas hombres y mujeres que visitan el país, extranjeros residentes temporales en Guatemala, También hombres y mujeres de nacionalidad guatemalteca que oscilan entre los 20 y 60 años de edad. Provenientes de los sectores socioeconómicos A y B.

7.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El trabajo de campo se realizó de julio a septiembre de 2008. Consistió en la realización de una entrevista dirigida a la encargada de ventas y mercadeo de la Asociación Aj`Quen, un cuestionario tipo encuesta a la población de estudio antes mencionada, y también en la observación de la actividad comercial que se realiza en los mercados de artesanías de la ciudad y de Antigua Guatemala.

7.3.1. Entrevista. Objetivo: Detectar la problemática de los productos artesanales de Aj`Quen y concluir si se pueden incrementar las ventas por medio de productos mejorados.

DIRIGIDA A: Directora de ventas y mercadeo de Aj`Quen

- P: ¿Qué producto en existencia, es el que mejor se vende?
- R: Chalinas y bolsas. Existe mas demanda sobre accesorios.
- P: ¿Quiénes son sus mayores clientes?
- R: Clientes del extranjero, Atromercato Italia y Austria.
- P: Tienen experiencia en producción de sacos?
- R: Si, hasta el año 1990 se dejó de producir sacos .
- P: ¿Qué Problemática encontraron en su producto que hizo terminar la producción de ropa?
- R: El cliente dejó de pedirlo por su diferencia en colores basándose en la muestra, salían telas con tonos diferentes y por el mal patronaje y pocos diseños.
- P: ¿A qué precio vendían los sacos?
- R: Q300.

7.3.2. Encuesta. Se aplicó un cuestionario tipo encuesta a 25 personas del mercado objetivo, para detectar las necesidades del futuro consumidor que se pretenden cubrir.

ENCUESTA: SI usted utilizaría chaquetas confeccionadas en tela típica, por favor responda a las siguientes preguntas:

- Para qué ocasión utilizaría una chaqueta de éste tipo:

CASUAL - FORMAL

- Colores de preferencia
 COLORES BRILLANTES - COLORES TERROSOS - COLORES FRÍOS -
 COLORES CÁLIDOS
- Precio que pagaría por una chaqueta con aplicaciones típicas
 - Q500- o más
 - Q400 - Q500
 - Q300 - Q400
 - Q200 – Q300

7.3.2.1. Gráficas y Análisis de resultados: En el análisis de los resultados de investigación de campo, se utilizaron entrevistas como fuentes primarias de investigación, observación participada, y como fuentes secundarias se utilizaron documentos de enciclopedias, documentos electrónicos, páginas de Internet y libros. Se visitaron mercados de artesanías y se observó la forma en que trabajan los artesanos y las tejedoras en los telares de cintura en talleres pequeños dentro y fuera de la ciudad.

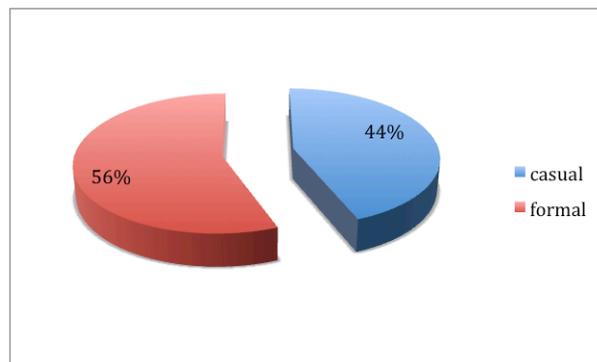
En el análisis de los talleres pequeños, como son los artesanales, se concluyó que el producto con baja demanda es la ropa en general con textil tradicional. El producto muchas veces se queda en “stock” por que la calidad no satisface al mercado, las telas destiñen o las tallas no son las correctas.

ENCUESTA

SI usted utilizaría chaquetas confeccionadas en tela típica, por favor responda a las siguientes preguntas:

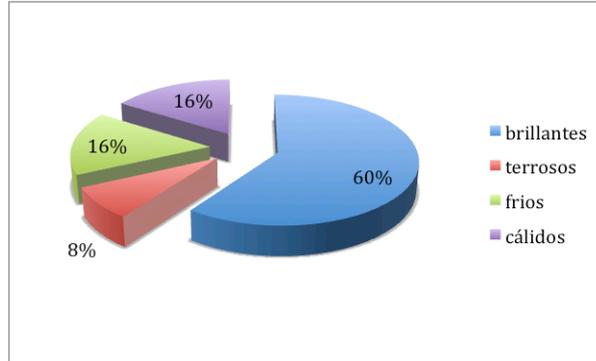
Gráfica No. 1

¿Para qué ocasión utilizaría una chaqueta de este tipo?



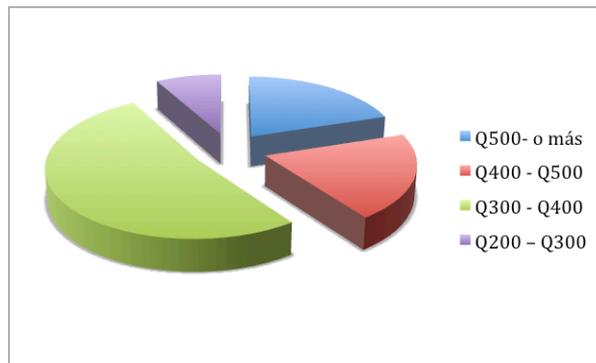
Fuente: Propia

Gráfica No. 2
Colores de preferencia



Fuente: Propia

Gráfica No. 3
Precio que pagaría por una chaqueta con aplicaciones típicas



Fuente: Propia

8. PROPUESTA DE DISEÑO

Estilo Trench, es una colección de 15 diseños de “outerwear” que se enfoca en un “look” relajado, lleno de color, casual, inspirado en la elegancia masculina del traje sastre. Está dirigida a un mercado nacional y turismo guatemalteco amante del arte y la cultura, con un estilo de vida relajado y auténtico. La colección transmite vida, carácter y elegancia por medio de los elementos de diseño utilizados y del color.

Esta colección es el resultado del proceso de diseño que se ilustra en el “Manual de proceso de diseño aplicado a chaquetas”. El Propósito de éste manual es que, antes de comenzar a trabajar en algún producto, el artesano de AjQuen, conozca a su consumidor, planifique su objetivo, conozca el orden de diseñar y entienda la estructura para poder crear líneas de productos unificados, en tendencia y con diseño, de acuerdo a las necesidades del consumidor.

El chaleco es una pieza básica, indispensable y clásica del traje sastre desde Luis XIV. Se hizo con el fin de abrigar el pecho utilizándolo bajo la chaqueta. Hoy en día es un complemento femenino y masculino que acompaña todo tipo de ropa dependiendo la ocasión. En ésta colección se propone como una prenda de uso casual que refleja la identidad guatemalteca, tejida y confeccionada por artesanos de Sololá, Chimaltenango, Alta Verapaz y Totonicapán.

8.1. FUNDAMENTO DE DISEÑO

Las necesidades y deseos humanos son innumerables y variables. A medida que el hombre se va civilizando, su inteligencia se desarrolla y sus necesidades cambian, sus actividades van haciéndose más sutiles y diversas, de modo que se genera un cambio constante. Las necesidades del vestuario varían con el clima y las estaciones del año, es aquí, en donde el diseñador de modas realiza su compromiso con la sociedad y propone soluciones a éstas necesidades El vestuario no es solo una necesidad, va acompañado de la estética, el buen gusto y distinción.

8.2. MERCADO OBJETIVO

El perfil de un potencial consumidor de productos innovadores con telas

tradicionales se define como: Turistas hombres y mujeres que visitan el país, extranjeros residentes temporales en Guatemala, También hombres y mujeres de nacionalidad guatemalteca que oscilan entre los 20 y 60 años de edad. Provenientes de los sectores socioeconómicos A y B de la sociedad estadounidense, europea y guatemalteca.

Este sector tanto nacional como extranjero demanda calidad en el producto, buscan lo selecto, único y especial. Son amantes de la cultura y el arte, en especial lo relacionado con lo antiguo y artesanal. Por lo general poseen colecciones de telas tradicionales, arte y piezas artesanales. Son grandes conocedores del tema de antigüedades y artesanías. También están dispuestos a pagar el alto costo de lo artesanal hecho a mano.

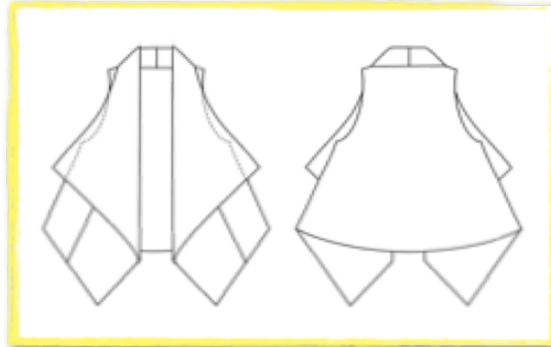
“El turismo receptor en Guatemala para el año 2010 obtuvo una cifra positiva de visitantes no residentes, acumulando 1,875,777 con un crecimiento de 5.6% comparado con el mismo periodo del año anterior. Este resultado refuerza las estimaciones sobre la tendencia a la recuperación realizadas por la Organización Mundial de Turismo –OMT- ya que esta institución estimo que la llegada de turismo internacional se incrementará entre 5% y 6%.

Los principales indicadores de medición de la actividad turística de Guatemala, muestran que a pesar de los factores negativos que afectaron al sector a nivel mundial (crisis económica, desempleo, etc.) y a nivel local (desastres naturales como el paso de la Tormenta Agatha, la erupción del volcán de Pacaya, inundaciones, deterioro de la infraestructura vial) que fueron algunos factores que perjudicaron el crecimiento de la actividad turística, el país resistió y obtuvo resultados positivos.”¹⁶

¹⁶ http://www.visitguatemala.com/web/documentos/estadisticas/FLASH_REPORT_DICIEMBRE_2010.pdf

8.3. MARKETING MIX

Figura No.10
Producto/diseño



- Precio Venta: Q300.00
- Plaza:
 - Tienda Aj'Quen en Antigua Guatemala
 - Tienda Aj'Quen en Chimaltenango
 - Cemaco
 - Walmart
- Promoción: Catálogo de colección

8.4. DESARROLLO DEL DISEÑO

8.4.1. Tendencia e inspiración. *Inventiva Estructural* es resultado de la tecnología que evoluciona hasta volverse futurista, de la mano de formas estructuradas que nos recuerdan la arquitectura de vanguardia y nos hacen sentir dentro de un mundo de píxeles.

Ésta tendencia refleja la época actual que puede definirse como la era de la informática, en donde la tecnología e ingeniería van siempre un paso adelante. Las asimetrías, sobreposición y los cortes limpios son algunas de las características principales de la tendencia.

Se utilizó como elemento de inspiración *El Trench Coat* que desde 1850 tiene una historia rica y dinámica. Es un elemento perpetuo y básico de la moda.

Figura No.11

Trench Coat



Fuente: <http://www.stylesight.com/>

8.4.2 Principios de diseño

8.4.2.1 Línea. Las líneas aplicadas en los diseños son las que definen su silueta y forma. Se utilizó las líneas rectas en la línea de quiebre, mangas y algunas solapas y las curvas en costados, línea de estilo de las solapas y escotes.

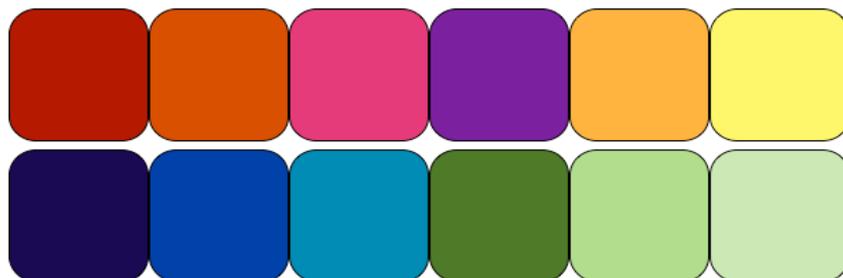
Figura No.12

Líneas



Fuente: propia

8.4.2.2 Color.



8.4.2.3 Textura. Elemento táctil:

Fotografía No.2
Carta textil



Fuente: Propia

8.5. COLECCIÓN Propuesta de diseño

Figura No.13
ESTILO No. 1



Fuente: Propia

Figura No.14
ESTILO No.2



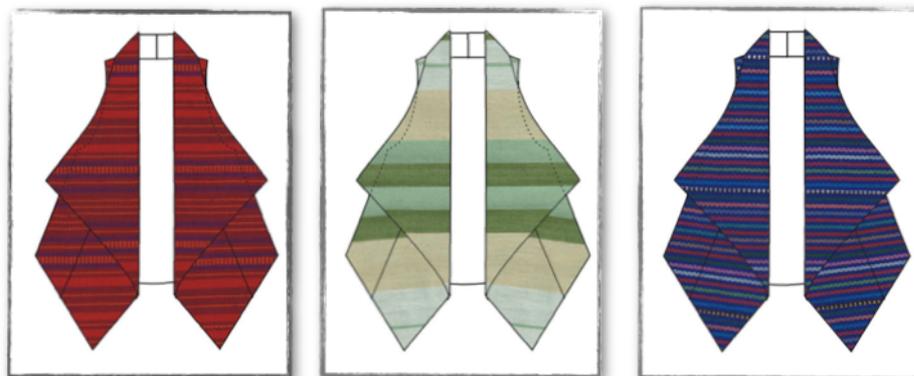
Fuente: Propia

Figura No.15
ESTILO No.3



Fuente: Propia

Figura No.16
ESTILO No.4



Fuente: Propia

Figura No.17
ESTILO No.5



Fuente: Propia

Figura No.18
ESTILO No.6



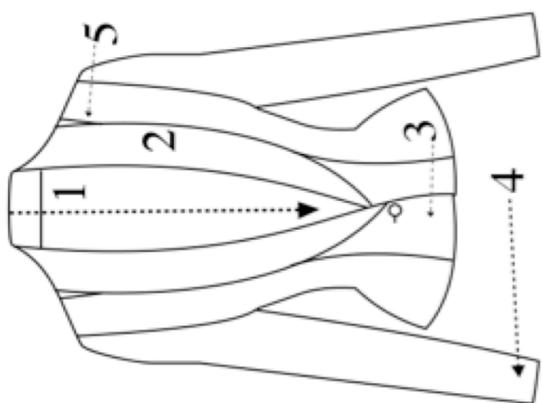
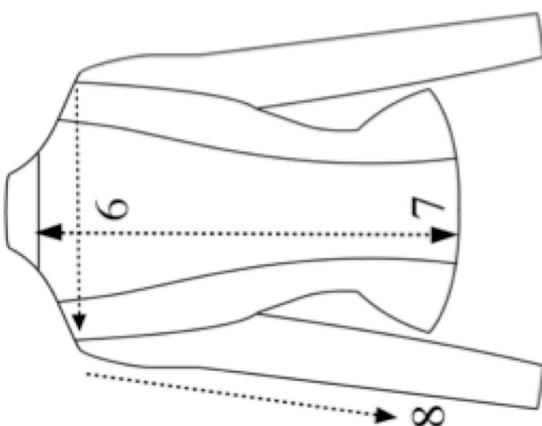
Fuente: Propia

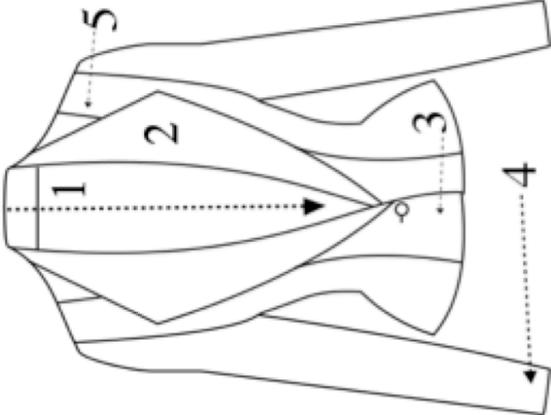
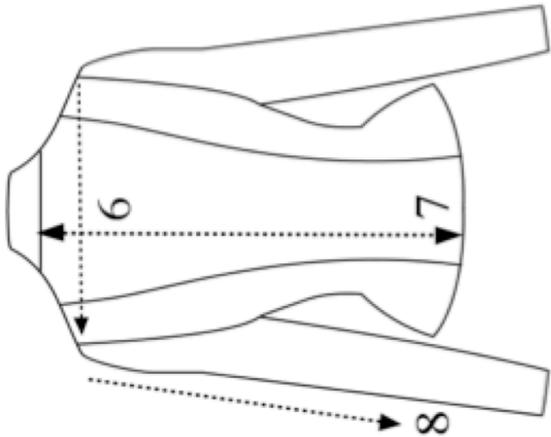
Figura No.19
ESTILO No.7

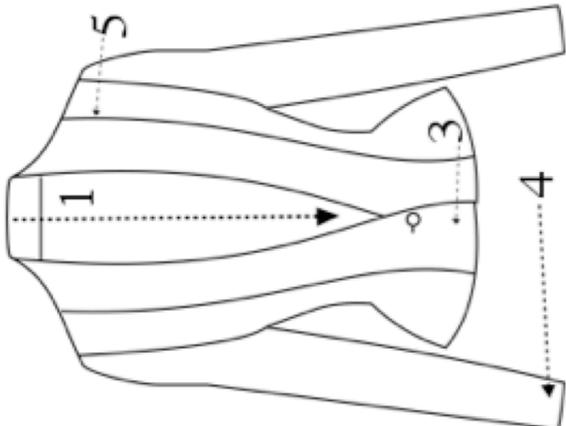
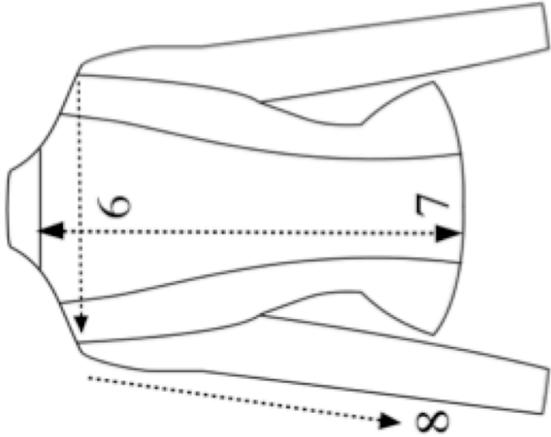


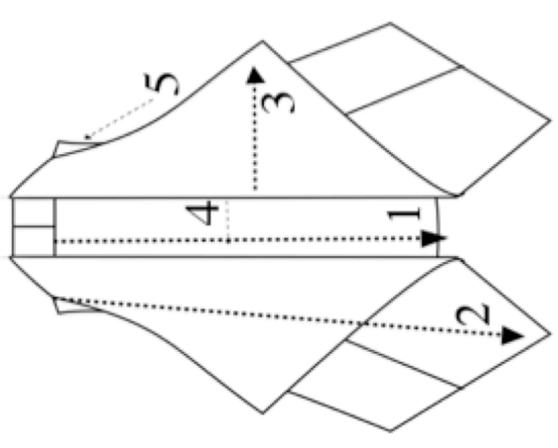
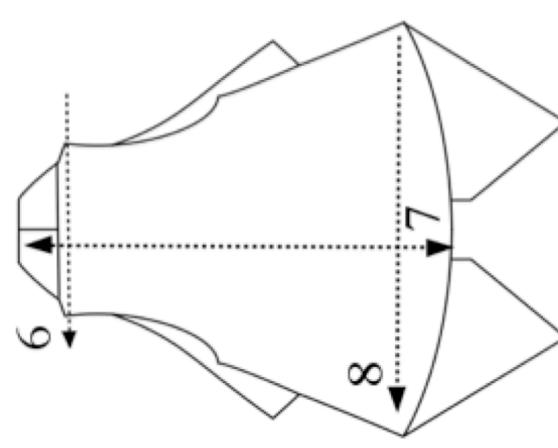
Fuente: Propia

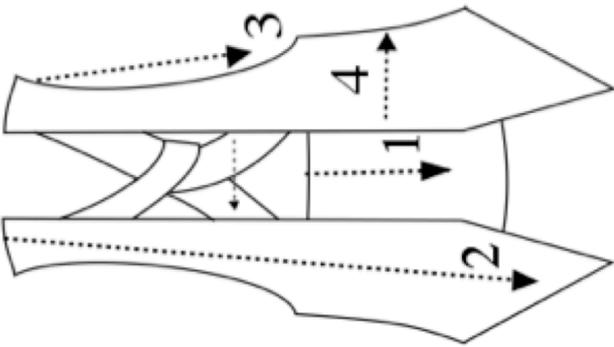
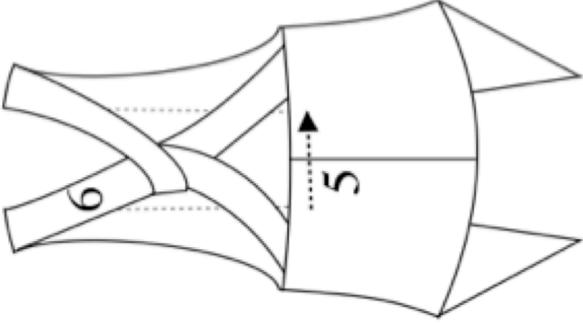
8.6. HOJAS DE ESPECIFICACIÓN de la propuesta de diseño

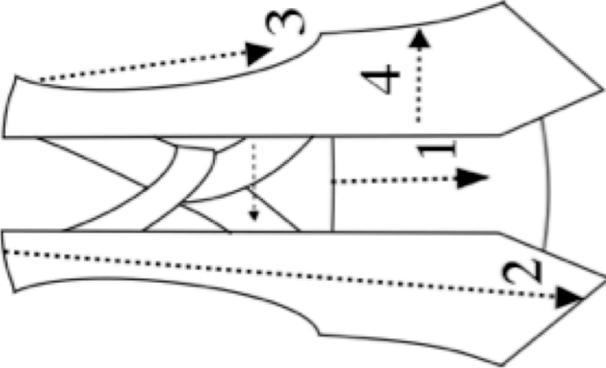
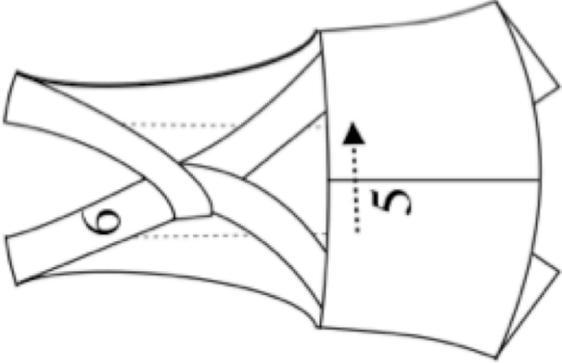
ESTILO: 001			
DESCRIPCIÓN: Chaqueta	Colección: Estilo Trench		Tela: 100% algodón
DISEÑADOR: Crista Layle	Temporada: Primavera/ Verano 2012		Ancho: 17 ½"
MARCA: A'Quen	Rango de tallas: S-M-L		
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS		DESCRIPCIÓN
FRENTE			<ol style="list-style-type: none"> 1. Punto de quiebre solapa a 17" desde espalda. 2. 3" ancho de solapa 3. traslape de 2", botón de 1" 4. manga con ruedo invisible de 1" 5. corte princesa de hombro 6. ancho espalda de hombro a hombro 15 ½" 7. largo espalda de 25" 8. largo manga 24 1"2 9. ancho escote 3" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras francesas, overlock y plana, vista de solapa en corte princesa. VER CARTA TEXTILERA PARA INDICACION DE COLOR.</p>
ESPALDA			

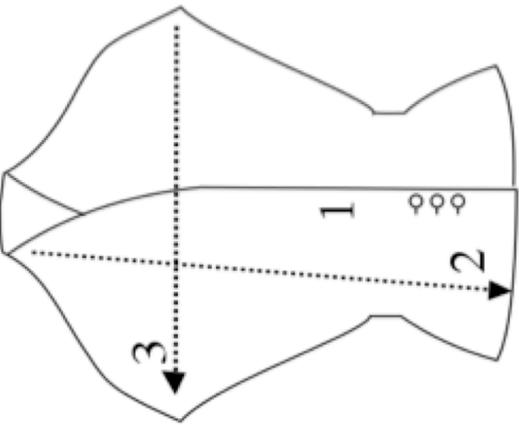
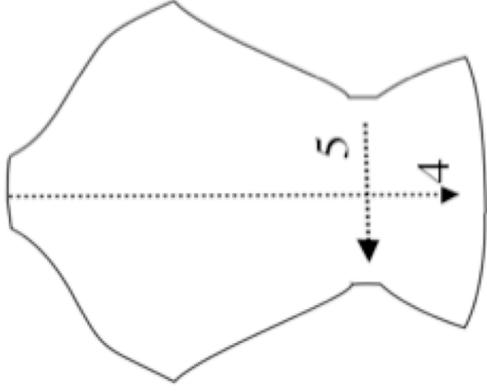
ESTILO: 002			
DESCRIPCIÓN: Chaqueta solapa triangular	Colección: Estilo Trench		Tela: 100% algodón
DISEÑADOR: Crista Laylle	Temporada: Primavera/ Verano 2012		Ancho: 17 ½"
MARCA: A'Quen	Rango de tallas: S-M-L		
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS		DESCRIPCIÓN
FRENTE			
			
	ESPALDA		
			
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Punto de quiebre solapa a 17" desde espalda. 2. 5" ancho de solapa 3. traslape de 2", botón de 1" 4. manga con ruedo invisible de 1" 5. corte princesa de hombro 6. ancho espalda de hombro a hombro 15 ½" 7. largo espalda de 25" 8. largo manga 24 1"2 9. ancho escote 3" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras francesas, overlock y plana, vista de solapa en corte princesa.</p> <p>VER CARTA TEXTILERA PARA INDICACION DE COLOR.</p>

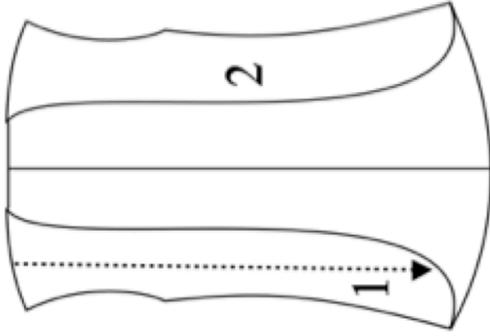
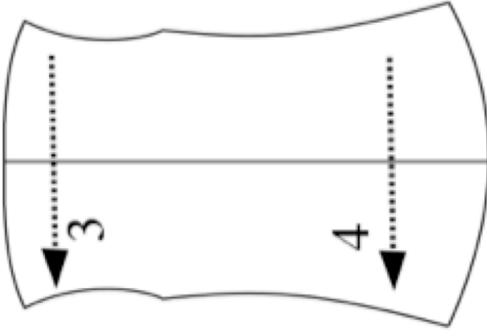
ESTILO: 003		
DESCRIPCIÓN: chaqueta sin solapa	Colección: Estilo Trench	Tela: 100% algodón
DISEÑADOR: Crista Laylle	Temporada: Primavera/ Verano 2012	Ancho: 17 ½"
MARCA: A'Quen	Rango de tallas: S-M-L	
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS	DESCRIPCIÓN
FRENTE	ESPALDA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Punto de quiebre escote a 17" desde espalda. 2. NO TIENE SOLAPA 3. traslape de 2", botón de 1" 4. manga con ruedo invisible de 1" 5. corte princesa de hombro 6. ancho espalda de hombro a hombro 15 ½" 7. largo espalda de 25" 8. largo manga 24 1"2 9. ancho escote 3" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras francesas, overlock y plana, vista de escote en corte princesa.</p> <p>VER CARTA TEXTILERA PARA INDICACION DE COLOR.</p>
		

ESTILO: 004			
DESCRIPCIÓN: chaleco con solapa	colección: Estilo Trench	Tela: 100% algodón	
DISEÑADOR: Crista Layle	Temporada: Primavera/ Verano 2012	Ancho: 17 ½"	
MARCA: A]Quen	Rango de tallas: S-M-L		
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS		
FRENTE	ESPALDA	DESCRIPCIÓN	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Punto de quiebre solapa a 18" desde espalda. 2. De hombro a punta 25" 3. Ancho solapa de 9" 4. Ancho apertura de 4" 5. Bies en bocamanga de ½" 6. Ancho espalda de hombro a hombro 11" 7. largo espalda de 19" 8. ancho de 14 ½" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras en overlock en costados y hombros y plana, vista de solapa en corte princesa.</p>	

ESTILO: 005		
DESCRIPCIÓN: chaleco con nudo	Colección: Estilo Trench	Tela: 100% algodón
DISEÑADOR: Crista Laylle	Temporada: Primavera/ Verano 2012	Ancho: 17 ½"
MARCA: A'Quen	Rango de tallas: S-M-L	
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS	
FRENTE	ESPALDA	DESCRIPCIÓN
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto Espalda de 8" 2. De hombro a punta 25" 3. Largo bocamanga 10" 4. Ancho frente 9" (vista hasta costado. 5. Separación de tirantes de 6 ½" 6. Ancho tirante de 3" (tirante doble) 7. Bles en bocamanga de ½" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras en overlock en costados y plana, vista de solapa hasta costado.</p>

ESTILO: 006		
DESCRIPCIÓN: chaleco con nudo, corto	Colección: Estilo Trench	Tela: 100% algodón
DISEÑADOR: Crista Laylle	Temporada: Primavera/ Verano 2012	Ancho: 17 ½"
MARCA: A'Queen	Rango de tallas: S-M-L	
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS	
FRENTE	ESPALDA	DESCRIPCIÓN
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto Espalda de 8" 2. De hombro a punta 19" 3. Largo bocamanga 10" 4. Ancho frente 9" (vista hasta costado. 5. Separación de tirantes de 6 ½" 6. Ancho tirante de 3" (tirante doble) 7. Bies en bocamanga de ½" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras en overlock en costados y plana, vista de solapa hasta costado.</p>

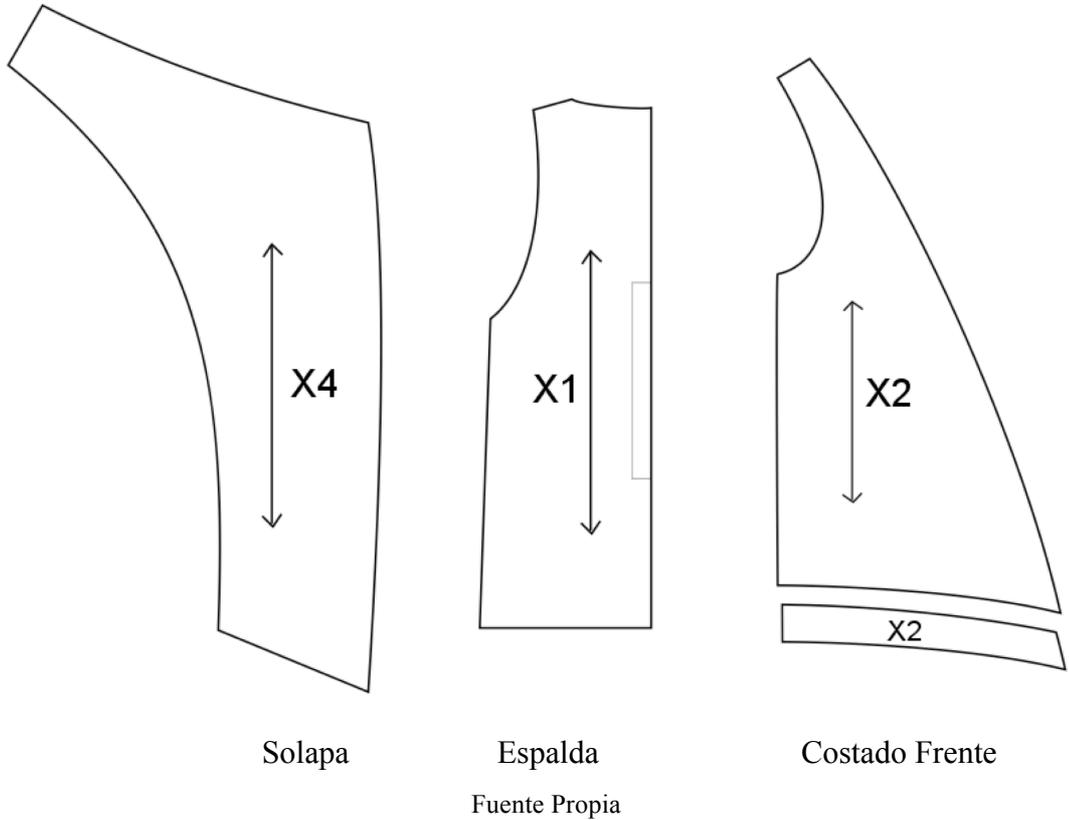
ESTILO: 007			
DESCRIPCIÓN: kimono	Colección: Estilo Trench		
DISEÑADOR: Crista Layle	Temporada: Primavera/ Verano 2012		
MARCA: Aj'Quen	Rango de tallas: S-M-L		
DIVISIÓN: Línea Popa Mujer	HOJA DE MEDIDAS		
FRENTE	ESPALDA		
		DESCRIPCIÓN <ol style="list-style-type: none"> 1. Traslape de 4" 2. De hombro a ruedo 24" 3. Ancho de espalda 9" 4. Largo espalda 5. Separación de tirantes de 6 1/2" 6. Ancho tirante de 3" (tirante doble) 7. Bies en bocamanga de 1/2" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras en overlock en costados y plana, vista de solapa hasta costado.</p>	

ESTILO: 008			
DESCRIPCIÓN: chaleco	Colección: Estilo Trench	Tela: 100% algodón	
DISEÑADOR: Crista Layle	Temporada: Primavera/ Verano 2012	Ancho: 17 ½"	
MARCA: A'Quen	Rango de tallas: S-M-L		
DIVISIÓN: Línea Ropa Mujer	HOJA DE MEDIDAS		
FRENTE	ESPALDA		DESCRIPCIÓN
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Largo de hombro a ruedo 20" 2. Ancho frente 7" 3. Ancho espalda 11" 4. Ancho cadera 14" 5. Bies en bocamanga de ½" <p>OBSERVACIONES: No lleva forro ni sobre costuras, costuras en overlock en costados y plana, vista de frente hasta costado.</p>	

8.7. DESARROLLO DE MUESTRA TALLA “M”

8.7.1. Desglose patrón Base.

Figura No.20
Desglose



8.7.2. Prueba de lavados. Se realizó prueba de lavado en un cuadro de tela de 10” x 10” y se observó que encogió un 4% en trama y un 10% en urdimbre ; también que reaccionó con un torque de 1.5° en el lado izquierdo de la tela. Se sugiere que la tela no sea previamente lavada y se realice lavado en seco

Fotografía No.3
Tela Muestra



Fuente: Propia

Tabla No.5
Prueba de Lavados

TEXTIL TIPICO	1	2	3
ENCOGIMIENTO			
A-B	4 7/8	4 7/8	4 13/16
B-C	4 7/8	4 7/8	4 7/8
C-F	4 1/2	4 1/2	4 1/2
F-I	4 1/2	4 1/2	4 1/2
I-H	4 7/8	4 13/16	4 3/4
H-G	4 7/8	4 13/16	4 3/4
G-D	4 1/2	4 1/2	4 1/2
D-A	4 1/2	4 1/2	4 1/2
D-E	4 7/8	4 3/4	4 3/4
E-F	4 7/8	4 3/4	4 3/4
TORSION °			
E-C	43	43	43
E-I	44	44	44
E-A	44	44	44
E-G	46	46	46

ENCOJIMIENTO	TRAMA	URDIMBRE
Promedio	4.822916667	4.5
Porcentaje /5	0.9645833333	0.9
TOTAL %	4.00%	10.00%
TORQUE	IZQUIERDO	DERECHO
Promedio	43.5	45
grados	1.5°	0°

Fuente Propia

8.7.3. Detalle Minimarker

Figura No.21
Minimarker



PRODUCTO: CHALECO

TALLAS: S M L

ANCHO DE TELA: 18 1/2"

ANCHO DE TRAZO: 17 1/2"

LARGO ÚTIL: 3 yds. * 6= 18 yds

YDS TRAZO: 3 yds

TOTAL SEGUNDAS: (0.11) 3.20 YDS* 6 piezas = 19.21 yds

CANTIDAD DE PIEZAS POR TRAZO: 1

CONSUMO POR UNIDAD: 3.20 yds

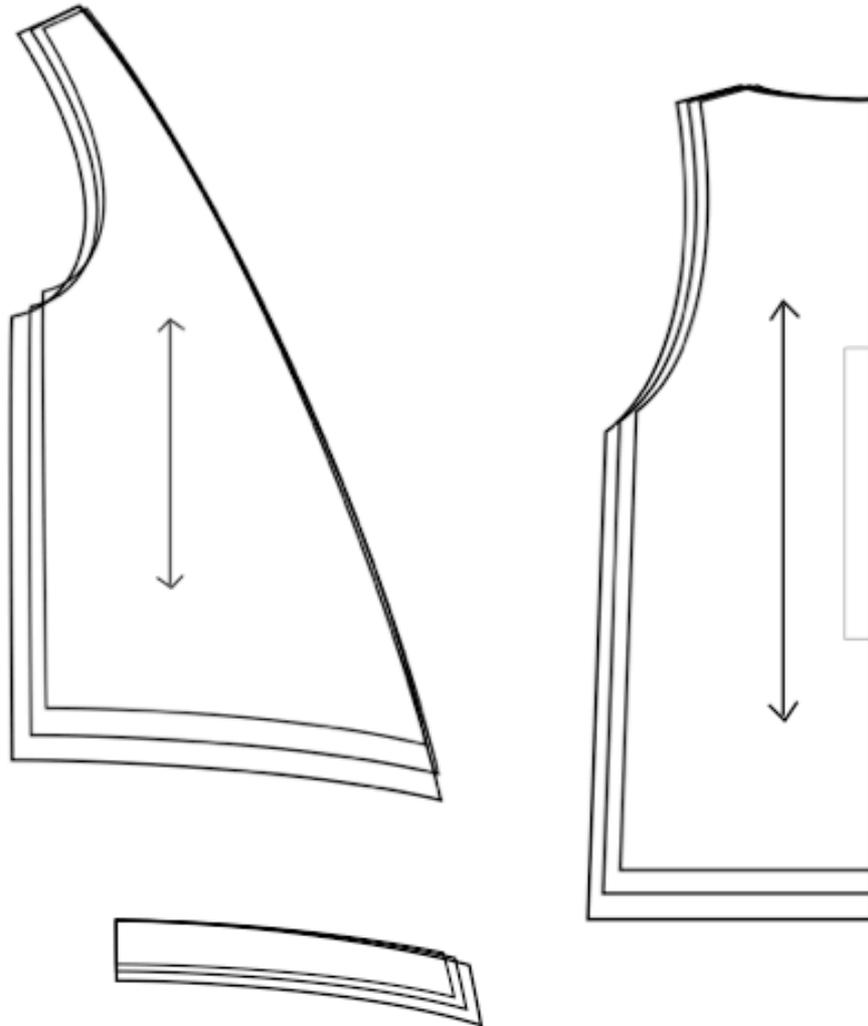
CONSUMO MEDIA DOCENA: 19.21 yds (total con desperdicios)

El total del consumo por docena con desperdicios es de 38.42 yds

Fuente: propia

8.7.4. Escalado Tallas S-M-L.

Figura No.22
Escalado



Fuente: propia

8.7.5. Costeo

- Precio por yarda: Q26.00
- Consumo por unidad: 3.20 yds. (*26) = Q83.20
- Mano de Obra: Q25.00
- COSTO TOTAL PRENDA: Q108

8.7.6. Empaque y Tag

Fotografía No.4

Empaque



Fuente Propia

Figura No.23

Tag



Fuente: Aj'Quen

8.7.7. Fotografías proceso muestra

Fotografía No. 5



Fuente: propia

Fotografía No. 6



Fuente: propia

Fotografía No. 7



Fuente: propia

9. MANUAL PROCESO DE DISEÑO



Manual Proceso de Diseño

Aplicado a Chaquetas Artesanales

POR: CRISTA LAYLLE

Indice

	Pág. #
Diagrama del proceso	2.
Objetivo	3.
Búscqueda de la inspiración	4.
Mercado Objetivo	6.
Producto / Diseño	8.
Principios	11.
Elementos	12.
Ciclo de Vida de un Producto	13.
Tendencias	14.
Estilos Básicos	16.
Diseños Planos Colección	21.

Introducción

Todos los días se crean productos con algún propósito de uso. Diseñar por medio de un proceso, es planificar un objetivo y todo lo que se necesita para cumplir con el propósito.

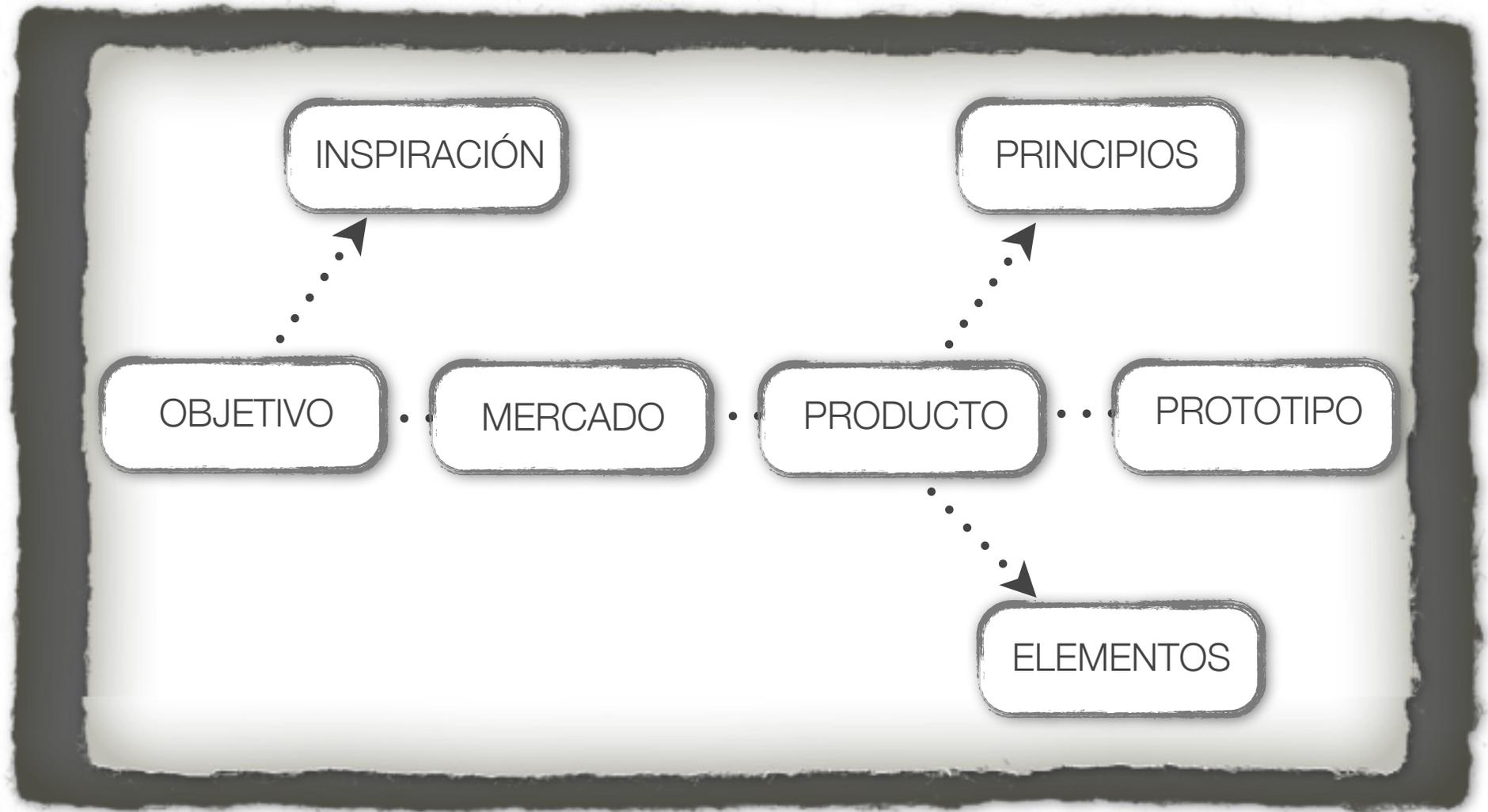
Los pasos y el orden son indispensables para el desarrollo del producto final. Muchas personas no se consideran “creativos” pero, cuando se entiende la estructura y pasos, se logra crear.

Antes de comenzar a trabajar en algún producto, es importante entender a el consumidor, lo que quiere y lo que se quiere proyectar siguiendo un proceso de diseño.

Es por esto que se ilustra en el manual los pasos del proceso para poderlo utilizar de forma práctica y lograr crear líneas de productos unificados, en tendencia y con diseño, de acuerdo a las necesidades del consumidor.

El vestuario es diseño aplicado, tan práctico como estético.

Proceso de Diseño



Definir el Objetivo



Es definir el resultado del producto final.

Para esto es necesario conocer:

- ¿QUÉ SE VA A HACER?
- ¿para quién es el producto?
- ¿para qué se utilizará?
- ¿cuándo se llevará a cabo?
- ¿en dónde se realizará?
- ¿cómo?

Búsqueda de Inspiración

"SCRAPBOOK"

Para comenzar a generar ideas es necesario recolectar material como revistas, artículos de moda, sketches, notas, anuncios, fotografías, arte, libros de historia.....



....Accesorios, telas, muestras de acabados, patrones antiguos, diseño de interiores,



Búsqueda de Inspiración

➤Música,, viajes, arquitectura, películas y gráficas.....

Se concretan todas las ideas visuales en un mismo lugar, en el libro llamado:

SCRAPBOOK



Se puede conseguir inspiración de todas partes, lo importante es interpretar las ideas y transformarlas en un diseño original.

Mercado Objetivo

Es necesario conocer el mercado al que se va a vender el producto.
Para esto, se realiza un breve estudio Demográfico y Psicográfico.

Estudio Demográfico

Tiene como objetivo el estudio de las poblaciones humanas y las características generales de sus habitantes.

Datos a tomar en cuenta:
Posición Geográfica, Edad , Sexo .

Ejemplo:

Posición Geográfica:
Guatemala/ Antigua Guatemala

Edad
35

Sexo
femenino

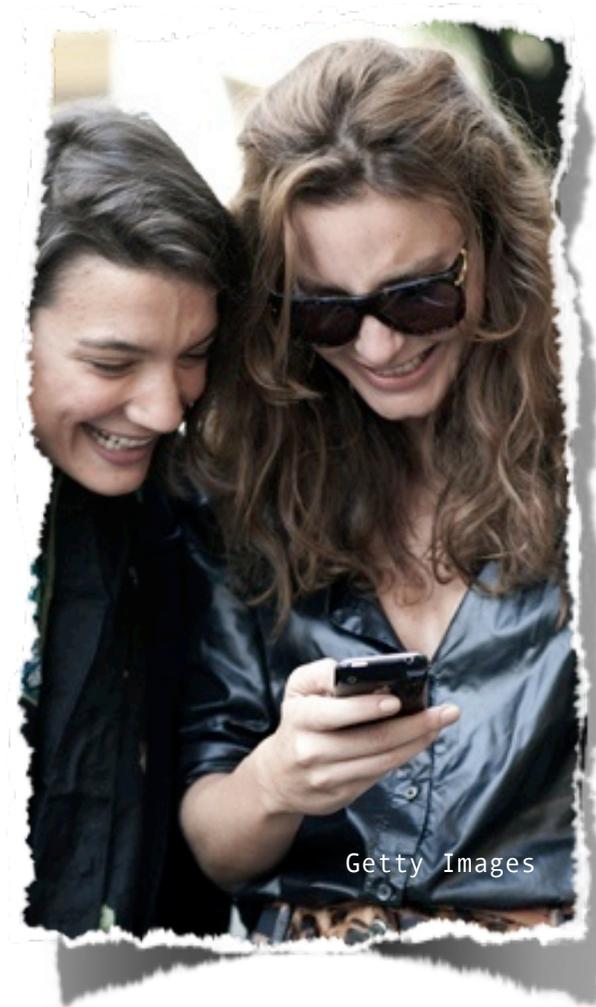


Mercedo Objetivo

Estudio Psicográfico

El estudio psicográfico se refiere al estilo de vida de los consumidores y existen 3 indicadores que lo definen:

- Actividades: Forma en que los consumidores pasan su tiempo, personalidad, situación de uso de los productos, ocasión etc...
- Intereses: Preferencia de los consumidores.
- Opiniones: Sobre aspectos sociales y sobre los productos que consumen.



El Diseño

Ya que se tiene el objetivo y mercado definido se puede crear el producto clave tomando en cuenta los siguientes aspectos en cuanto a diseño:

Funcionalidad - Estructura - Diseño/Decoración

FUNCIÓN

Un diseño *tiene* que ser funcional, y se determina por la manera en que trabaja y reacciona físicamente el producto.

Lo que necesita un diseño para considerarse funcional



MOVIMIENTO

cualquier prenda debe tener las medidas apropiadas para permitir movimiento y holgura .



PROTECCIÓN

La ropa debe proteger especialmente de la temperatura, clima, radiación, bacterias, químicos etc.. entre otras se encuentra la protección en situaciones especiales como el atuendo de bomberos.



SEGURIDAD Y SALUD

Un diseño funcional debe proveer confort, eficiencia y seguridad eliminando cualquier tipo de riesgo físico.

El Diseño

Ya que se tiene el objetivo y mercado definido se puede crear el producto clave tomando en cuenta los siguientes aspectos en cuanto a diseño:

ESTRUCTURA

La estructura del diseño permite que éste sea funcional y determina lo que contiene, las líneas de construcción y formas de las piezas, de que manera se unifican y se relacionan con el cuerpo, donde y como se abrirá la prenda.



Fuente: shopbop.com



El Diseño

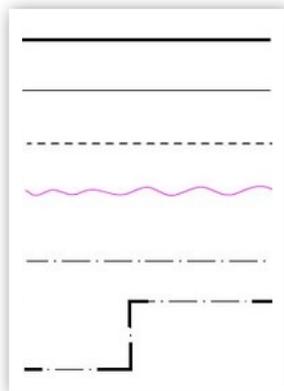
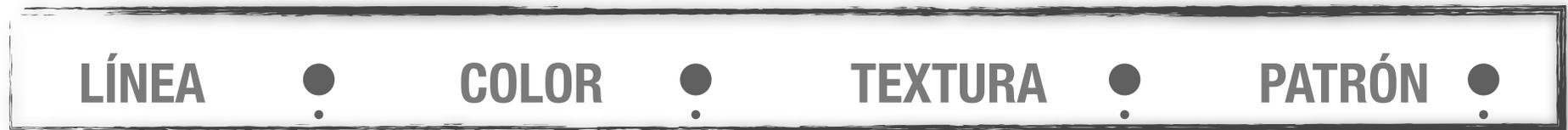
DISEÑO / DECORACIÓN

¿Cómo incorporar un diseño decorativo que sólo es apariencia a un diseño estructural?

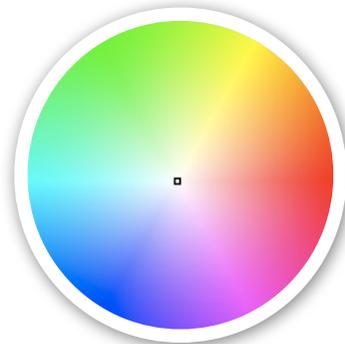
- Por el color o estampado de la tela.
- Por detalles de construcción: sobrecosturas, vuelos, quilting etc..
- Trims decorativos: encaje, listones, bies, botones, apliqués, moñas, bordados,



Principios de Diseño



Sucesión de puntos que se unen en un diseño y que resulta de la intersección de dos superficies.



Percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro.



Propiedad que tienen las superficies externas de los objetos, así como las sensaciones que causan,



Propiedad del textil o diseño, se define como un elemento repetitivo con un fin decorativo.

Elementos de Diseño

BALANCE

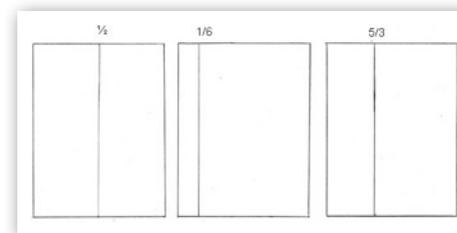


Movimiento visual que tiene un diseño en el cuerpo, de un lado hacia otro.

PROPORCIÓN



Relación de correspondencia y equilibrio entre las partes y el todo, o entre varias cosas relacionadas entre sí, en cuanto a tamaño y cantidad.



RITMO



Ordenación de elementos con frecuencia de repetición, en algunas ocasiones irregulares.

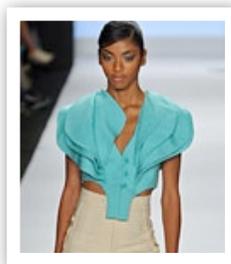
UNIDAD



Cuando un conjunto de cuerpos organizados, relacionados entre sí, representan uno solo.

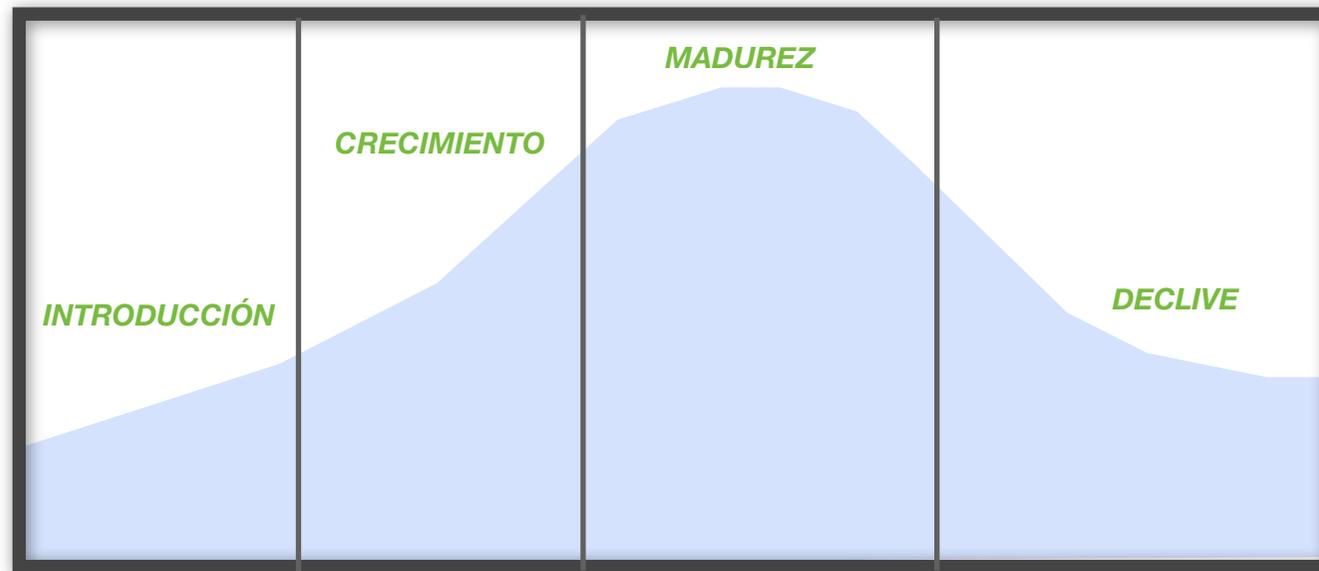


ENFASIS



Fuerza de expresión con que se realiza una pieza, un área, un elemento etc.. en el ej. se utiliza el énfasis por medio del color y la silueta en hombros.

Ciclo de Vida de un Producto



Tendencias

La dimensión temporal en el mundo de la moda viene marcada por las estaciones. Los ciclos naturales en los que dividimos el transcurso de los años (otoño, invierno, primavera y verano) definen nuestras necesidades en lo referido a las tendencias de vestuario.

Una tendencia es en sí misma original, poco común y puede que extravagante, pero en su ciclo natural de vida, si es exitosa, llegará a convertirse en moda, es decir, en algo ya no original sino de consumo masivo.



<http://www.elle.es/tendencias>

<http://www.stylesight.com>



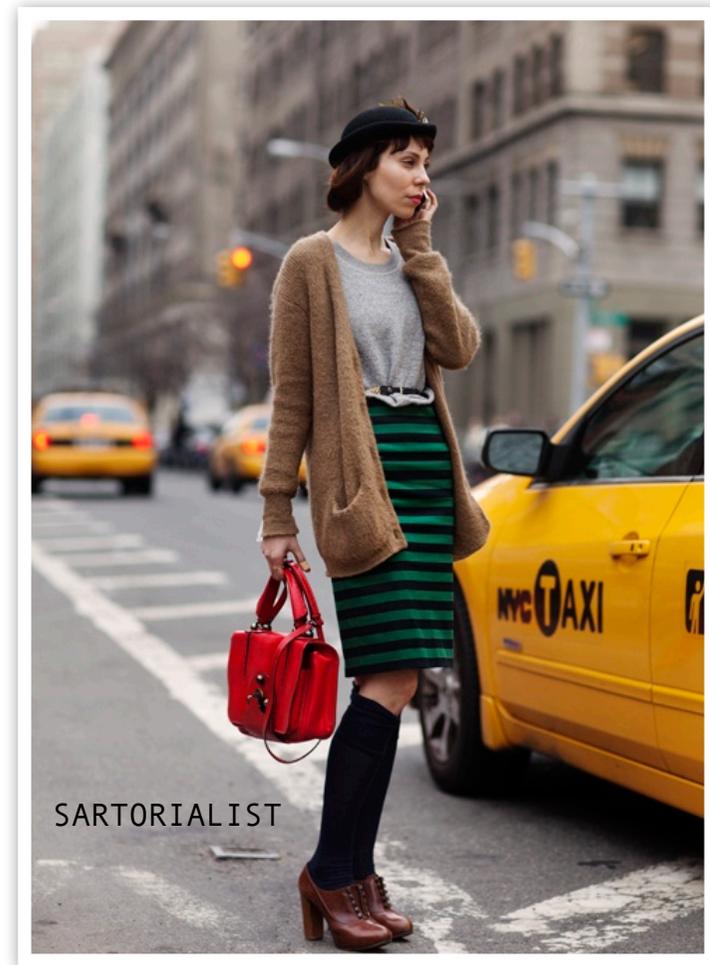
Aunque el contenido de las tendencias puede ser limitado, por ejemplo un tipo de estampado o un color concreto, sirven de inspiración a colecciones completas de ropa u otros objetos.

Tendencia

Debido a que el ciclo de vida de una tendencia es corto, es muy importante el trabajo de los “cazadores de tendencias”. Expertos en definir, hábitos, costumbres o preferencias susceptibles de dar lugar a tendencias.

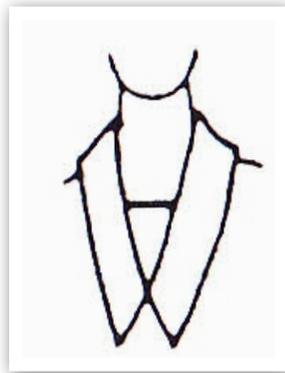
Sin embargo, pese a los múltiples estudios realizados para determinar qué factores o elementos determinan qué ha de convertirse en tendencia y qué no, el conocimiento que se tiene sobre esto es todavía limitado.

Los factores que determinan las tendencias son factores sociales y psíquicos; así como el nivel de desarrollo de un país y la sociedad, son igualmente fundamentales para albergar unas u otras tendencias.

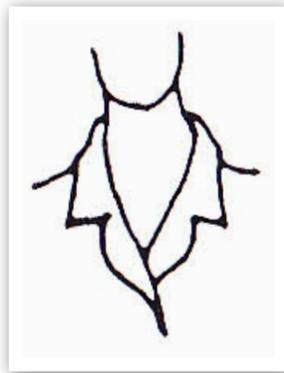


Estilos Básicos

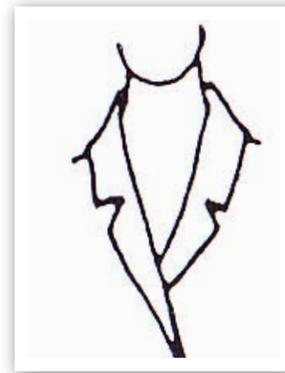
Cuellos



CHELSEA



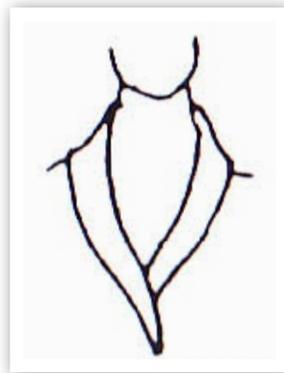
ITALIANO



SHAWL QUEBRADO



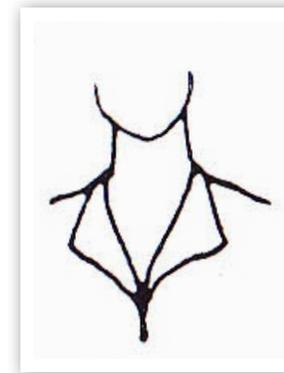
MOÑA



SHAWL



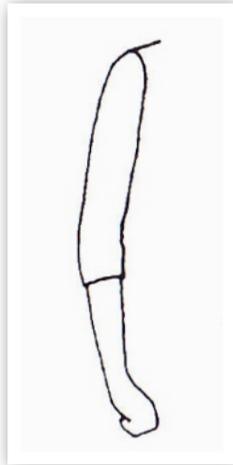
CHINO



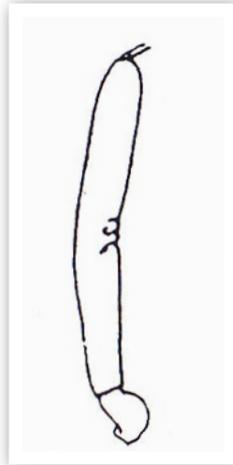
REVERS

Estilos Básicos

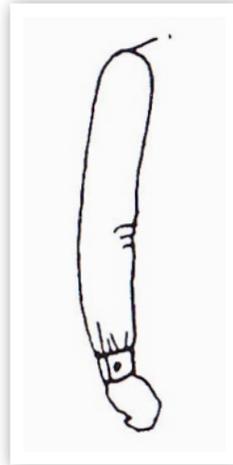
Mangas



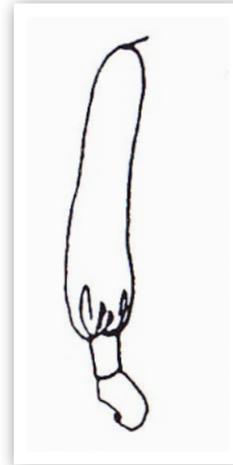
3/4



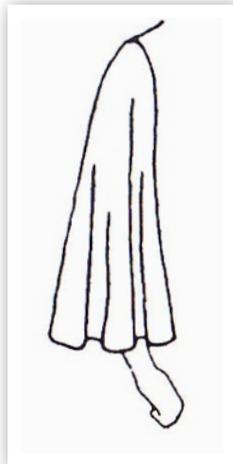
LARGA AJUSTADA



SHIRT



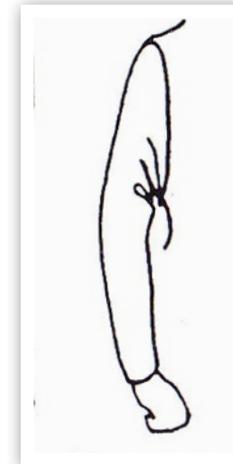
OBISPO



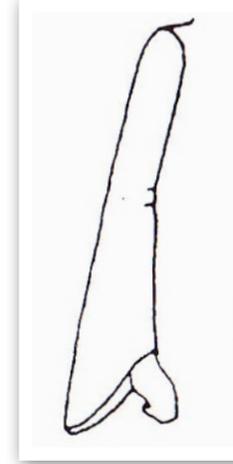
CAMPANA



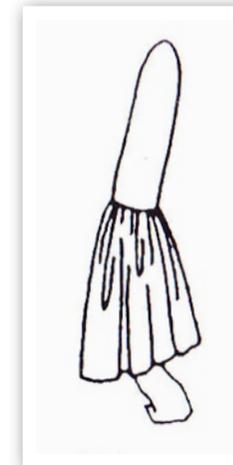
CARNERO



MURCIÉLAGO



ÁNGEL

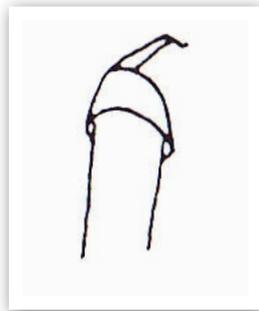


FLOUNCE

FUENTE: VISUAL DESIGN IN DRESS

Estilos Básicos

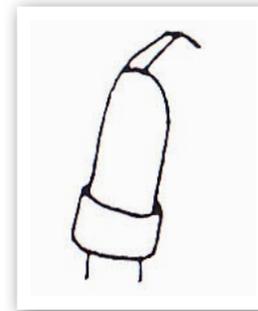
Mangas



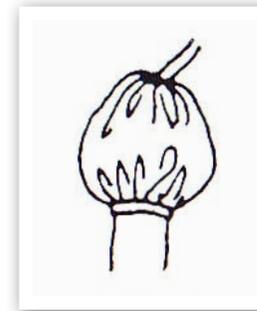
CAP



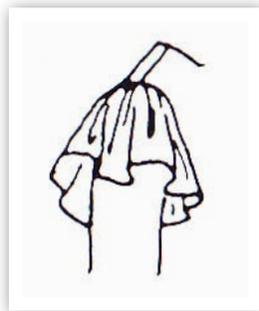
PÉTALO



ENROLLADO



PUFF



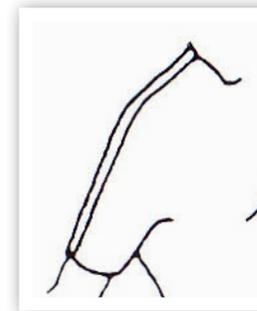
VUELO



CAMPANA



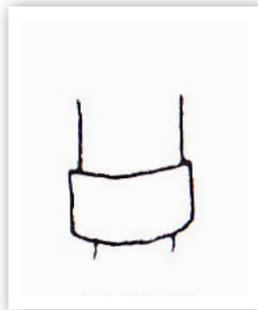
DRAPEADA



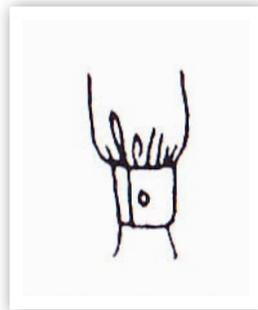
KIMONO

Estilos Básicos

Puños



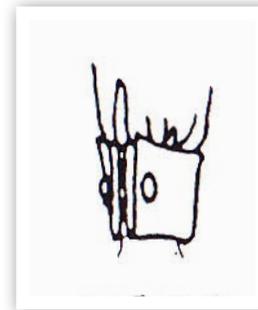
ENROLLADO



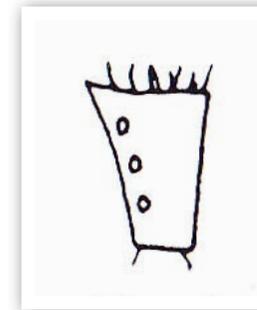
DE BANDA



AJUSTADO



FRANCÉS

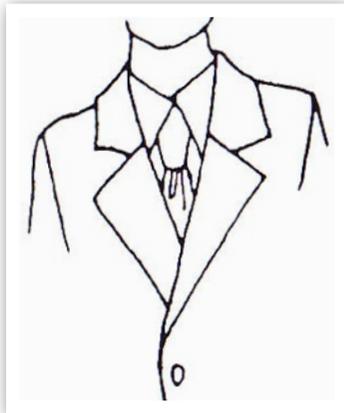


GAUNTLET

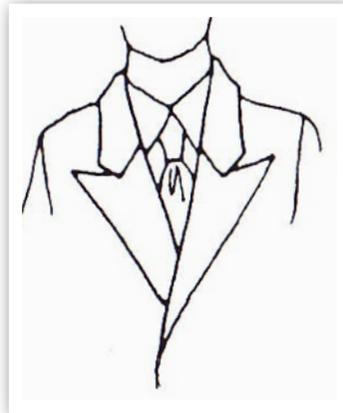
FUENTE: VISUAL DESIGN IN DRESS

Estilos Básicos

Chaquetas



QUEBRADO



PEAK



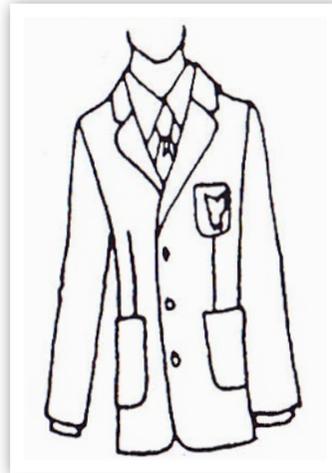
SHAWL



TUXEDO



BÁSICO



BLAZER



NERÚ



CHALECO

Colección

"Estilo Trench"

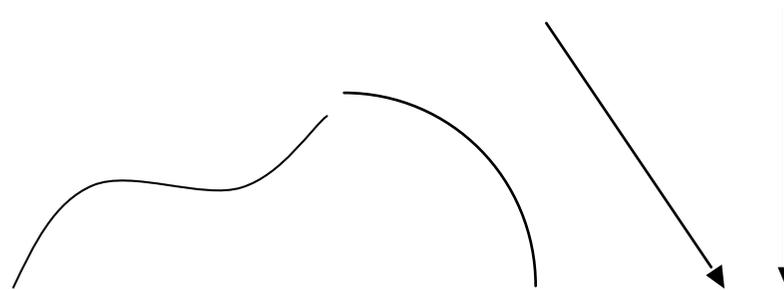
La propuesta de la colección *Estilo Trench* se enfoca en un look relajado, lleno de color, casual, inspirado en la elegancia masculina del traje sastre. Va dirigida a un mercado nacional y de turismo guatemalteco amante del arte y la cultura, con un estilo de vida relajado y auténtico. La colección transmite vida, carácter y elegancia por medio de los elementos de diseño utilizados y el color.

Principios de Diseño

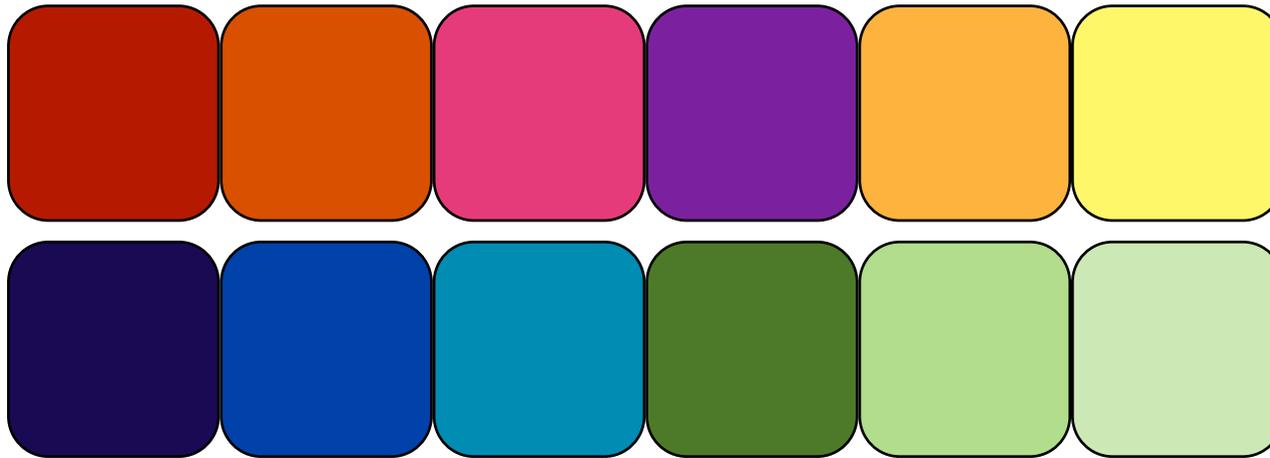
LÍNEA

Las líneas aplicadas en los diseños son las que definen su silueta y forma.

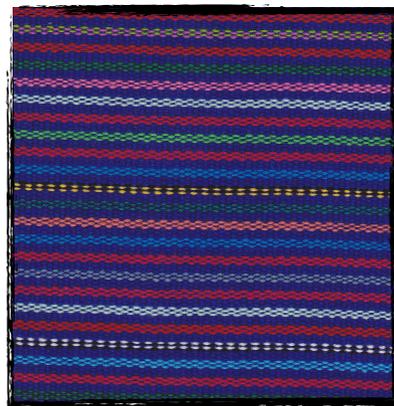
Se utilizó las líneas rectas en la línea de quiebre, mangas y algunas solapas y las curvas en costados, línea de estilo de las solapas y escotes.



COLOR



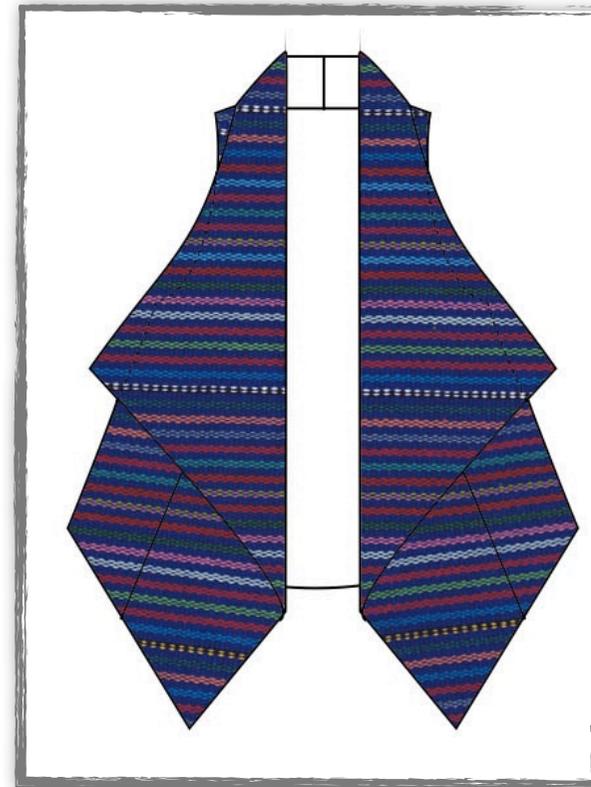
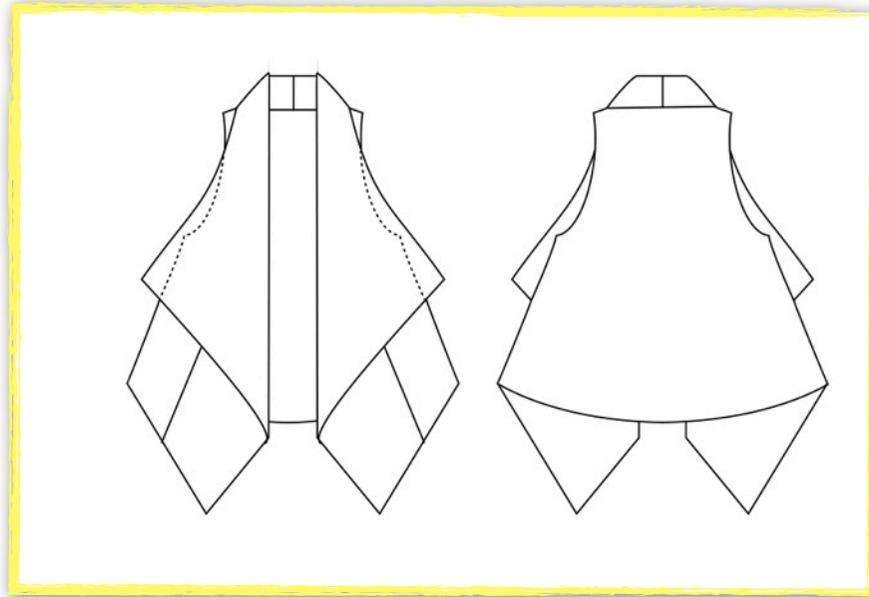
Carta Textilera



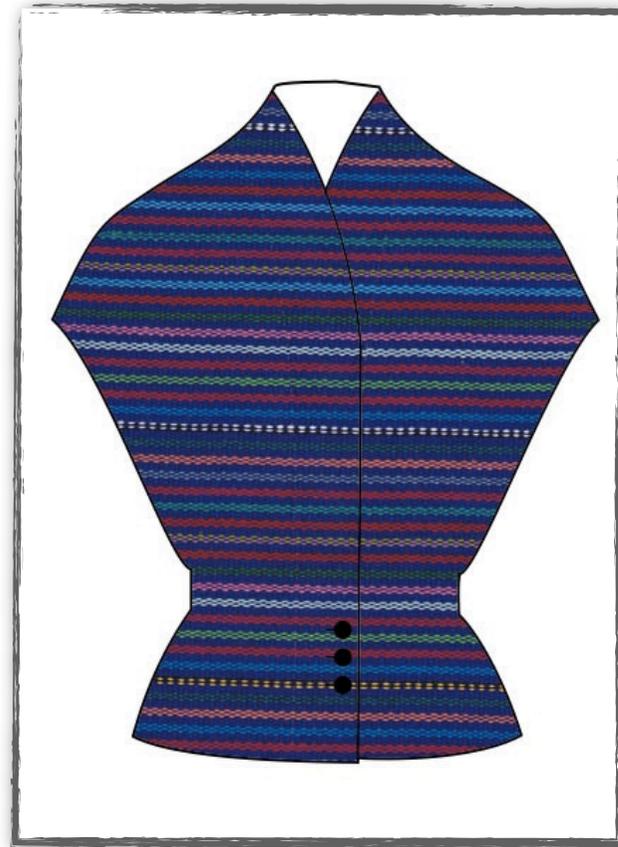
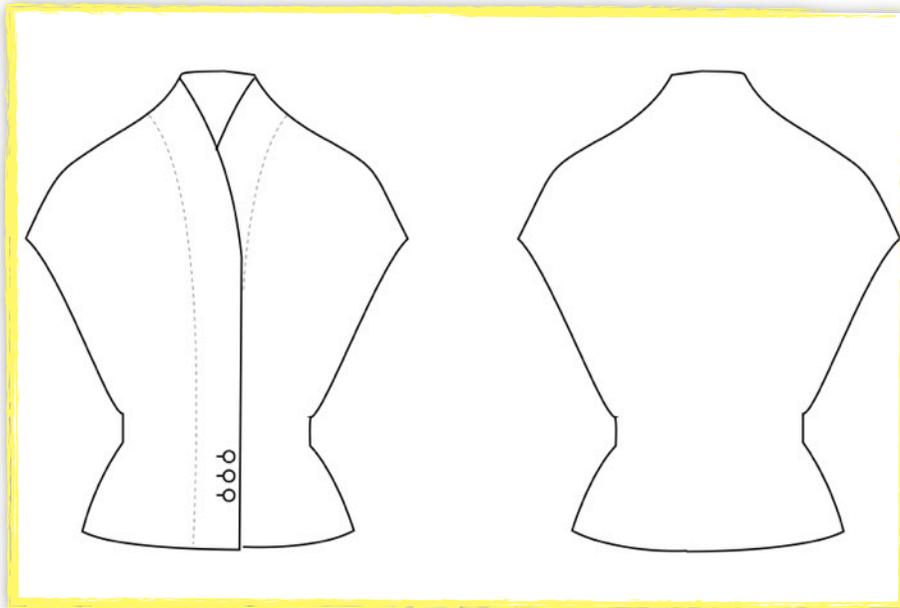
Diseños Planos

El chaleco es una prenda de vestir sin mangas. Cuando fue creada en la época de Luis XIV, se hizo con el fin de abrigar el pecho bajo la chaqueta, era prenda indispensable en el atuendo diario de los hombres de esta época. Hoy en día es un complemento femenino y masculino que acompaña todo tipo de ropa dependiendo la ocasión.

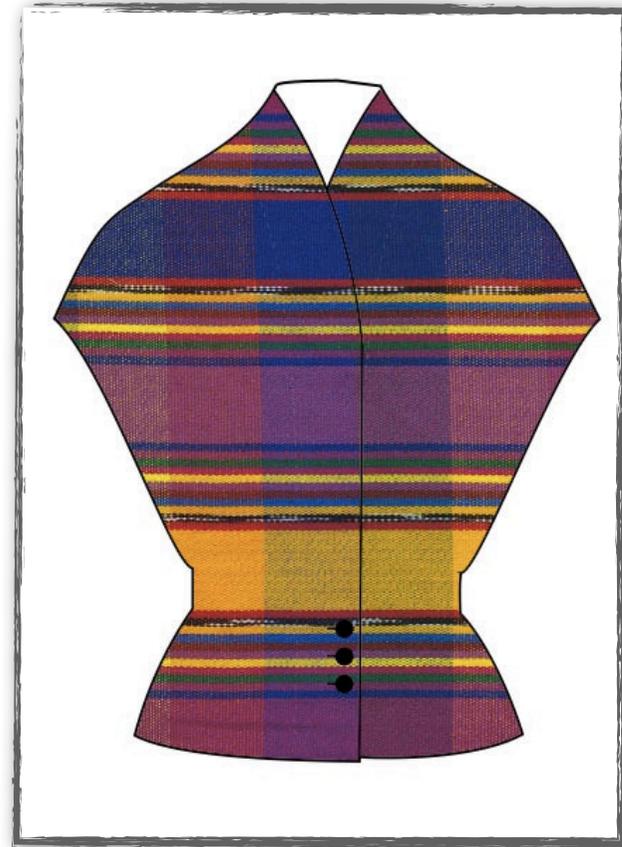
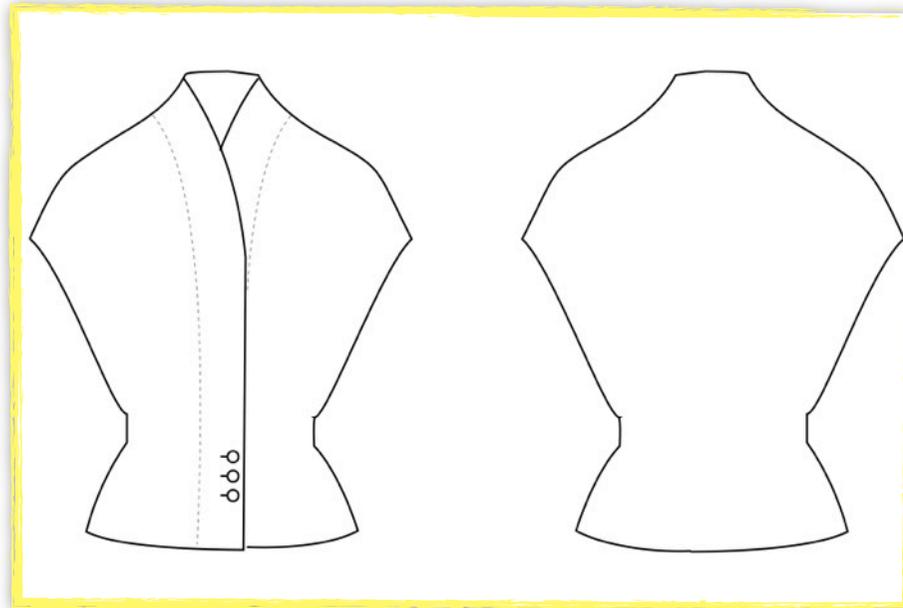
Muestra



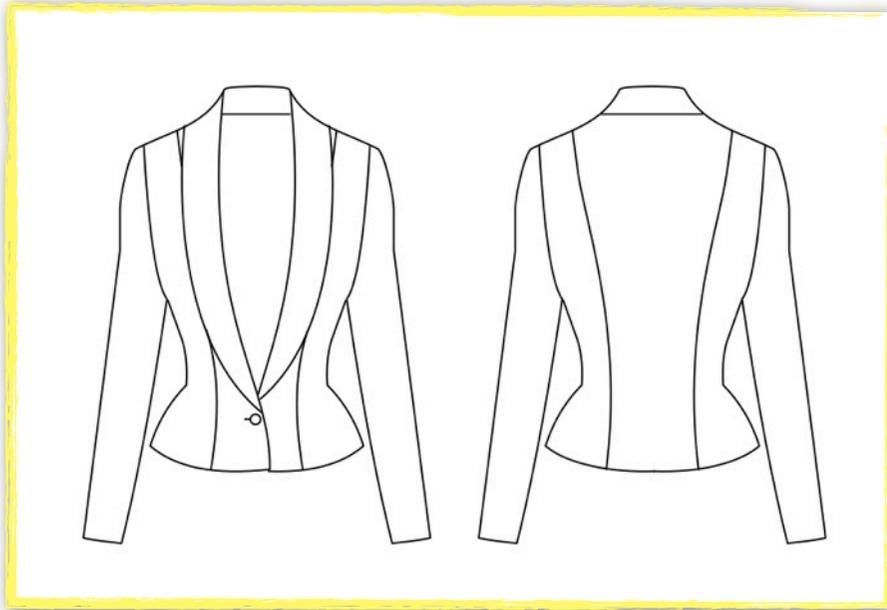
Diseños Planos



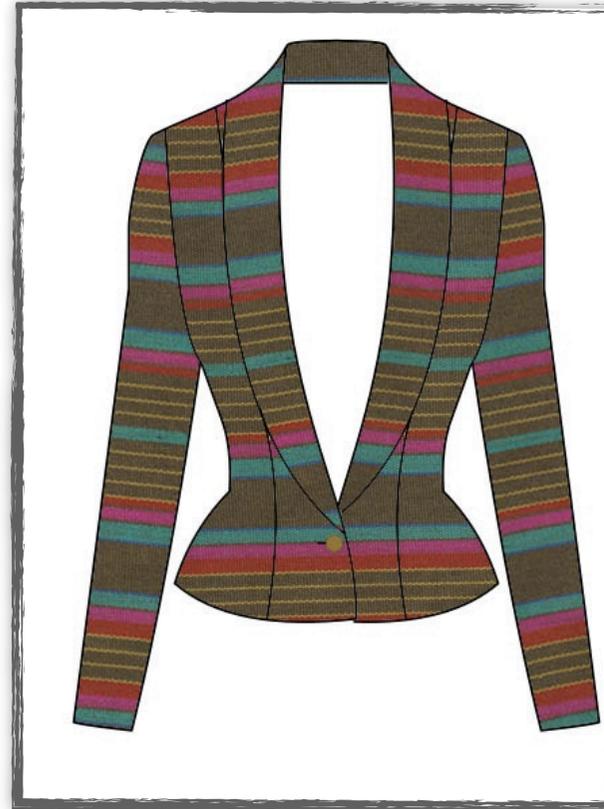
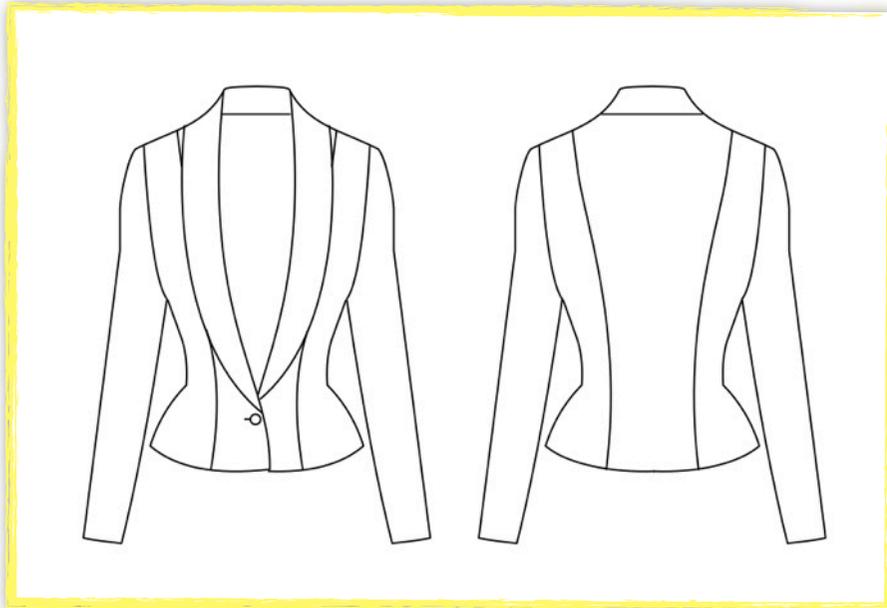
Diseños Planos



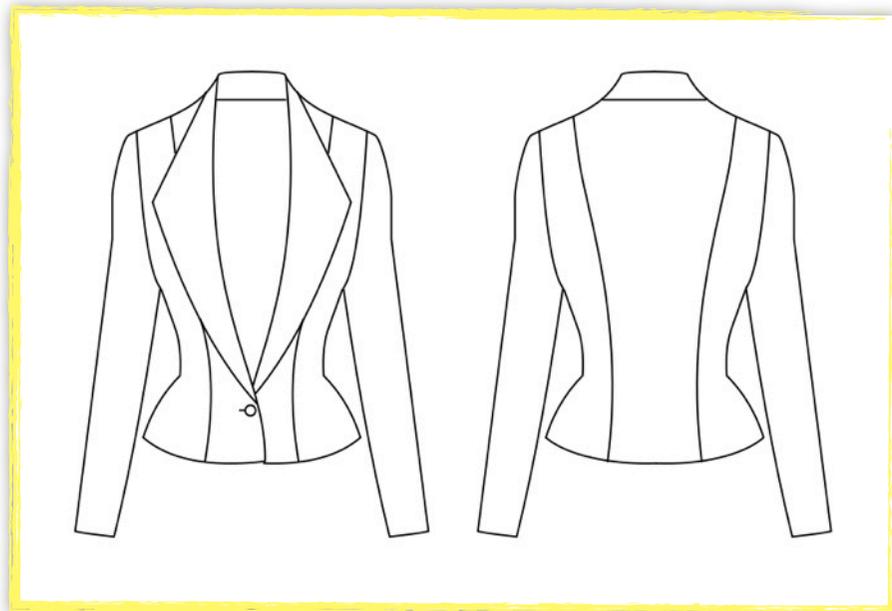
Diseños Planos



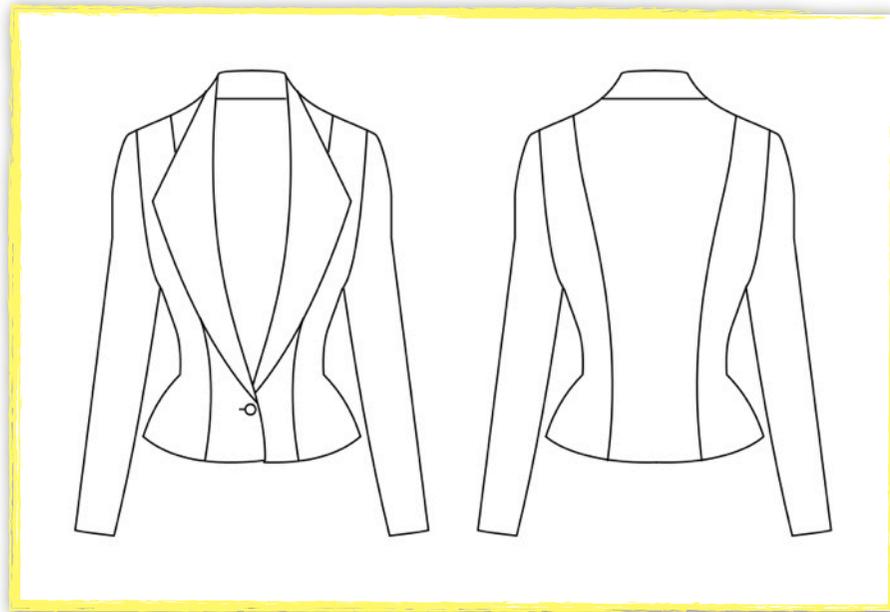
Diseños Planos



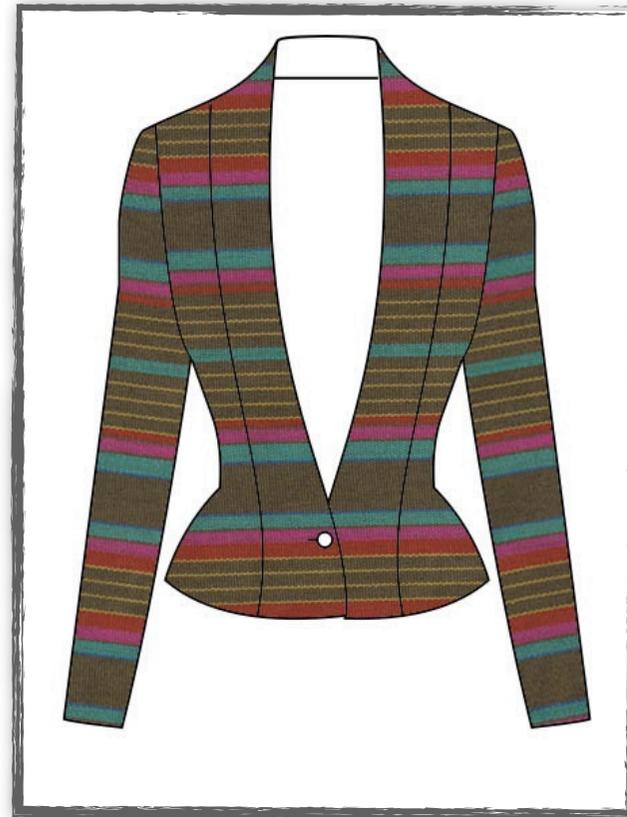
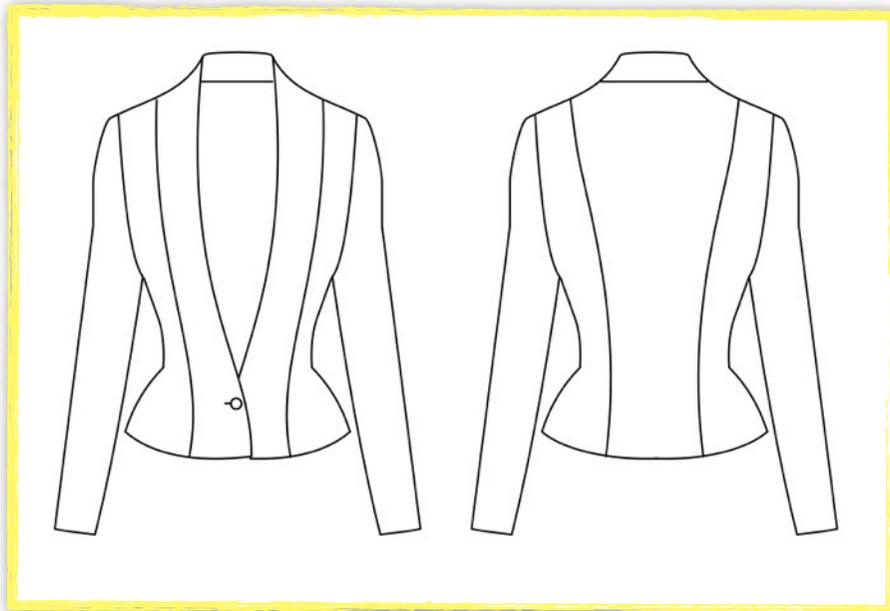
Diseños Planos



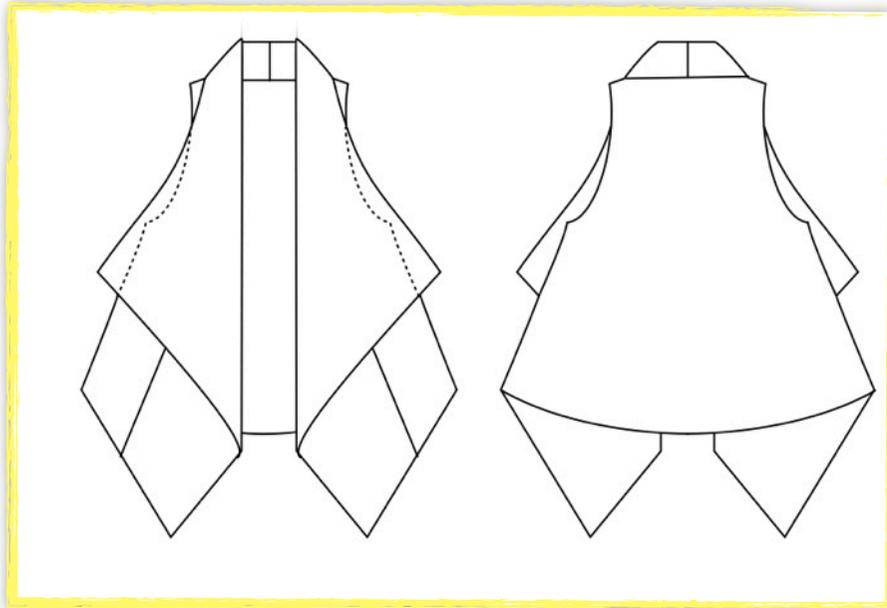
Diseños Planos



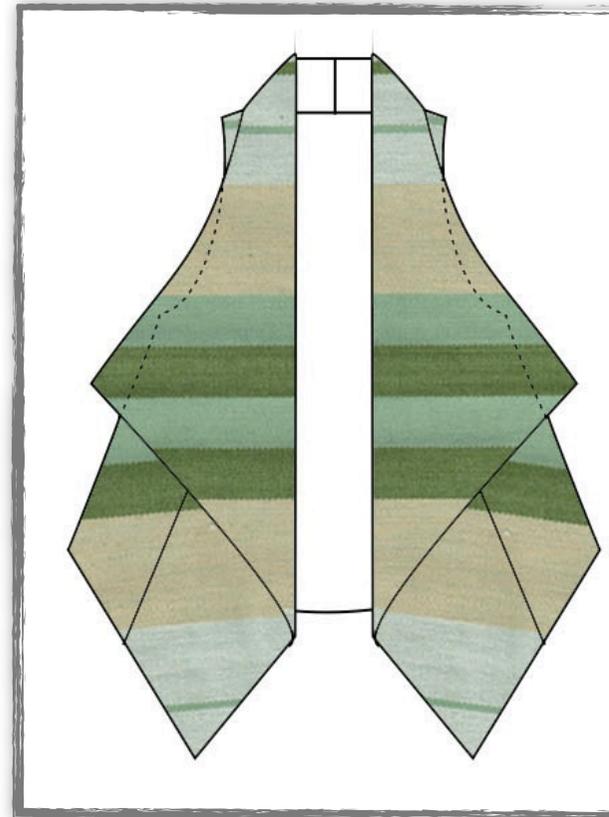
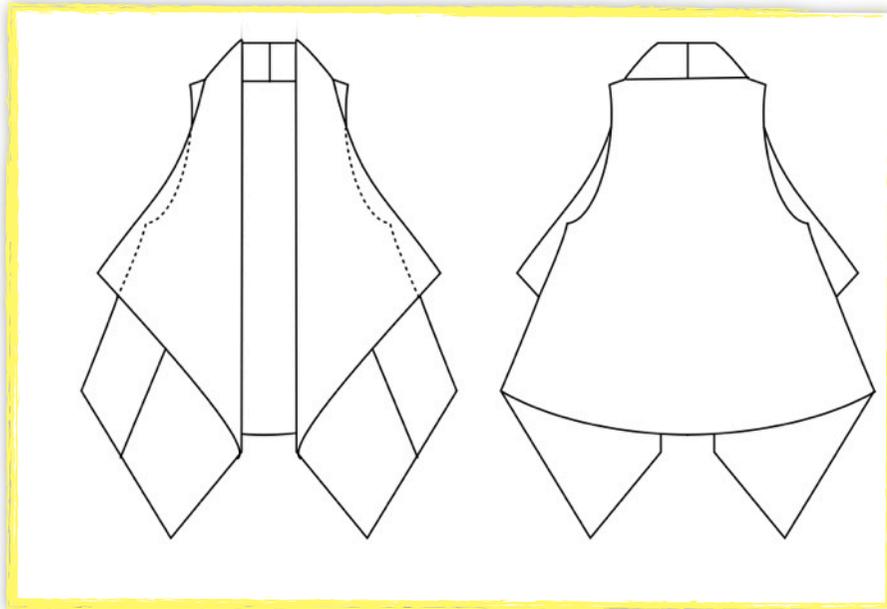
Diseños Planos



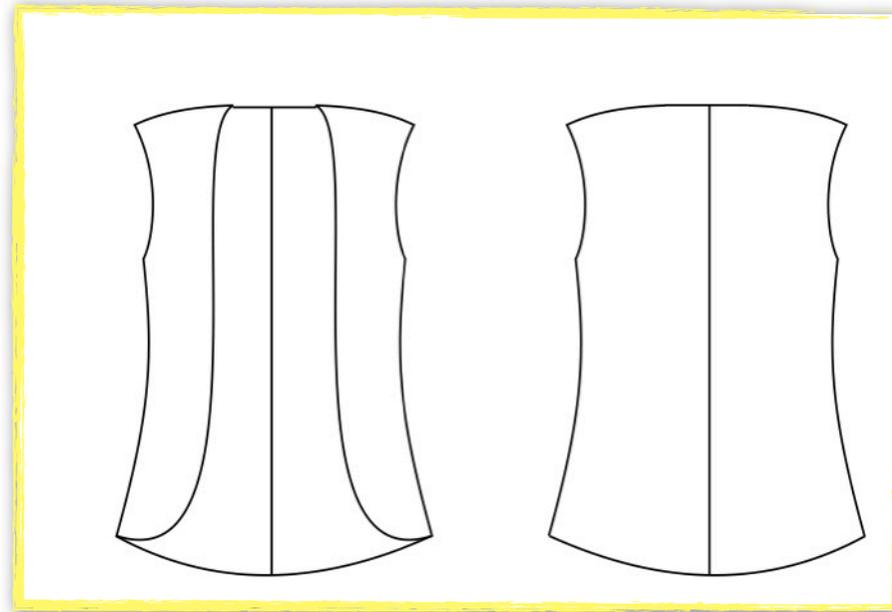
Diseños Planos



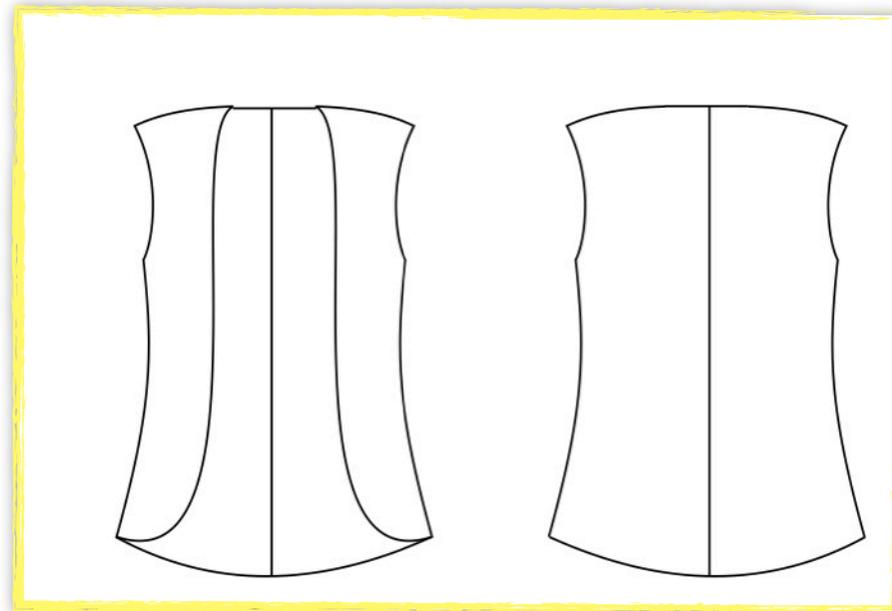
Diseños Planos



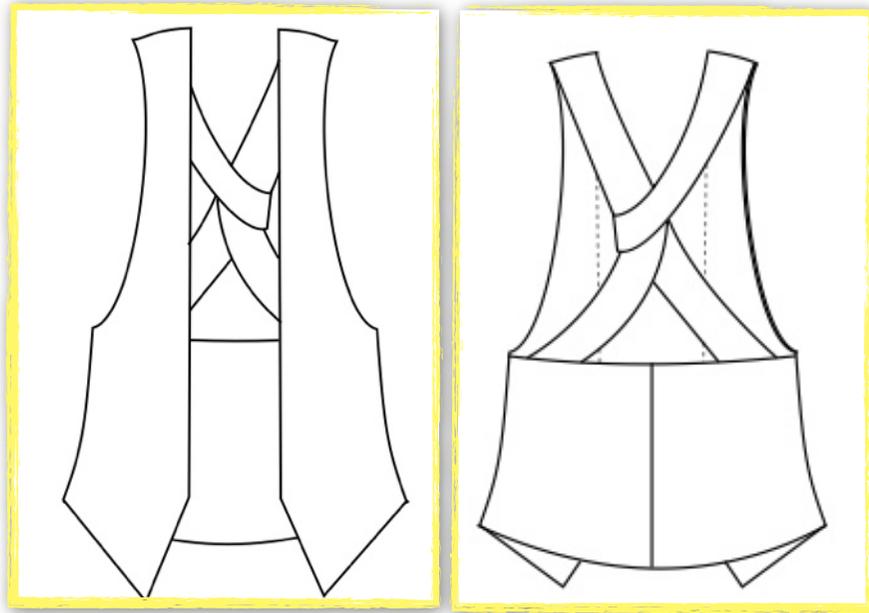
Diseños Planos



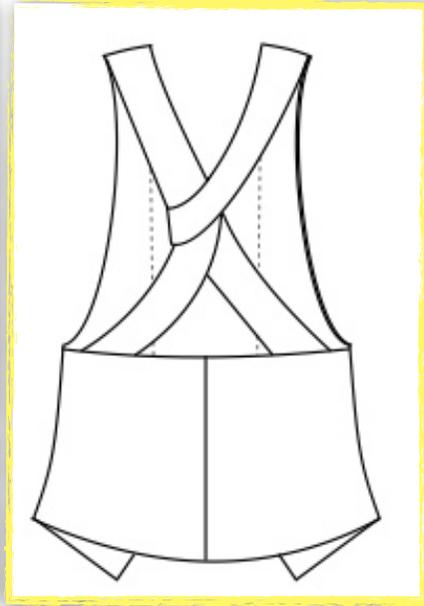
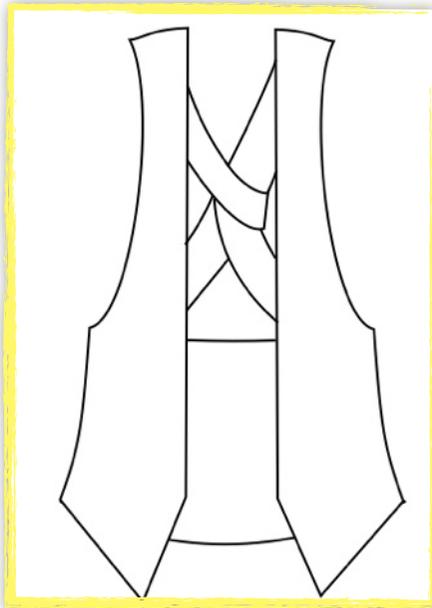
Diseños Planos



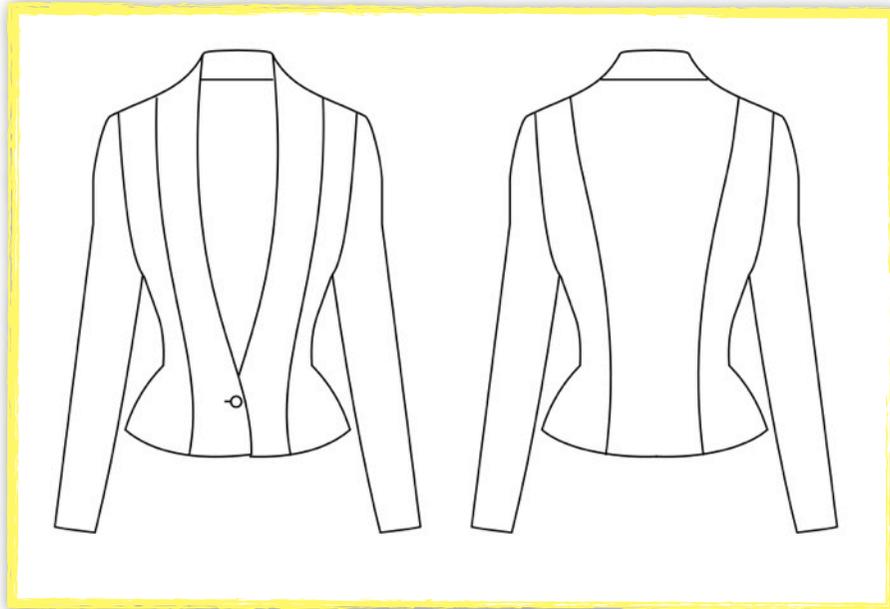
Diseños Planos



Diseños Planos



Diseños Planos



El Diseño y Su Proceso

CRISTA LAYLLE

cristalaylle@gmail.com

CONCLUSIONES

Se eligió a la asociación Aj`Quen quien comprende de 26 grupos de mujeres tejedoras de las etnia maya: Kac'chiquel, Quiche', Quekchi, Tzutujil en los departamentos de Chimaltenango, Sololá, Alta Verapaz y Totonicapán. Producen productos de alta calidad, 100% algodón, según las antiguas tradiciones del telar a cintura y telar a pedal y cuyas familias se han beneficiado de los ingresos de las ventas de estos productos.

La posibilidad de mejorar los ingresos de las familias rurales mediante la venta de artesanías mejoradas y novedosas está fuertemente vinculada al que se les proporcione la guía correcta del desarrollo de los nuevos productos, en éste proyecto chaquetas para mujeres. Así también cubrir las necesidades y exigencias de un mercado objetivo manteniendo la identidad Guatemalteca por medio de la aplicación del textil típico.

A medida que se suman productos nuevos al mercado textil guatemalteco mejorando la calidad antes propuesta de la mano con tendencias actuales de diseños y se ponga en valor su pertenencia cultural, sería posible acceder a mercados más exigentes y con mayor poder adquisitivo.

La actividad artesanal permite una revalorización cultural y rescata la producción cuya acción se refuerza al desarrollar una actividad comercial bien enfocada, solidaria y compartida por los diferentes grupos de artesanas de Aj`Quen.

El aporte será enfocado al crecimiento y fortalecimiento de la actividad artesanal moderna, contribuyendo no sólo al desarrollo económico, si no a la incentiva de aprender a diseñar y conocer el proceso, ampliando la gama de productos textiles por medio de éste. También contribuye a la difusión de los nuevos diseños propuestos y competencia por trabajar productos de primera calidad, que demuestren el talento y proactividad tanto de las artesanas como del diseñador.

La mayoría de diseñadores desconocen los problemas a los que se enfrentan los artesanos para producir y conservar los elementos artesanales de la propia cultura guatemalteca.

En el mercado guatemalteco de artesanías se encuentran productos repetidos y fuera de temporada que generan una gran competencia y representan pérdidas para muchos de los productores.

El artesano necesita de la guía profesional de un diseñador para poder innovar en su producto y lograr competir en mercados más exigentes e internacionales.

Es posible generar una nueva demanda y ampliar el mercado objetivo de Aj`Quen a través del desarrollo de chaquetas con textiles artesanales.

Es posible enseñarle al artesano a diseñar por medio de un manual que ilustre todo el proceso de diseño .

Materiales y métodos aplicados:

- Área de estudio: El proyecto se realizó en la asociación Aj`Quen ubicado en el Km. 56 Carretera Panamericana, Chimaltenango.
- Materiales y equipos:
 - Materiales: telas típicas, botones, hilo, papel de patronaje, manta para muestras, reglas. Material didáctico para impresión de especificaciones.
 - Equipos: telares, maquina plana y overlock, plancha

Métodos y procedimientos:

1. Investigar y documentar acerca de la historia y procesos de las telas mayas y sastrería
 2. Investigar la aceptación del producto a introducir según el mercado objetivo.
 3. Crear manual del proceso de diseño enfocado a chaquetas.
 4. Desarrollar el patronaje específico de los diseños a producir.
 5. Elaborar hojas de especificación con todo el proceso de producción del producto
 6. Confeccionar muestras de diseños en base a las especificaciones
 7. Introducir producto al mercado.
- Colaboradores: Las personas que colaboraran en el proyecto de investigación son:
 - Crista Laylle (Estudiante-diseño/Investigadora)
 - Aj`Quen asociación
 - El grupo de artesanos que conforman Aj`Quen

- Ovidio Morales (Asesor de tesis)

RECOMENDACIONES

Se recomienda darle seguimiento a este proyecto en cuanto al desarrollo de patronaje y modificaciones de chaqueta para poder completar la capacitación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS/ ENCICLOPEDIAS

ROSTWOROWSKI, María (2004), *Enciclopedia Temática: Incas*, Orbis Ventures.

Editorial Sol 90 (2003), *Historia Universal: América precolombina*, Editorial Sol 90.

Muxica Editores (2001), *Culturas Prehispánicas*, Muxica Editores. ISBN 9972-617-10-6.

<http://museodeltraje.mcu.es/popups/03-2005%20pieza.pdf> LIBRO EN PDF

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FfJXxDp-7AQJ:www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.htm+importancia+productos+cambiantes&cd=8&hl=en&ct=clnk&client=safari>

STONE, Elaine. *The Dynamics of Fashion*, Edición II, NY, Fairchild Publications, Men's apparel p.195

D'ANGELO , Graciela. *Enciclopedia de Guatemala*. Océano Grupo Editorial. España, 2,000. Volumen 2. 439 p.

PIEDRA SANTA ARANDI, Julio. *Geografía visualizada de Guatemala*. Editorial piedra santa, Guatemala 25 de enero, 2007

RODRIGUEZ ROUANET, Francisco. *Suchitepequez, un departamento lleno de tradiciones*. Revista D. Seminario No.98. Prensa libre, Guatemala 11 de febrero de 2007

DEL OLMO ARRIAGA, José Luis. *Marketing de la Moda*. Edición I, Madrid: ediciones internacionales universitarias, 2005. 311p.

GARCIA-PELAYO Y GROSS, RAMON. *Pequeño Larousse Ilustrado*. Ediciones Larousse. Bogota, Colombia, 1995.

CONTRERAS, Rodolfo y MONTERROSO, José Ramón. *Breve Historia de Guatemala*. Primera Edición, Editorial Horas y Horas. México ,2002. Pág. 102

GONZALES, Jorge Antonio. *Guatemala el país de la eterna primavera*. Quinta edición, Editorial Alvarado, Guatemala 2006.

D. COE, Michael. *The Maya*. Primera edición, Guatemala 1998.

CARTER, William E. *Cultivators in the Guatemalan Lowlands*. Primera edición, Mexico City, 2001.

CAMUS, Manuela. *Artesanías Guatemaltecas* Primera edición, Editorial Nacco Nacional Consignación. Guatemala 1998.

FIGUEROA, Fernando de la Cruz. *Manos artesanas*. Segunda edición, editorial Artemis Edinter S.A. Librerías. Guatemala 2005

ACOSTA, Alberto y FALCONI, Fander. *TLC mas que un tratado de libre comercio*. Editorial Friedrich Ebert Stiftung. Colombia 2001. Pág. 5.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

<http://www.prensalibre.com/pl/domingo/archivo/domingo/2003/enero03/260103/tradicion.html>

<http://miguiargumentina.com.ar/confeccion-talleres/empresas-guia.html>

<http://www.sitiosargentina.com.ar/artesantias%20argentina.htm>

<http://openentry.com/peoplink2/samajel/ym/proceso.html>

<http://www.deguate.com/>

<http://www.losartesanos.com/guatemala/index.html>

<http://www.guiadelmundo.com/paises/guatemala/poblacion.html>

<http://www.elpais.com/todo-sobre/pais/Guatemala/GTM/>

<http://www.ca-asies.org/docs/presentaciones/Fabi>

<http://www.spanport.ucsb.edu/faculty/mcgovern/Counties/Guatemala/lenguas.jpg>

<http://www.mcd.gob.gt>

http://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_libre_comercio

<http://www.enfemenino.com>

<http://www.visitguatemala.com/>

<http://www.ine.gob.gt/>

<http://www.losartesanos.com/guatemala/index.html>

<http://www.atitlan.org/asa/>

<http://ars.usda.gov/is/espanol/pr/2005/051117.es.htm>

<http://www.mapasred.com> Información geográfica sobre Guatemala.

<http://www.viajeguatemala.com> Información turística sobre Guatemala.

<http://www.guateamala.com> Información sobre la República de Guatemala.

<http://www.museos.com> Información general sobre museos.

<http://www.museosdevenezuela.org> Información sobre museografía y museología

<http://www.embajada@guatemala.com> Información sobre artesanías de Guatemala

http://www.mcd.gob.gt/MICUDE/proyeccion_social/multi_interculturalidad/eticos/view

http://www.mcd.gob.gt/MICUDE/arte/artesantias/mapa_artesantias/solola.htm

<http://www.focus.com/fyi/human-resources/history-power-suit/>

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FfJXxDp7AQJ:www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto36.htm+importancia+productos+cambiantes&cd=8&hl=en&ct=clnk&client=safari>

Situación actual de la artesanía. Portal Artesanías. Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, Gobierno de la República de Guatemala. Disponible en: <http://www.mcd.gob.gt>

ESQUIVEL, Aracely. “*Artes y artesanías populares*”. Especiales. Prensa Libre. Guatemala. Disponible en: <http://www.prensalibre.com>

RODRÍGUEZ, Francisco. “*Cultura Material.*” Especiales. Prensa Libre. Guatemala. Disponible en: <http://www.prensalibre.com>