



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

PROPUESTA DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE
QUETZALTENANGO

BÁRBARA ADRIANA PÉREZ ESCOTTO

Guatemala, 16 de julio de 2016



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

PROPUESTA DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE
QUETZALTENANGO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

BÁRBARA ADRIANA PÉREZ ESCOTTO

Al conferírsele el título de

**LICENCIADA EN DISEÑO INDUSTRIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN
VESTUARIO**

Guatemala 16 de julio de 2013.

Guatemala, 26 de Mayo de 2016

Señores
Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados Señores:

Por este medio hago de su conocimiento que he asesorado a la estudiante BARBARA ADRIANA PÉREZ ESCOTTO, de la Licenciatura en Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, de esta Facultad, quien se identifica con el carné 20121210 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "PROPUESTA DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO".

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a mi entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



Licda. Ericka Castañeda
Asesora de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

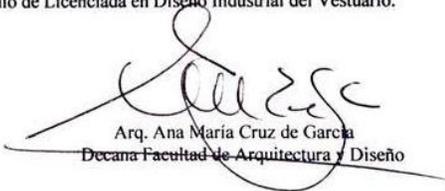
Guatemala, 27 de mayo de 2016

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 **BÁRBARA ADRIANA PÉREZ ESCOTTO**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

**“PROPUESTA DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN
LA CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO”**

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



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

E-mail: farq@unis.edu.gt
www.unis.edu.gt
Guatemala, Centroamérica

ÍNDICE GENERAL

	Página
RESUMEN	I
ABSTRACT	III
INTRODUCCIÓN	V
1. ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS	1
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 SUSTENTACIÓN DE LA PROPUESTA	2
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA DE DISEÑO.....	2
1.4 OBJETIVOS	2
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	2
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
2. MATERIAL DE REFERENCIA	4
2.1 TECNOLOGÍA TEXTILES	4
2.1.1. Fibra	4
2.1.2 Clasificación de Fibras.....	4
2.1.3 Propiedades de las Fibras.....	6
2.1.4 Proceso de la fibra.....	6
2.1.5 Hilo	6
2.1.6 Tejido	7
2.1.7 Preparación Artesanal	7
2.2 PRODUCCIÓN.....	8
2.2.2 Factor trabajo	8
2.2.3 Factor Humano.....	8
2.2.4 Factor Capital.....	8
2.2.5 Factor Ambiental.....	9
2.3 Diseño	10
2.3.1 Principios del Diseño	10
2.3.2 Fundamentos del Diseño	11
2.4 MERCADEO	13
2.4.1 Principales elementos del <i>marketing</i>	13
2.4.2. Atributos y beneficios del producto	13

2.4.3	Cuatro niveles de productos	13
2.4.4	Cuatro segmentos de precio	14
2.4.5	Tipos de canales de venta.....	14
2.4.6	Tipos de vías de comercialización	14
2.4.7	El <i>Marketing Mix</i> y la Adición y evolución.....	15
2.4.8	La estrategia STP	15
2.4.9	Elementos en Plan de <i>Marketing</i>	15
2.4.10	Efectos por los que se da a conocer la moda.....	16
2.4.11	Moda Sostenible.....	16
2.4.12	Estudio de Mercado e Investigación de <i>Marketing</i>	16
2.4.13	La investigación de marketing se subdivide en tres perspectivas	16
2.4.14	Tendencias y tiempo de vida.....	17
2.4.15	Punto de equilibrio.....	18
2.4.14.1	Costo variable unitario	18
2.4.14.2	Costo variable total	18
3.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	19
3.1.	PROBLEMÁTICA.....	19
3.2	ÁREA DE ESTUDIO	19
3.2.1	Delimitación.....	19
3.2.2	Caracterización del área	21
3.2.3	División Política de la República de Guatemala.....	22
3.2.4	División Regional de Quetzaltenango.....	24
3.2.5	Aspectos Físico Naturales	24
3.2.6	Aspectos Humanos.....	24
3.2.7	Aspectos Poblacionales.....	25
3.2.8	Aspectos de Infraestructura.....	25
3.2.9	Indicadores	26
3.3	ESTUDIO DE MERCADO	27
3.3.1	Demanda	27
3.4.	METODOLOGÍA	29
3.4.1	Localización del Taller.....	29
3.4.2	Caracterización.....	29

3.4.3 Aspectos de Infraestructura.....	30
3.4.4 Indicadores.....	32
4.5 Tipo(s) de Investigación.....	32
3.4.5 Tipo de Investigación.....	33
3.4.6 Población y Tipo de Muestra	33
3.4.7 Técnicas de recopilación de datos.....	33
3.4.7.1 Los Instrumentos a utilizar.....	33
4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	37
5. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	48
5.1 LISTA DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	48
5.2 PLANTEAMIENTO DE FINES, MEDIOS Y ACCIONES	49
5.3 ANÁLISIS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	51
5.4 JUSTIFICACIÓN SELECCIÓN DE ALTERNATIVA	52
5.5 PROPUESTA DEL PROYECTO	52
6. PROPUESTA TEÓRICA	53
6.1 PLANTEAMIENTO Y SUSTENTACIÓN DE LA PROPUESTA	53
6.1.1. Justificación	53
6.1.2 Objetivos de la propuesta.....	53
6.1.3 Población beneficiada	53
6.1.4 Demanda cubierta	53
6.1.5 Sostenibilidad del proyecto.....	54
6.1.6 Criterios para la selección del taller.....	54
7. VIABILIDAD DEL PROYECTO	55
7.1 VIABILIDAD TÉCNICA.....	55
7.2 Viabilidad Económica/ Financiera.....	55
7.2.1 Punto de Equilibrio	56
7.3 MERCADEO	57
7.4 AMBIENTAL	57
8. PREMISAS DE DISEÑO	58
9. PROGRAMA DE NECESIDADES	59
9.1 ESPECIFICACIONES.....	59
9.1.1 DESGLOSE DE PATRONES	62

9.1.2 DOP.....	64
10. PROYECTO DE DISEÑO.....	65
10.1 MATRIZ TÉCNICA.....	65
10.1.1 Macro Tendencia.....	65
10.1.2 Micro Tendencia.....	66
10.1.3 Estudio de mercado.....	67
10.1.4 IMAGEN INTEGRAL.....	69
10.1.5 SILUETA.....	71
10.1.6 CÓDIGO DE USO.....	72
10.1.7 TIPOLOGÍA.....	72
10.1.8 PALETA DE COLOR.....	72
10.1.9 TEXTILES.....	74
10.1.10 TRIMS.....	75
10.1.11 DISEÑOS.....	76
10.1.12 DESARROLLO DE LA MUESTRA.....	80
10.1.13 SPECS DE COLECCIÓN.....	86
10.1.14 EMPAQUE Y ETIQUETA.....	120
CONCLUSIONES.....	122
RECOMENDACIONES.....	124
GLOSARIO DE TERMINOS.....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	127
ANEXO.....	129

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1. Proceso de cualquier producto textil.....	4
2. Clasificación de fibras.....	5
3. Telar de cintura y sus partes.....	7
4. Tiempo de vida de tendencias.....	18
5. Punto de equilibrio.....	18
6. FODA Chaqueta.....	28
7. Foda Chaqueta	49
8. Foda Chalecos.....	50
9. Foda Torera.....	51
10. Diseño técnico chaqueta	58
11. Moodboard.....	71
12. Silueta	71
13. Paleta de Color.....	72
14. Atmósfera y porcentaje de Color	73
15. Combinación de colores autorizados.....	73
16. Tejidos a futuro	74
17. Paleta textil.....	75
18. Trims.....	75
19. Diseños.....	76
20. DPS	79
21. Desarrollo Completo de Prototipo	80

FOTOGRAFÍAS

1. Escuela de Tejer.....	30
2. Telares Antiguos	30
3. Pared con Tejidos de Diferentes Regiones	30
4. Mural de los Miembros de Trama Textiles Quetzaltenango.....	30

5. Tienda Trama Textiles	31
6. Producto en la tienda Trama Textiles	31
7. Producto en tienda Trama Textiles	31
8. Prenda Trama Textiles	31
9. Hilo teñido Trama Textiles	31
10. Telares de cintrura de Trama Textiles	31
11. Empleada saliendo de Trama Textiles	32
12. Rótulo de Clases de Tejer con Precios.....	32
13. Mochilera Guatemala.....	66
14. Mochilera	66
15. Camioneta Guatemala.....	66
16. What to do in Guatemala	70
17. Mochileros	70
18. Fashion and llama	70

GRÁFICAS

1. Frecuencia con la que visita la cabecera municipal de Quetzaltenango	37
2. Compra de prendas innovadoras con elementos de textiles y materiales artesanales.....	38
3. Factores que influyen en la compra de una chaqueta	39
4. Motivación para la compra de producto	40
5. Opinión de diferenciación si el producto ofrece ayuda social a mujeres trabajadoras manufactureras de textiles artesanales	41
6. Inversión por una chaqueta innovadora elaborada con materiales artesanales.....	42
7. Importancia de la ubicación de la tienda.....	43
8. Ciudad de Guatemala y otra localidad como punto de venta para el producto.....	44
9. Textil Artesanal más Llamativo.....	45
10. Punto de equilibrio, Gastios fijos Vs. Ingresos.....	56

MAPAS

1. Mapa del Municipio de Quetzaltenango	20
2. Division Regional Guatemala	23
3. Ubicación Trama Textiles	29

TABLAS

1. División Regional de Guatemala	22
2. División Regional Etnográfica.....	23
3. Censo 2010 Guatemala	26
4. ¿Cada cuánto visita la cabecera municipal de Quetzaltenango?.....	37
5. ¿Compra o le gustaría comprar prendas innovadoras (modernas) con elementos de textiles/ materiales artesanales?.....	38
6. ¿Qué influye para invertir en la compra de una chaqueta?	39
7.¿Qué lo motivaría a realizar su compra además del producto?	40
8. Para usted ¿Es una diferenciación si el producto ofrece ayuda social a mujeres Quezaltecas trabajadoras de textiles artesanales?	41
9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una chaqueta innovadora elaborada con materiales artesanales?	42
10. ¿Cree que la locación de la tienda es estratégica para las ventas?.....	43
11. ¿Además de Quetzaltenango le gustaría que este producto estuviese ubicado en la Ciudad Capital?	44
12. ¿Cuál de estos diseños textiles artesanales le parece más atractivo?.....	45
13. Hoja de Costos	55
14. Hoja de Estilo.....	59
15. Hoja de Materiales	60
16. Hoja de Especificación de Construcción	61
17. Hoja de desglose de Patrones.....	62
18. Hoja de Especificación de Medidas	63
19. Diagrama de Operaciones	64

RESUMEN

Guatemala cuenta con amplia riqueza cultural, y reflejo de ello son los destacados, tradicionales y coloridos textiles artesanales. Poseen características únicas como la manufactura de las fibras, los colores y teñido, el proceso y tejido; las cuales poco a poco han creado una inquietud en los consumidores locales de clase media y extranjeros.

La cabecera municipal de Quetzaltenango, atractiva por su influencia cultural, cuenta con una actividad turística local y extranjera elevada, convirtiéndola en la tercera localidad con mayor índice de turismo y con un 60% de ocupación hotelera en el país, según INGUAT. Por esto, Quetzaltenango se ha convertido en uno de los lugares más importantes de la nación con ventas y demandas favorables de textiles y productos artesanales. Sin embargo, la innovación de prendas con materiales locales sigue siendo limitada puesto que los productores suelen apearse a la tradición de la confección de prendas artesanales y generalmente obviar la calidad del producto final por el beneficio del tiempo y precio. Esto naturalmente, resulta poco atractivo para la comunidad urbana, que busca prendas modernas con elementos de materiales artesanales de buena calidad y diseño. Empero al mismo tiempo, permite la oportunidad de crecimiento para los productores de dichos textiles y prendas. Con un diagnóstico situacional e investigaciones descriptivas en área se determina que el mejor producto para producir y comercializar son chaquetas.

Existen otros factores ayudan a mejorar las prendas, por ejemplo, la calidad del producto y la materia prima del mismo; la mayoría de textiles artesanales guatemaltecos suelen ser de alto precio por el trabajo que conllevan, pero la calidad del mismo es pobre. De acuerdo a la Asociación de Mujeres Trama Textiles, para que un producto artesanal sea de buena calidad, el hilo debe ser 100% natural, con teñidos naturales. Una de las características sensoriales el sabor salado de los materiales, que suele ser un factor de mala calidad pues tiende a desteñirse; por el contrario, si el producto no tiene sabor ni olor, este es de buena calidad. Adicionalmente, el producto debe ser urdido y tejido con dos hilos. Uno de los mayores retos a los que se enfrentan estos mercados es lograr satisfacer de manera adecuada y correcta la demanda de los clientes sin contar con una capacitación y un entrenamiento adecuado.

Los extranjeros no solo perciben el producto artesanal de una mejor manera que los locales, sino que también están dispuestos a pagar precios más altos por su valor cultural e histórico. Sin embargo, estas son prendas con las que se puede innovar y mejorar la calidad y uso, para que estos dejen de ser *souvenirs* y que al contrario, se utilicen como parte de su atuendo diario. Al mismo tiempo, esto incrementa la atención al mercado local.

El objetivo general de este proyecto es proveer propuestas de diseño para la producción, confección y comercialización de las prendas de vestir en la cabecera municipal de Quetzaltenango, con fin de tener diseños innovadores y atraer al público local y turístico extranjero en el área. La demanda del producto se genera por la necesidad que el municipio crea con sus características climáticas siendo este uno de los municipios más fríos de Guatemala. El producto es elaborado por artesanas de Quetzaltenango, con materiales que ellas manufacturan, con un diseño innovador que pueda cumplir con las necesidades del mercado objetivo y que sea viable en cuanto a producción.

Con investigaciones de tema, histórica, descriptiva, y documental se determina el mercado al que va dirigido, el producto, la forma de producción y validación de estos. Se realizó observación, entrevistas y encuestas para la validación y evaluación de los datos, utilizando como grupo objetivo a mujeres locales en universidades, a turistas tanto nacionales como internacionales, de un rango de edad de 23 a 33 años con un interés y valoración por los productos artesanales guatemaltecos y que al mismo tiempo, sea un mercado con un interés por la producción de moda original e innovadora.

Con los resultados obtenidos de previas entrevistas, encuestas y observaciones, al igual que las investigaciones en el tema se concluye que existe una demanda por cubrir, y se determinó, evaluó y validó la “Propuesta de Diseño para la Confección, Producción y Comercialización de Chaquetas con Materiales y Textiles Artesanales en la Cabecera Municipal de Quetzaltenango”

Por esta razón, se recomienda realizar una capacitación a los a los operarios para que puedan comprender la manufactura del diseño, al igual que presentar manuales gráficos que describan la elaboración de patronaje y de confección al igual que el tratamiento de cuidado para que este sea presentado al cliente lo cual creará un crecimiento en la empresa.

ABSTRACT

Guatemala has an ample and rich cultural heritage, which can be seen in the outstanding, traditional and colorful handmade textiles. They have unique features such as the manufacture of fibers, colors and dyeing, as well as the weaving process; these have gradually caught the attention of both local and foreign consumers of the middle class.

The capital city of Quetzaltenango is attractive due to its cultural influence and has a high local and foreign tourism, making it the third most visited place in the country with 60% of hotel occupancy, according to INGUAT. Because of this, Quetzaltenango has become one of the most important places with favorable demand and sales of textiles and handicrafts in Guatemala.

However, innovating these products with local materials continues to be limited as producers tend to replicate the traditional way of making handmade apparel, and in turn, sacrifice quality for the benefit of time and price. This naturally becomes unattractive to the urban community, which is constantly looking for modern clothes with handmade materials that excel in quality and design. But at the same time, this opens an opportunity for manufacturers to grow and improve their textiles and garments. With a situational analysis and descriptive research *in situ*, we can conclude that the jackets are the best products to produce and commercialize.

There are other factors that can improve the apparel, such as the quality of the product and the raw material; most of the Guatemalan handmade textiles are expensive due to the work they entail, but its quality remains poor. According to the Trama Textiles Women's Weaving Corporative, good quality is achieved when materials such as thread and dyeing are 100% natural. One of the most important sensorial tests is the salty taste of thread, which is an indicative of bad quality and potential decoloring; on the other hand, an odor and tasteless thread often means good quality. Moreover, the product must be machined and woven with two threads. One of the biggest challenges markets face is the adequately satisfy the demand without proper training.

Foreigners do not only appreciate handmade products better than locals, but are also more willing to pay higher prices for them due to their historic and cultural value. However, these clothes can be innovated and improved upon, such as quality and use, so that these are no longer souvenirs,

but can be worn on a regular basis. At the same time, this makes it more attractive for the local market.

The main objective of this project is to provide a design for production and marketing of clothing in the capital city of Quetzaltenango, in order to have innovative designs and attract local audiences and foreign tourism in the area. The demand of the product is met with the areas cold weather, as it is one of the coldest municipalities in Guatemala. The product is made by artisans from Quetzaltenango with materials they manufacture, with an innovative design that can comply with the needs of the target market and is feasible.

It is through subject, historic, descriptive and documentary research that the target market, the product and their validation is determined. Observation, interviews and polls are carried out for data collection and evaluation, using a base group of local women in universities, tourists (both domestic and foreign), between the ages of 23 and 33, with an interest in Guatemalan handmade products and original and innovative fashion at the same time.

With the results from previous interviews, polls and observation, it was concluded that there is a demand to be covered and therefore “the Proposal of Design for the Preparation, Production, and Marketing of Jackets with Materials and Textiles Crafts in the Municipality of Quetzaltenango” was determined, evaluated and validated.

For this reason, it is recommended to train the manufacturers so they can understand the manufacturing design, as well as presenting graphic manuals that describe the development of patterning and clothing as well as care treatment so that this is presented to the client, which will create growth in the company.

INTRODUCCIÓN

La cabecera municipal de Quetzaltenango es un lugar de mucha actividad comercial, uno de sus grandes ingresos económicos se debe a objetos artesanales. A lo largo de los años las personas han ido emprendido y ejecutado proyectos para la ayuda económica del municipio.

El presente proyecto de graduación tiene como fin determinar, evaluar y validar la propuesta de diseño para la confección, producción y comercialización de chaquetas con textiles artesanales guatemaltecos en la cabecera municipal de Quetzaltenango. Lo que se pretende con esta propuesta innovadora es atraer al público turístico nacional y extranjero del área. La compra del producto se genera por el alto nivel de turismo y por la necesidad que el municipio crea con sus características climáticas, pues éste es de carácter frío. La chaqueta será elaborada por tejedoras Quezaltecas, con materiales artesanales cuenta con un diseño caracterizado por tener un excelente entalle gracias a sus cortes que la convierten en una prenda moderna, de calidad en material y confección; estas razones son de justificación del precio final de venta en la prenda.

El Capítulo uno contiene los antecedentes de manufactura de prendas de vestir en Guatemala con respecto al tema del proyecto, donde no se encuentra un proyecto que se asemeje al presente. En el mismo se desarrolla el planteamiento y sustentación de la propuesta, justificación del trabajo de investigación y de la propuesta de diseño. También, se detallan los objetivos de la investigación, donde el General es determinar, evaluar y validar la propuesta de diseño para la producción y comercialización de chaquetas con textiles típicos en la cabecera municipal de Quetzaltenango. En el segundo capítulo se encuentra el material de referencia, en el cual se tratan temas de interés para la elaboración y comprensión técnica del proyecto. Los temas que abarcan son: diseño, producción, tecnología textil y mercadeo. Todos ellos, aspectos muy importantes para la confección, producción y comercialización de chaquetas. El tercer capítulo abarca el diagnóstico situacional, el cual describe la problemática, el área de estudio, delimitaciones, división política y regional de Guatemala, al igual que los aspectos físicos naturales, humanos, poblacionales, de infraestructura y otros más. En el cuarto capítulo se define el estudio de mercado en el que el grupo objetivo son locales y turistas de clase media, del género femenino, con un rango de edad de 23 a 33 años con un interés y valoración por los productos artesanales guatemaltecos y que al mismo tiempo, es un mercado interesado en comprar prendas de moda originales e

innovadoras. Ofreciendo como producto una chaqueta de cortes moderno pero elaborado con textiles y materiales artesanales elaborados en la cabecera municipal de Quetzaltenango. En este capítulo también se describe la metodología y estrategias mercadológicas; además se integran los resultados obtenidos a través de la investigación de mercado aplicando los métodos siguientes: de observaciones, encuestas y entrevistas, generando indicadores que orientaron el diseño de la prenda, perfil del Mercado Objetivo y los canales de comercialización. El quinto capítulo presenta varias de las alternativas que darían respuesta a la necesidad identificada en el nicho de mercado anteriormente mencionado. Al evaluar las necesidades se desarrollaron tres prendas diferentes como alternativas de solución, en las que chaqueta es la primera opción, para luego proponer una torera y un chaleco, las cuales fueron sobrepasadas en un análisis FODA, dando como resultado que la mejor opción para confección, producción y comercialización son las chaquetas. El capítulo seis explica el planteamiento y sustentación de la propuesta es decir su justificación, objetivos, población beneficiada, demanda cubierta, sostenibilidad de la producción y descripción de las características del taller donde se va a producir la prenda. Donde se valida la prenda de vestir de acuerdo a la demanda y necesidades. Por otra parte, en el séptimo capítulo se expone la viabilidad del proyecto analizando y validando la técnica, la economía local, situación financiera requerida, la actividad del mercado del vestuario y la viabilidad ambiental. Donde se expone el costo de la prenda con materia prima y mano de obra. El proyecto también cuenta con las premisas de diseño y la forma técnica del mismo y las propuestas de colores. Explicando que es una chaqueta con cortes que favorecen a la figura femenina elaborada con materiales y textiles artesanales guatemaltecos. Por otra parte, también se expone las necesidades y especificaciones intrínsecas del proyecto detalladas en hojas de especificaciones de estilo, materiales, especificaciones de construcción, desglose de patrones, especificación, cuadro de medidas, hoja de costos, y un DOP para la confección del producto. Todo para la facilitar la producción del mismo.

Por último, se exponen las conclusiones de esta propuesta proyecto en donde se detallan los siguientes aspectos elementales: qué se realizó, cómo se realizó y qué se extrajo. Este capítulo también contiene recomendaciones que ayudan al interesado a hacer mejoras y de ser necesario, presenta opciones flexibles referente a la elaboración de la prenda en cuestión.

1. ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

1.1 ANTECEDENTES

Se realizó una investigación de datos para buscar y encontrar proyectos similares a la producción y comercialización de chaquetas en la cabecera municipal de Quetzaltenango, con el fin de averiguar si actualmente existe algún proyecto similar y evitar reproducir la confección de una prenda ya existente. Así mismo, la investigación de proyectos anteriores ayudó a adquirir más información sobre los elementos que soportaran y enriquecen la validación del proyecto. Gracias a las fuentes consultadas, se puede concluir que aunque actualmente no se encontró un producto que se asemeje a la propuesta, sí existen proyectos de confección en el área de Quetzaltenango con la diferencia que éstos son productos diseñados y elaborados con textiles típicos de dicha región, pero para el uso dentro del hogar; existen iniciativas para mejorar la calidad, volúmenes de producción y diseños en trajes ejecutivos para dama trabajados por pequeñas empresas de sastres y modistas locales. La investigación también reveló la existencia de propuestas de diseño de pantalones acorde al estudio de imagen; así como iniciativas para confeccionar chaquetas, pero ninguna de éstas se está ejecutando en el municipio de Quetzaltenango. Los proyectos encontrados fueron los siguientes:

“Ana Karin Jeaneth Carranza Sazo. Diseño y elaboración de productos textiles para el hogar con materiales tradicionales de Quetzaltenango, Guatemala. Asesor: Lic. Alma Ligorria de Rosenberg.

Mónica Melina Pocasangre Arriaga. Mejoras en producción, calidad y diseño de trajes ejecutivos para dama en pequeñas empresas de sastres y modistas en Quetzaltenango.

Crista Laylle Arreaga. Manual del proceso de diseño aplicado a chaquetas artesanales para la Asociación de Aj`Quen.

Aura Eloísa Escobar León. Propuesta de diseño de pantalones acorde al estudio de imagen en el Municipio de Coatepeque, Quetzaltenango.

Rocío Marisol Escobar Garnica. Diseño Industrial del Vestuario. Colección de chaquetas innovadoras para mujer hechas a base de tejidos reciclados para la Asociación Aj Quen, con el grupo de artesanas Pan de Vida.”¹

¹ Proyectos de Graduación, Base de datos, Biblioteca UNIS.

1.2 SUSTENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Propuesta de Diseño para la Confección, Producción y Comercialización de Chaquetas Textiles Típicos en la Cabecera Municipal de Quetzaltenango.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA DE DISEÑO

La realización del siguiente proyecto tiene como fin determinar, evaluar y validar la propuesta de diseño para la confección, producción y comercialización de chaquetas con textiles artesanales guatemaltecos en la cabecera municipal de Quetzaltenango. El fin de los diseños innovadores es atraer al público turístico nacional e internacional visitantes de la localidad. La compra del producto se genera por el alto nivel de turismo y por la necesidad que el municipio crea con sus características climáticas. El producto es una chaqueta elaborada por artesanas de Quetzaltenango con materiales artesanales y un estilo caracterizado por tener un excelente diseño gracias a sus audaces cortes; si a este hecho se agregan textiles de la mejor calidad, con colores elegidos de una gama intermedia entre los colores tradicionales y los colores propios de la temporada de Otoño-Invierno teñidos con técnicas artesanales expuestas a pruebas de lavado para garantizar la duración de los colores, además es será una prenda confeccionada con fibras, costura y acabados que la convierten en una prenda moderna, duradera, de buena calidad que justifica el precio final de venta.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar, Evaluar y Validar la propuesta de diseño para su producción y comercialización siendo esta una chaqueta con materiales artesanales típicos de prendas de vestir la cabecera municipal de Quetzaltenango

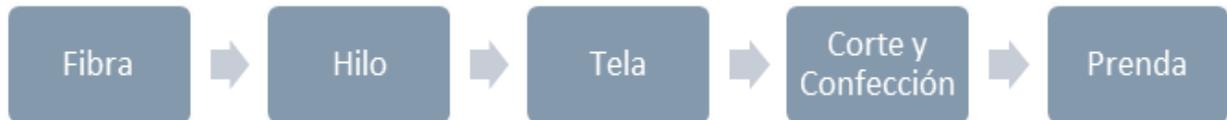
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar la caracterización de la cabecera municipal de Quetzaltenango.
2. Realizar el diagnóstico situacional de la Chaqueta innovadora con materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
3. Determinar mercado objetivo al que estará dirigida la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
4. Evaluar la propuesta de diseño para la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar la cabecera municipal de Quetzaltenango.
5. Validar la propuesta de diseño para la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar la cabecera municipal de Quetzaltenango.
6. Determinar producto, plaza precio y promoción (4Ps del marketing mix) para la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
7. Determinar calcular y evaluar el punto de equilibrio en la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
8. Realizar la propuesta de diseño para la confección, producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
9. Determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
10. Determinar y evaluar las premisas de diseño para la confección de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
11. Determinar y evaluar el programa de necesidades, por medio de hojas de especificaciones, de la chaqueta innovadora con materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.

2. MATERIAL DE REFERENCIA

2.1 TECNOLOGÍA TEXTILES

Figura 1
Proceso de cualquier producto textil



Fuente: BLASSBERG, Oliver Clase Magistral Tecnología Textil, Universidad del Istmo, 2012

2.1.1. Fibra

Materia prima con distintas clasificaciones, “La fibra es la unidad básica de cualquier producto textil”², es el material manipulaciones técnicas y/o químicas se transforman para ser utilizados como base de productos de tema textil. Una fibra es utilizable para la elaboración de un hilo si tiene para luego ser tejida de manera correspondiente y convertirse en tela.

Existen diferentes tipos de fibra, algunas de las características que se pueden analizar para cada tipo es “Finura longitudinal, rizado o torcido, color y brillo, elasticidad y resistencia, afinidad tintoria, resistencia al calor y a la luz, resistencia a los alcalinos y solventes”³

Por, otra parte una fibra es considerada funcional si esta cuenta con “disponibilidad, es procesable, es económicamente viable y cuenta con aceptación pública.”⁴

2.1.2 Clasificación de Fibras

Existen diferentes tipos de fibras que son clasificadas por su origen, estas pueden ser naturales que son fibras que provienen de la madre naturaleza, pueden ser vegetal y animal. Por otra parte se encuentran las hechas por el hombre o químicas, pues su procedencia es puramente artificial e intentan imitar las características de las naturales, o bien la creación de nuevas texturas; estas a su vez están divididas en artificiales y sintéticas.

² BLASSBERG, Oliver. Clase Magistral Tecnología Textil1, Universidad del Istmo, 2012

³ BENDFELT, Stephanie. Clase Magistral, Tecnología Textil 1, Universidad del Istmo 2014

⁴ BLASSBERG, Oliver, op. Cit.

2.1.2.1 Fibras Naturales

Las fibras naturales se dividen en dos, de origen animal y vegetal. En la primera categoría proviene del reino biológico Animalia y pueden ser extraídos del cabello de animales como de alpaca, cabra cachemira, llama entre otros al igual que puede ser lana pura, virgen, regenerada, peinada etc. La seda es considerada fibra animal porque es producida por larvas, a su vez, es la cual es el único filamento natural que existe puesto que el insecto la crea de esta forma en el momento de su metamorfosis. Por otro lado, se cuenta con las fibras de origen vegetal, las cuales provienen de caracteres del reino biológico Plantea, ie el lino proveniente de la planta de *Linum*, el algodón de la misma planta, yute, cáñamo entre otras.

2.1.2.2 Fibras Químicas

Son todas aquellas fibras hechas por el hombre que intentan imitar las fibras naturales, estas provenientes de materiales sintéticos y artificiales. Las fibras sintéticas, pueden ser de poliéster o nylon, estas derivan del petróleo y son flameables “Parten de una sustancia química, por medio de un proceso de polimerización se convierte en filamentos cortos o continuos.”⁵ Las fibras artificiales, como el acetato, rayón, viscosa o acrílico son producidas en laboratorios tomando como materia prima la celulosa natural vegetal para regenerarla y transformarla. La celulosa proviene de madera, sobras de algodón y desperdicio de papel pero a pesar que es de origen vegetal, es tomada de una forma en la que se necesitan tratamientos químicos para extraerla por lo que se clasifica en esta categoría.

Figura 2
Clasificación de fibras



Fuente: Disponible en: RODRIGUEZ, Silvia; SANZ ARAGONEZ, Jose Emilio. Tecnología Industrial Textil. 1ra edición, Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.U.. 1996 pp. 194–205. [Consulta 13/5/2013]

⁵ BLASSBERG, Oliver. Clase Magistral Tecnología Textil1, Universidad del Istmo, 2012.

2.1.3 Propiedades de las Fibras

Las fibras tienen ciertas características que las hacen apropiadas para los diferentes usos dependiendo de la necesidad. Los conceptos más importantes son, el denier que es la relación entre el largo y diámetro de la fibra; las fibras altamente maleables; existen las microfibras que miden menos de un denier por filamento. Existen dos divisiones importantes en cuanto a propiedades las cuales son las primarias y las secundarias.

Las propiedades primarias son esenciales para la formación de los textiles, estas son considerando el largo y el ancho, la tenacidad, elongación, flexibilidad, procesabilidad y uniformidad.

Por otro lado, se tiene las propiedades secundarias que se dedican a mejorar la satisfacción del consumidor con el producto final, aspectos que abarcan la apariencia física, el color, el brillo, comportamiento termal, resistencia contra organismos biológicos, resistencia a condiciones ambientales, y resistencia. Todos aspectos que difieren dependiendo del producto y de la demanda del cliente.

2.1.4 Proceso de la fibra

La fibra debe de pasar por un proceso, dependiendo de sus propiedades y del uso final que tenga. El material debe de ser expuesto a procesos que pueden llegar a variar si se realiza de una forma industrial o de una forma artesanal. “Polimerización, extrusión que es la formación de filamentos, filamento, seteado de filamento, texturización o uso de tejido, Fibra corta, Seteado de filamento, corte, hilado o tejido. Proceso de realizar la extrusión y solidificación de filamentos: preparación del polímero> extrusión> estiraje > setteado > enrollado”⁶

2.1.5 Hilo

El hilo es la agrupación continua de fibras o filamentos para tejer o entrelazar para formar un textil. El hilar es el proceso donde se orienta la fibra y se agrega torción para crear una agrupación continua de fibras. Los hilos pueden ser de fibra corta, o de fibra larga, también llamada filamento. Los hilos están compuestos de fibras textiles. “Las formas se pueden combinar y así crear variedad de estructuras que crean variedad de telas.”⁷ El proceso del hilo varía dependiendo de las necesidades, el proceso industrial es mucho más complejo que uno artesanal. El proceso artesanal parte de la fibra, la cual se carda, se estira y se hila. En cambio el proceso industrial puede hilado por anillos, rotor, texturizado, dirección de torsión, cableado entre otros.

⁶ Ibid.

⁷ BARRETO. Técnicas de Indumentaria, FADU UBA. Buenos Aires. p. 30.

2.1.5.1 Clasificación de hilos según fibras

Se dividen por longitud, estas pueden ser de fibra corta que son de de longitud menor a 43 mm o de fibra larga con una longitud mayor a los 43mm. Además existen los filamentos que son todos los hilos compuestos por un uni filamentos, multi filamento micro filamentos.”⁸

2.1.6 Tejido

Existen dos tipos de tejido, el de punto que está elaborado por medio de loops, estos tejidos normalmente se hacen con hilos de lana, algodón etc. Este es el “Proceso en que se forman cadenas con hilos para formar un tejido. Más ancho y mayor calidad. Los tejidos de punto se dividen en dos ramas: tejidos formados creando cadenas verticales. Tejidos formados creando cadenas horizontalmente.”⁹ Por otro lado, existe el tejido plano, cuyo proceso consta de entrelazar hilos para formar la tela. Los hilos van en dirección transversal, trama y longitudinal, urdimbre. “Hay hilo de urdimbre y de trama para el hilo de urdimbre se necesita más fuerza axial. Se forma con hilos perpendiculares que pasan alternativamente por debajo y por encima de cada uno de ellos.”¹⁰

2.1.7 Preparación Artesanal

El tejido artesanal consta de una preparación de urdimbre, que consta de color el hilo en una urdidora esto se elabora dependiendo del tipo de tejido que se planea, ya que la dirección y la urdidora consta de diferentes direcciones, luego la urdimbre se coloca en el telar de cintura para poder comenzar a tejer.

Figura 3
Telar de cintura y sus partes



<https://casamejicu.wordpress.com/2013/08/09/telar-de-cintura-tradicion-de-la-muier/>

⁸ BLASSBERG, Oliver. Clase Magistral Tecnología Textil. Universidad del Istmo, 2012

⁹Ibid.

¹⁰ BLASSBERG, Oliver. Clase Magistral Tecnología Textil. Universidad del Istmo, 2013

2.2 PRODUCCIÓN

“La producción es una actividad humana dirigida a extraer y transformar bienes naturales y/u otros objetos generados por las personas, en otros objetos o servicios más valiosos”¹¹. “Con lo que se produce bienes o servicios se satisfacen nuestras necesidades o deseos. Factores de producción”¹²

Para la producción de estos bienes y servicios se necesita de una fuerza, a esta fuerza humana se le conoce como trabajo, con las adecuadas herramientas, maquinarias etc.

2.2.2 Factor trabajo

“En cualquier producción es imprescindible contar con trabajadores que organicen el sistema de producción y ejecuten determinadas tareas. Se llama factor trabajo a los hombres y mujeres que están dispuestos a participar en los procesos productivos. Aún en el caso de determinadas tareas realizadas automáticamente por máquinas, sin la intervención humana no existirían esas máquinas. Se necesita de trabajadores que las diseñen, trabajadores que las pongan en funcionamiento y trabajadores que las reparen.”¹³

2.2.3 Factor Humano

El factor humano es de los más importantes, este vela por la seguridad y el buen trato de todos aquellos individuos que trabajan dentro de una institución de producción, actualmente existen regulaciones que velan por estos derechos.

2.2.4 Factor Capital

“La producción capitalista de mercancías se realiza principalmente a través de trabajadores salarios que venden su fuerza de trabajo en el mercado. Para que se dé la producción capitalista es preciso que exista una gran multitud de personas que no dispongan de tierra ni capital y que sólo puedan ganar dinero trabajando para otros.”¹⁴

“En una economía, la cantidad de trabajo disponible para la producción depende de varias circunstancias: Población global de la sociedad, de la edad establecida en el país para poder trabajar y por último que tengan permiso de trabajo, algunos inmigrantes no tienen.

¹¹ Grado Comercio, Resumen de Procesos de Producción. Disponible en <http://gradocomercio.com/> [Consulta: 2/5/2011]

¹² BAENA, Eva, Aprende economía, 2010.

¹³ Ibid

¹⁴ ANÓNIMO, Trabajo Asalariado y capital. 1era Edición. Engles, 189. p. 65

El porcentaje de población activa depende de factores como la proporción de niños y ancianos en el total de la población, del grado de incorporación de la mujer al trabajo, de la edad de incorporación de los jóvenes al mercado de trabajo, de las leyes de inmigración, etc.

Sólo se considerarán parados aquellas personas que estén dentro de la población activa y no encuentran trabajo.”¹⁵“Es cuando todos los que ofrecen su fuerza de trabajo la consiguen vender. Por eso se dice que el pleno empleo es un objetivo económico y social muy importante. Sin embargo, no todos se benefician por igual del pleno empleo. Si hay desempleo, se produce una competencia trabajo–trabajo y de esta manera se garantiza la disciplina y permanencia en el puesto de trabajo de aquellos que lo consiguen, al tiempo que disminuye la capacidad de los trabajadores para modificar sus condiciones de trabajo, incluidos los salarios.

No habrá la misma capacidad productiva entre un trabajador cualificados. Para mejorar la cualificación de los trabajadores hay que invertir en educación y formación. Por eso cuando invertimos en educación los economistas dicen que aumentamos nuestro “capital humano”, igual que cuando invertimos en comprar máquinas aumentamos nuestro “capital físico”¹⁶.

2.2.5 Factor Ambiental

“La tierra es el factor de producción que crea los recursos naturales. Las reservas son los recursos naturales que las personas conocen y que podrían ser explotadas con la tecnología y los precios actuales. El concepto de reservas es dinámico: se pueden descubrir recursos diferentes a los que hoy conocemos, se pueden mejorar las técnicas de explotación, o se puede variar el precio del recurso explotado haciendo rentables extracciones que ahora no lo son y al contrario. El factor tierra incluye los recursos minerales, la tierra cultivable, y los recursos forestales, hidráulicos y pesqueros. La preocupación por el beneficio a corto plazo característica del capitalismo hace que la mayor parte de estos recursos se exploten de forma no sostenible, es decir a un ritmo superior a la capacidad de la tierra para regenerarlos. El petróleo, el carbón, la madera, son recursos que produce la tierra y que las personas utilizan para producir energía. El capitalismo impulsó desde sus inicios la multiplicación el consumo de energía, para mover las nuevas máquinas, y a través de la iluminación, alargar la jornada laboral.”¹⁷

“A lo largo de la historia industrial han surgido necesidades forzaron la reutilización de materiales como el nylon, el caucho y algunos metales, para ser utilizados en la industria armamentística Al menos en occidente, el reciclaje parece haber sido la respuesta practica a una situación de desabastecimiento y carencia. La motivación ética surgiría después. Se

¹⁵ Grado Comercio 2011 <http://gradocomercio.com/2010/resumen-proceso-de-produccion-factores/>

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

desarrollaba como actividad casi individual o pequeñas iniciativas comunitarias. En ese contexto, fue aceptado un símbolo universal de reciclaje, diseñado por Gary Anderson a propósito de un concurso de arte para llamar la atención sobre la protección del medio ambiente.”¹⁸

2.1 Diseño

De acuerdo a PlanetaDiseño el diseño de modas es el proceso dedicado a la creación y confección de prendas de vestir y accesorios, capaces de resolver proyectos, su planificación y el desarrollo”¹⁹

2.3.1 Principios del Diseño

El diseño, cuenta con principios básicos para que las creaciones sean con armonía. Estos conceptos de diseño de moda, son una necesidad para todas las con la visión. Estos son proporción, balance, ritmo, énfasis y unidad.

2.3.1.1 Proporción

La longitud relativa de las dos partes de una prenda se denomina la proporción. El grado y forma de subordinación de una parte de un diseño a otro se muestra como la proporción.

2.3.1.2 Balance

El equilibrio es la distribución igualitaria de pesos. (Reales o virtuales) Simetría entre las mitades izquierda y derecha del cuerpo en una prenda de vestir que se denomina como el equilibrio simétrico. El objetivo de equilibrio es lograr una relación satisfactoria entre todas las partes del diseño.

2.3.1.3Ritmo

El ritmo es el uso repetido de líneas o formas para crear un patrón. El ritmo se logra a través de: diseños simétricos, diseños asimétricos, Radiación, Repetición, Dominio, Aislamiento.

2.3.1.4 Énfasis

El énfasis crea un centro de interés, centrándose en la atención del espectador en un área específica de la prenda. Es básicamente el uso de la subordinación en varias partes con el fin de enfatizar y resaltar ciertas partes.

¹⁸ ALVAREZ, Luis. Ética Profesional, clase magistral, 2016.

¹⁹ PLANETADISEÑO. Diseño de Modas. Indumentaria, 201.

2.3.1.5 Unidad

La unidad significa que todos los elementos de un trabajo se diseñan en conjunto para producir un efecto visual exitoso. También conocido como la armonía, se logra cuando los elementos fundamentales del diseño se han utilizado para expresar un concepto único.

2.3.2 Fundamentos del Diseño

Los fundamentos de diseño son muy importantes para conocer los conceptos de diseño. Sentido del tacto o la ilusión del tacto. En las imágenes visuales, texturas reales se pueden utilizar, como tela, cajas, objetos pequeños, y los elementos naturales.

2.3.2.1 Valor

El valor es el grado relativo de claridad y oscuridad en un elemento de diseño. Línea, color, textura y forma todos los valores de contraste necesario con el fin de ser visto. El valor es utilizado para describir objetos, formas, y el espacio.

2.3.2.1 Color

El color parte primordial del diseño. Los colores primarios son el rojo, amarillo y azul. Se llaman primarios porque no son mezclas de los otros colores. La mezcla de cualquiera de dos colores primarios resulta en un color secundario. La rueda de color se crea cuando los colores primarios y secundarios se colocan en un círculo. Los colores directamente uno frente al otro en el círculo cromático se llama colores complementarios. Los colores complementarios utilizados en conjunto proporcionan un contraste extremo.

Para la producción de una colección de diseño de moda es de suma importancia la elaboración de una paleta de color, que contenga el código Pantone y código CMYK. Para que esta tenga unidad y al mismo tiempo sea diversa e innovadora, debe contar con diferentes aspectos. Primero se deben de escoger colores neutros, estos son los clásicos, que mejor que trabajar con casi cualquier color y la temporada. Luego los colores de temporada, estos van a depender si es Primavera/ Verano u Otoño/ Invierno. Seguido por colores que se acerquen a las tendencias que estén presentes.

2.3.2.1 Siluetas

Una silueta se refiere a la forma exterior de la prenda es esencialmente la figura que le hace a la persona y donde se visualiza la enfatización. Son cinco siluetas, reloj de arena que se conforma por tener la misma proporción en la parte superior como en la inferior,

segundo es triángulo esta se caracteriza porque el peso es más en la parte superior, el triángulo invertido tiene énfasis en la parte inferior de la prenda. Por otro lado, existe la circular la cual busca una silueta como la figura mencionada y la rectangular que es recta.

2.3.3 Los Motivos

La ornamentación de la tela con la ayuda de estampas y rayas inherentes en la tela o con la ayuda de la adherencia superficial ha evolucionado a lo largo de los siglos. En general, esto constituye la preparación del arte del diseño. Diferentes tipos de estampados y patrones se utilizan para desarrollar un patrón de diseño. Los siguientes son los diferentes tipos de motivos.

2.1.3.1.12 Étnico

Impresiones como el bandhej, batik, paisleys, quitones, provincianos franceses y otros impresos de países que evolucionan del su folklore y que influyó en las costumbres tradicionales.

2.1.3.1.13 Floral

Este motivo también se conoce como los motivos naturales, que son básicamente la representación de las inspiraciones que derivan de la naturaleza como flores, animales, paisajes e inspiraciones similares.

2.1.3.1.14 Geométrico

Este tema utiliza figuras geométricas tales como puntos, rayas horizontales y verticales con otros motivos geométricos y las Combinaciones que se conocen como los patrones geométricos.

2.1.3.1.15 Abstracto

Usos de lo abstracto para describir lo desconocido siempre han capturado la imaginación de la gente y se utilizan a menudo para el diseño basado en la ornamentación.

2.1.3.1.16 Estilizado

Este motivo es un patrón abstracto floral que tiene una representación estilizada de la flora. Un motivo muy común utilizado para la industria textil.

2.1.3.1.17 Mantas y cheques

El uso de una combinación lineal de las líneas para la creación de igualdad de los controles de tamaño y tamaño desigual de los controles conocido como cuadros, ha sido un motivo común para el desarrollo del diseño.

2.4 MERCADEO

2.4.1 Principales elementos del *marketing*

2.4.1.1 Conocimientos de las demandas del cliente

Uno de los aspectos más importantes del *marketing*, son estas demandas las que van a garantizar la venta de los productos. Este es el proceso en él se tiene que anticipar y desarrollar un producto que responda a la misma.

2.4.1.2 Creación, comunicación y entrega de valor

El valor es algo subjetivo, Relación en calidad/precio, valora el cliente y para ellos que es calidad.

2.4.1.3 Proceso social

Conjunto de personas distintivas pero intereses que unen, *blogs*, *Marketing* viral: redes sociales, tribus estilísticas, estilo de vida.

2.4.1.4 Proceso de intercambio y valor

No siempre es monetario, también son productos o servicios co-creación: incluye al cliente en el proceso del producto, la tercerización masiva indica que el cliente decide el diseño del producto, valor agregado al producto.

2.4.2. Atributos y beneficios del producto

Los atributos pueden ser beneficios para el producto para el consumidor

Atributos tangibles

Son aquellos que proporcionan protección, resguardan de elementos como el clima, Integran diseño, confección, función

Atributos intangibles

Busca proporcionar algo inspiracional, ideales, deseos del consumidor. Deseos y percepciones del consumidor

2.4.3 Cuatro niveles de productos

Nivel genérico o básico:

Producto que constituye a uno mismo.

Nivel de producto real o esperado:

Combinación de nivel uno con el atributo tangible, representa demandas estilismo, calidad, diseño, precio y empaque.

Total o aumentado:

Todo producto total. Ya es producto único, suma de nivel 1 y atributos tangibles e intangibles Valor añadido como, garantía, *branding*, el extra.

Producto Potencial:

Características que no han sido ofrecidas innovación y a lo que el producto podría llegar a ser en el futuro.

2.4.4 Cuatro segmentos de precio

Son los aspectos del precio con relación al producto. El primero es producto con precio más alto el cual ofrece menos volumen y más exclusividad. Segundo es el producto con precio alto el cual amplía la oferta y disposición de mayor número de consumidores. Tercero es el producto de precio medio el cual necesita de un volumen grande de existencias. Por último, es el producto con precio más bajo el cual contiene los productos asequibles de nivel básico.

2.4.5 Tipos de canales de venta.

Canal directo

De la fabricación directo al consumidor, (internet, compras, vía telefónica.

Canal indirecto corto

Del manufacturero al minorista al consumidor (tiendas por menor)

Canal indirecto largo

Manufacturero, mayorista, minorista, consumidor. (Mayorista es el distribuidor)

2.4.6 Tipos de vías de comercialización

La comercialización de producto se realiza por diferentes medios, la curda publicidad que son todos aquellos intentos de llegar al cliente por medios publicitarios, como, radio, televisión, vallas, espacio en periódico y revistas. Por otro lado, se tiene la promoción de ventas, la cual puede ser por medio de redes sociales, asistencia a ferias relacionadas a los productos de venta, elaboración de actividades que involucren al cliente, entre otras

estrategias de promoción. También son de suma importancia las relaciones públicas, las que incentivan a los socios y está en búsqueda de nuevas puertas de comercialización. Las ventas personales que normalmente se trabajan por comisión en búsqueda de más apertura para el producto. Por último patrocinios que son importantes para cuando se tiene bajo presupuesto, y se necesita realizar alguna actividad que al mismo tiempo le provee beneficio a los patrocinadores.

2.4.7 El *Marketing Mix* y la Adición y evolución

El *Marketing Mix* es la estrategia de mercadeo que se caracteriza por tener las cuatro P's del *marketing*. La primera es producto, aspecto que sin este no existiría algo que vender. La segunda es el precio, importante dependiendo del segmento del mercado y del producto. La plaza es aquella donde será el punto de venta del producto y la forma de promoción.

Por otra parte, existen cuatro P's han tenido una adición y se han convertido en cuatro C's. Donde el producto es igual a las necesidades y deseos del consumidor, el precio se convierte en el costo por el consumidor. La plaza es la convivencia y la promoción se convierte en comunicación

Se amplió en tres aspectos por el crecimiento e importancia de las necesidades de las siguientes divisiones. La evidencia física que es el entorno: *packaging*, folletos, tarjetas de presentación. Seguido por el proceso de compra que es la experiencia de compra en el cliente, las cosas que le llaman la atención de la marca, elementos que detonan los sentimientos, recuerdos y experiencias. Por último, las personas, que son los clientes a quienes se les debe agregar el valor añadido y entrega del producto.

2.4.8 La estrategia STP

- Segmentación

La cual busca unificar al grupo y ver sus necesidades.

- Targeting

Consiste en desarrollar productos o servicios dirigidos a un determinado segmento.

- Posicionamiento

Busca la posición que una marca ocupa en la mente del cliente, es relativo como me ve el cliente.

2.4.9 Elementos en Plan de *Marketing*

Plan de *Marketing* que incluya un análisis situacional, seguido por un *Target Audience* que se refiere a el grupo objetivo al que va dirigido el producto, tercero la meta que

debe de ser establecida y formulada de forma concreta. Cuarto son las estrategias y tácticas para el mercadeo y por último el presupuesto.

2.4.10 Efectos por los que se da a conocer la moda

Existen dos principales efectos por los cuales se dan a conocer las tendencias de moda. Estos son importantes y deben de tomarse en cuenta al momento de introducir el producto.

El efecto goteo son las ideas provenientes de la costura y de los desfiles de diseñador se filtran hacia los estratos inferiores del mercado de moda y sirven de inspiración para las gamas creadas por las empresas de gran distribución. Los efectos burbuja son las ideas provenientes de la moda callejera y de los subgrupos culturales toman impulso y se convierten en una tendencia que asciende como una burbuja a través de la jerarquía de la moda. Termina por alcanzar la cúspide cuando los diseñadores crean costosas versiones de las mismas.

2.4.11 Moda Sostenible

La moda sostenible se ha convertido en una moda ética, esta debe de ser cuidadosa con lo que ofrece y como elabora el producto ya que el comprador busca que este sea honesto, y que ayude al entorno. Aspectos de suma importancia en los productos de moda sostenible son las iniciativas que tienen los productores, si ayudan a la sociedad o a alguna comunidad. Es importante también que el uso de fibras orgánicas sean certificadas y la producción de tintes no ocasione daños al medio ambiente. Otros aspectos como el uso de fibras renovables, el reciclaje de fibras y prendas con uso de tinte naturales.

2.4.12 Estudio de Mercado e Investigación de *Marketing*.

El estudio de mercado es un subconjunto de la investigación de marketing y hace referencia específicamente a las investigaciones sobre el mercado en sí mismo, que incluyen al propio mercado demografía, edad etc., a la competencia y a los consumidores.

La investigación de marketing “es el análisis de problemas, la construcción de modelos y la búsqueda de datos de manera sistemática con el objetivo de mejorar la toma de decisiones y el control ejercido sobre el marketing de productos y servicios”

2.4.13 La investigación de marketing se subdivide en tres perspectivas

2.4.13.1 El macro entorno del marketing

Se encuentra fuera del alcance directo de una empresa aspectos: política y legal, económica, social y cultural, y tecnológica

2.4.13.2 El entorno del micro marketing

La cual hace referencia a los factores que causan un impacto más directo en una organización, los cuales son los clientes, los competidores, los proveedores y la logística de la cadena de abastecimiento, los distribuidores y los canales de distribución, las relaciones con los accionistas y socios.

2.4.13.3 El entorno interno

Son los factores internos de una compañía que afectan al modo en que ésta desempeña sus negocios y su función de marketing. Estos factores incluyen:

La estructura de la compañía y de sus departamentos, el personal, las finanzas, los recursos, los sistemas internos, la capacidad tecnológica de la empresa.

2.4.14 Tendencias y tiempo de vida.

2.4.14.1 La moda pasajera

Tiene una duración breve y suele ser difícil de predecir, puede consistir en un artículo individual, un look o un estilo que se populariza de la noche a la mañana y desaparece con la misma celeridad. Suelen durar un año o incluso menos.

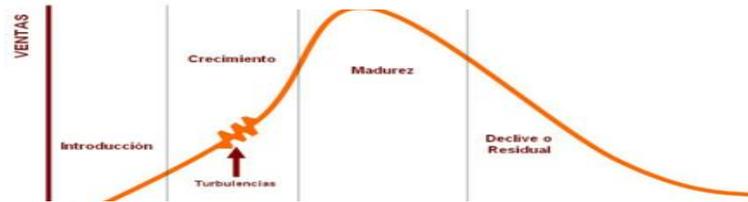
2.4.14.2 La tendencia.

La principal diferencia con la anterior, es la duración. En sus primeras fases, se inicia lentamente con una escasa aceptación, va tomando impulso con el paso del tiempo hasta alcanzar su cenit y a continuación se debilita lentamente hasta desaparecer o nivelarse y permanecer en la moda durante el tiempo suficiente como para ser reclasificada como un clásico

2.4.14.3 La mega tendencia.

Consiste en un cambio social, cultural, económico, político o tecnológico de gran magnitud, con una gestación lenta, pero de influencia prolongada sobre el mercado.

Figura No. 4
Tiempo de vida de tendencias



Fuente: Disponible en: COMPARDO, Chloe, Tendencias 2012:
<http://www.tendencias.com> [Consulta: 2016]

2.4.15 Punto de equilibrio

Figura No. 5
Punto de equilibrio

El PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera.....

Fórmula (2)

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Fuente: Disponible en: <http://blog.orientaronline.com.ar> [Consulta 3/3/2014]

2.4.14.1 Costo variable unitario

El costo variable unitario es aquel asignable directamente a cada unidad de producto fabricada o vendida. Es la sumatoria de los componentes unitarios que constituyen y dan forma al producto en su expresión mínima, que es la unidad, sea ésta el kilogramo, el litro, el metro, la hora, la unidad, etc.

2.4.14.2 Costo variable total

Es el costo variable unitario multiplicado por la cantidad de productos fabricados o vendidos en un período determinado. Es de hacer notar que los costos variables son fijos en la unidad y variables en el total, Es decir, aumentan conforme producimos o vendemos más unidades, pero el costo de cada nueva unidad producida o vendida es –en principio– el mismo. Para calcular los costos variables totales partimos de los costos variables unitarios y los aplicamos a la cantidad de unidades objeto del análisis.

3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1. PROBLEMÁTICA

El problema principal en esta región relacionado al tema de confección, producción y comercialización de prendas es la inexistencia de chaquetas innovadoras con telas artesanales guatemaltecas por falta de conocimiento en diseño, patronaje y confección, en la cabecera municipal de Quetzaltenango. El área cuenta con un gran porcentaje turístico, a pesar de que no se encuentran estadísticas específicas, sabemos cuenta con el “quinto lugar más visitado en Guatemala”²⁰, por lo que el nivel de consumo de productos artesanales es grande. “La artesanía es una actividad económica de mucha importancia para la población del municipio”²¹. Sin embargo, la producción de estos productos son la tejeduría de cortes típicos con calidades alternas y diseños, tales como cortes jaspeados, alta seda, perrajes y güipiles se elaboran para abastecer el mercado local, así como para su comercialización en la cabecera departamental”²², estos entonces solo tienen compra de las personas indígenas y algunos turistas que les parece atractivo como prenda tradicional Guatemalteca. Considerando que existe interés en los materiales artesanales típicos, pues son atractivos para los turistas y la población guatemalteca, se encuentra que se puede satisfacer una necesidad, elaborando prendas modernas y utilizables en el día a día con materiales típicos artesanales. Para que sea atrayente al público turístico nacional e internacional, se propone elaborar chaquetas con diseños innovadores con textiles típicos artesanales guatemaltecos. “Quetzaltenango es la ciudad más fría de toda Centroamérica”²³ una de las razones que nos llevó a validar que la mejor opción para la producción y comercialización de un producto sean Chaquetas innovadoras con textiles artesanales típicos en la cabecera municipal de Quetzaltenango.

3.2 ÁREA DE ESTUDIO

Cabecera Municipal de Quetzaltenango

3.2.1 Delimitación

El municipio de Quetzaltenango “limita al Norte con el departamento de Huehuetenango; al Sur con los departamentos de Retalhuleu y Suchitepéquez; al Este con Totonicapán y Sololá; y al Oeste con el departamento de San Marcos”²⁴.

²⁰ ALARCON, Pablo *Guatemala: Estudio Sobre Productos Turísticos*. Guatemala: Confederación de Empresarios Andaluces. 2009

²¹ DEGULATE, S.F; Disponible en: <http://www.deguate.com> [Consulta: 3/3/2014]

²² Ibid

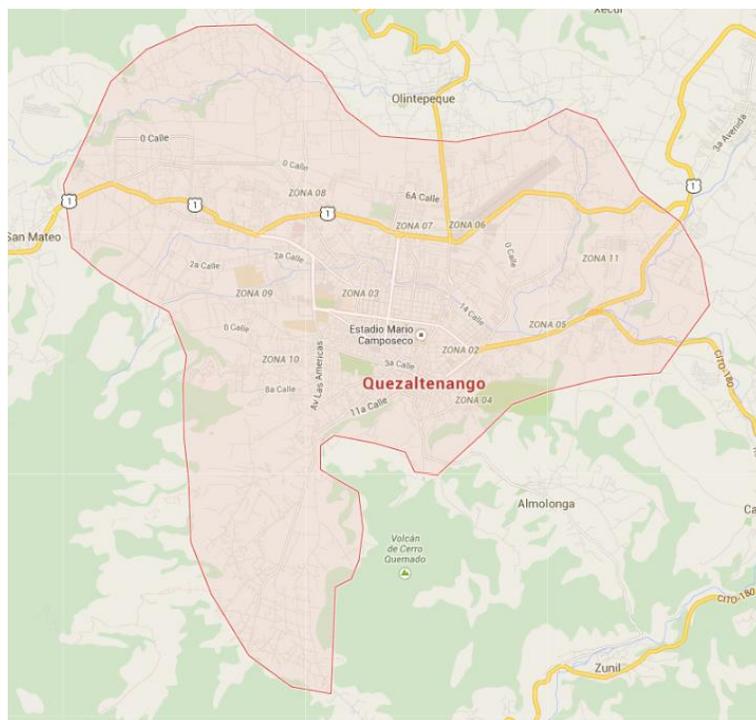
²³Experiencias Guatemala, Directorio Turístico <http://www.experienceguatemala.com> [Consulta: 3/11/2015]

²⁴ Inguat, 2015.

El municipio es la cabecera departamental, esta cuenta con un área de gran desarrollo en la región del occidente de Guatemala, esto hace que su ubicación sea estratégica, cuenta con la “infraestructura necesaria que ayuda a mantener una conectividad fluida con todas sus comunidades y las de sus municipios vecinos”²⁵. Como los demás municipios cuenta con una Municipalidad Consejo Municipal de Desarrollo: “Municipio de Quetzaltenango, Quetzaltenango, Guatemala Centro América PBX: 7888-5200 Sitio Web: www.munidexela.com”²⁶

MAPA No. 1

Mapa del Municipio de Quetzaltenango



Fuente: Disponible en: <http://www.google.com.gt> [Consulta: 20/3/2015]

²⁵ Deguate. 2003 Disponible en: <http://www.deguate.com> [Consulta: 20/3/2015]

²⁶ Ibid.

3.2.2 Caracterización del área

El municipio de Quetzaltenango “se ubica en la latitud 14° 50’ 16” y longitud 91° 31’ 03”²⁷. Cuenta con una extensión territorial de 1951 kilómetros cuadrados. Es 1.8 por ciento del territorio nacional. División Administrativa Quetzaltenango está conformada por 24 municipios, entre los que se encuentran dos ciudades, dos villas, 20 pueblos, 91 aldeas y 186 caseríos; además de 24 municipios.

Actualmente no se tienen muchos estudios de las dinámicas de los sistemas de producción local. Los factores externos pueden convertirse en posibilidades de desarrollo. Los factores más productivos son el turismo, ecoturismo, intermunicipal, frutales, y organizaciones de comercio alternativo.

Existe una producción artesanal, esta es una actividad muy importante económicamente. Los productos que se realizan son tejeduría de cortes típicos, de diferente calidad y diseños, ejemplo de estos son los cortes jaspeados, alta seda, perrajes que son tapados, güipiles, estos se elaboran con el fin de proporcionar producto al mercado local y para la comercialización con otros municipio y/o departamentos. La forma de producir es esencialmente a nivel familiar.

Aparte el municipio de Quetzaltenango cuenta con una producción agropecuaria considerablemente grande. Cuenta con producción de granos básicos como: “el maíz blanco, amarillo y otros colores. Produce hortalizas de papa, cebolla, zanahoria, coliflor brócoli, repollo, lechuga, habas, frijol negro y de otros colores, en cultivos puros y en asocio.”²⁸ Por otra parte de menor cantidad los ganados, principalmente, el bovino, porcino, lana y aves. “Además se da la producción de miel en 4 fincas, con un total de 23 colmenas.” “El número de productores y productoras para el año en mención asciende a un total de 1,137, de este total, 216 son hombres y 921 son mujeres”.²⁹

En cuanto a la producción industrial, en el año 2002 según el UIEP existían “1,033 actividades y por zona la número 1, es la que ocupa el primer lugar con 448 actividades, seguido por la zona 3 con 234, la zona 5 con 72; la 7 con 69, la zona 2 con 56, la zona 8 con 48, la zona 11 con 27, la zona 9 con 25 y la zona 4 con 8 actividades industriales”.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

3.2.3 División Política de la República de Guatemala

Guatemala es un país que se encuentra dividido por 8 regiones, 22 departamentos, y 337 municipios. Todos se rigen bajo el poder de los 3 estados políticos guatemaltecos, el ejecutivo está constituido por el presidente Jimmy Morales y por la vicepresidente Jafeth Cabrera más 14 ministerios y dependencias. El poder legislativo lo constituyen 158 diputados. El poder judicial está compuesto por la Corte Suprema de Justicia, Su sede se encuentra en el Palacio de Justicia y Torre de Tribunales. El Organismo Judicial actualmente está conformado por alrededor 619 tribunales, distribuyéndose de la siguiente manera: La Corte Suprema de Justicia, 30 salas de la Corte de Apelaciones, 218 juzgados de Primera Instancia y 370 juzgados de Paz.

Tabla No. 1

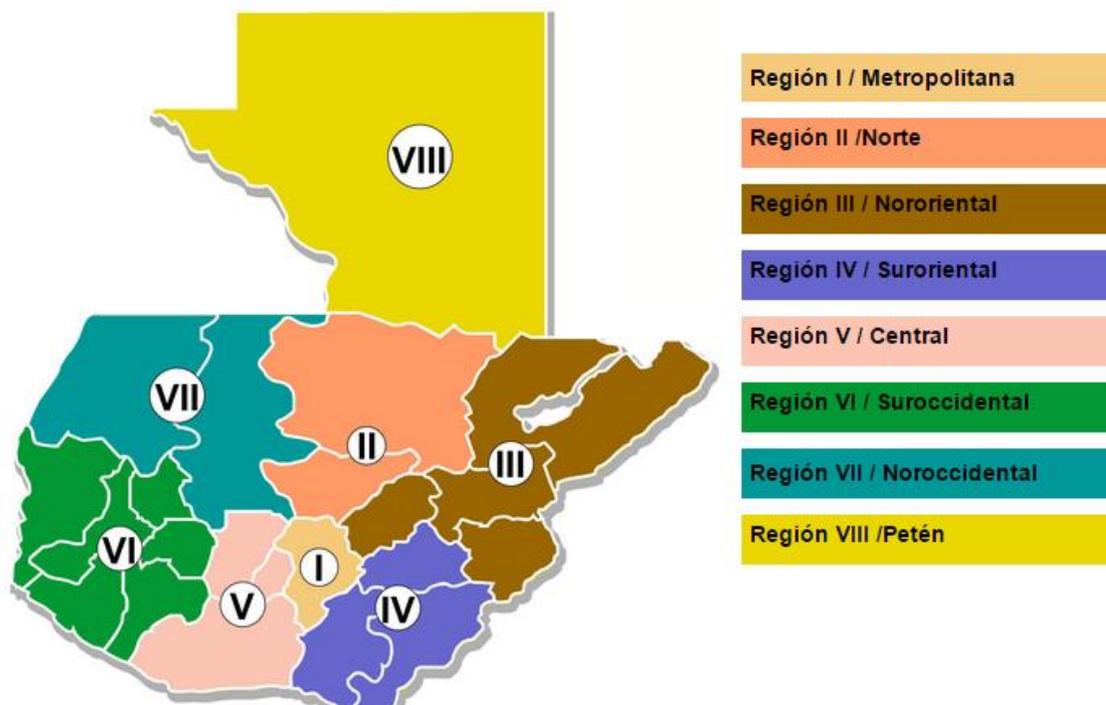
División Regional de Guatemala

Número de la Región	Nombre de la Región	Departamentos
Región I	Metropolitana	Guatemala
Región II	Norte	Alta Verapaz, Baja Verapaz
Región III	Nororiental	Chiquimula, El Progreso, Izabal, Zacapa
Región IV	Suroriental	Jalapa, Jutiapa, Santa Rosa
Región V	Central	Chimaltenango, Sacatepéquez, Escuintla
Región VI	Suroccidental	Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Suchitepéquez, Sololá, Totonicapán
Región VII	Noroccidental	Huehuetenango, Quiché
Región VIII	Petén	Peten

Fuente: Disponible en: Oj.gob.gt <http://www.oj.gob.gt> [Consulta: 20/11/2015]

Mapa No. 2

División Regional Guatemala



Fuente: Disponible en: Oj.gob.gt <http://www.oj.gob.gt> [Consulta: 20/11/2015]

Tabla No. 2

División Regional Etnográfica

Región etnográfica	Grupos étnicos en los territorios
Región Norte	Wayúu, arhuaco, wiwa, kogui, kankuamo, chimilas, yukos, zenú
Región Noroccidental	Zenú, embera katio, embera chamí, embera waunan, tule, kuna, eperara siapirara.
Región Centroriental	U'wa, motilón bari, guahibo, sicuani, piapoco, cuiba y macahuan.
Región Suroccidental	Waunan, paez, guambianos yanaconas, awa, pastos, ingas, quillacinga, kam'tza, siona, kofan, eperara siapirara, embera.
Región Centroccidental	Embera Chamí, Pijao.
Región Oriental	Sikuani, piapoco, piaroa, salivas, curripaco, puinave, guayabero, tucano, desano, kubeo, mirití - paraná - matapi, yukuna, tikuna, coreguaje, muinane, tanimuca, cocama, witoto, inga, paez, andoque, cuiba, saliva, nukak makú.

Fuente: Documento de trabajo. Metodología Censo en Territorios Étnicos DANE 2005

3.2.4 División Regional de Quetzaltenango

“Quetzaltenango es uno de los 337 municipios de la república de Guatemala, siendo la cabecera del departamento de Quetzaltenango. Cuenta con una ciudad, dos aldeas y 18 caseríos”³⁰.

3.2.5 Aspectos Físico Naturales

El Departamento tiene una superficie territorial de 2317 kilómetros cuadrados, temperatura ambiente de 18 a 12 grados centígrados, en los meses de diciembre a Febrero 5 grados, sin embargo, hay ocasiones que el Barómetro marca los cero grados, cayendo heladas, cubriéndose los techos de las casas y los árboles de nieve. Incluyendo Quetzaltenango, cabecera del Departamento suma 24 municipios.

Quetzaltenango se asienta en un territorio eminentemente volcánico, azotado por diversos fenómenos tectónicos a través de los siglos, debiéndose posiblemente a eso que los monumentos Mames y Quiches fueron soterrados, se han encontrado especialmente en el lugar conocido como Pacajá vestigios de objetos de barro. Hace muchos siglos que el conocido como “Siete Orejas”, hizo una catastrófica erupción que cambió la geografía del territorio.

3.2.6 Aspectos Humanos

Actualmente la capital de Quetzaltenango se constituye en un lugar estratégico para el comercio y los servicios, así como para la industria textil y licorera a nivel nacional. Otro sector que ha tenido un repunte interesante en la ciudad es el sector de la construcción, ya que ha proliferado la industria de servicios para la construcción, debido al incremento de centros comerciales, colonias y condominios. Debe mencionarse que su cabecera es un centro de servicios educativos, especialmente universitarios.

Otro de los municipios de Quetzaltenango con gran pujanza económica y cultural es Coatepeque. Su nombre tiene origen Náhuatl y se deriva de las palabras “Coatl” que significa culebra y “Tepeo” que quiere decir cerro o lugar. Es el municipio más grande del departamento, atendiendo a su aspecto geográfico. Allí se encuentran más de 30 sitios arqueológicos, entre los cuales destaca uno que se conoce como La Felicidad. Coatepeque cuenta con atractivos balnearios y ríos.

El departamento se caracteriza por tener atractivos turísticos como: el Cerro del Baúl, el Cerro Siete Orejas, Cerro Quemado, los baños de Almolonga Cirilo Flores, las Delicias,

³⁰ Industria Guate. Información general del país de Guatemala. Disponible en: industriagate.com/informacion-general-guatemala [Consulta: 20/11/2015]

las Fuentes Georginas, la Laguna de Chicabal y otras, lo que ha determinado que el número de turistas haya aumentado en los últimos años.

“La densidad de la población es de 1,213.64 habitantes/km es de promedio de cinco personas por familia. La población del municipio es muy joven, Pues el 70% está comprendido en el rango de edad de 0 a 29 años, estos datos se toman Del Instituto Nacional de Estadística.”³¹

3.2.7 Aspectos Poblacionales

La población del municipio de Quetzaltenango, según datos del censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística “asciende a un total de 145,637 habitantes, de ellos 48% son hombres y 52 mujeres; el 49.9% de la población pertenece a la comunidad lingüística K’iche del pueblo maya, el 50.1% a la población no indígena.”³² El idioma materno del 8% de la población es el K’iche” y el 92 es el español, este dato refleja que gran parte de la población indígena ha dejado de usar su idioma y lo ha sustituido por el español.

La densidad de la población es de 1,213.64 habitantes/km², existe un promedio de cinco personas por familia. La población del municipio es muy joven, pues el 70% está comprendido en el rango de edad de 0 a 29 años. Según el Ministerio de Salud Pública, la tasa de natalidad es de 18.85 por mil habitantes; el crecimiento vegetativo es de 1.61. La tasa de fecundidad es de 55.18 y la población migrante es de 9,450. Según el Informe de Desarrollo Humano, el 25.9% de la población es pobre, un 3.2% está en extrema pobreza, la población rural corresponde a un 5% y el 95% es urbana. En cuanto a migración, existe fuera del municipio, principalmente a la ciudad capital del país y hacia los Estados Unidos, en parte por la búsqueda de fuentes de trabajo, en menor cantidad para cuestiones de estudio y comercio.

3.2.8 Aspectos de Infraestructura

Uno de los atractivos más importantes de la ciudad de Quetzaltenango es su arquitectura, que refleja la historia de la misma marcada por varios períodos de construcción. En el centro histórico de la ciudad, se aprecia la antigua Plaza de Armas construida durante la época colonial, que más tarde dio paso al nuevo centro cívico inaugurado en la década de 1840 con la famosa Torre Centroamericana, que dio inicio a la etapa de la arquitectura urbana neoclásica de la ciudad.

El estilo clasicista que identifica a Quetzaltenango y que es único en Guatemala, se construyó en piedra tallada, siendo uno de sus exponentes más emblemáticos, el edificio de

³¹ *Sistemas Sege Plan*. Poblacional. Disponible en: <http://sistemas.segeplan.gob.gt> [Consulta: 20/11/2015]

³² *Municipios de Guatemala*. Disponible en: <http://www.deguate.com> [Consulta: 20/11/2015]

presidios, hoy Casa de la Cultura, construido en 1872. El clasicismo sobrevive con algunas corrientes estilísticas eclécticas, nacidas con el negocio, en varios monumentos funerarios. Uno de los últimos edificios construidos en esa época es el Teatro Municipal, concluido a principios del siglo XX. Los terremotos de 1902, destruyeron parte de la Catedral, el edificio más antiguo de la ciudad; construido por orden del obispo Francisco Marroquín en 1532 en estilo barroco plateresco, sin embargo, afortunadamente, muchas de las edificaciones clasicistas quedaron en pie. En la ciudad se puede apreciar también el estilo Neo románico reflejado en el Pasaje Enríquez, construido en 1900, y más tarde en el Teatro Roma, siempre con presencia de elementos clasicistas

Después de una visita el estimado de talleres que se encontró los siguientes talleres costureros y artesanos y otros productores de artículos de indumentaria en la cabecera de Quetzaltenango. Se encontraron 60 tiendas con productos con elementos textiles artesanales. De lo que se investigó existen alrededor de 10 talleres de confección de indumentaria, y 8 grupos de artesanos que cumplen con el requerimiento de calidad del proyecto.

3.2.9 Indicadores

Tabla No. 3
Censo 2010 Guatemala

Se encontró en el censo del 2010 que en Quetzaltenango:	
La población total	771.7 miles de habitantes
La densidad poblacional	395.5 habitante por Km.
Mujeres	52%
La población Rural	42%
Población indígena	43%
Total de hogares	146.3 miles
Tasa global de fecundidad	3.1

Fuente: INE, proyecciones de población censo 2010 [Consulta: 15/1/2016]

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 Demanda

El proyecto se lleva a cabo en la cabecera municipal de Quetzaltenango y tras haber hecho una investigación de los datos más importantes del área se puede indicar que el mercado objetivo más adecuado para la producción y comercialización de chaquetas con materiales artesanales es locales y turistas de sexo femenino que visitan el sitio. El rango de edad es de 23 a 33 años validado con encuestas. Como se había establecido con anterioridad no existe un porcentaje exacto de turismo, pero si se sabe que es una de las actividades económicas más importantes de Quetzaltenango. Por ser un lugar turístico las personas buscan prendas de vestir que cubran, por esa razón se pensó en chaquetas, siendo esta una prenda que ayudaría a la ciudad más fría de Centroamérica. Las personas visitantes en el área por lo general buscan cosas que les sirvan en el momento y cosas que puedan identificar a Guatemala, o lo típico guatemalteco, por ello buscan productos artesanales, y que sean con un diseño atractivo.

3.3.1.1 Demanda potencial

El producto es de materiales artesanales con un diseño innovador que al mismo tiempo es, favorable para el cliente y que cumpla con las necesidades de las personas que lo consuman. La demanda potencial sería, la producción en mayor cantidad al igual que la comercialización de chaquetas con textiles típicos en la cabecera municipal de Quetzaltenango.

3.3.1.2. Oferta

Gracias a la colaboración de la Asociación de Mujeres Artesanas, Trama Textiles en Quetzaltenango, se puede llevar a cabo la producción de estas chaquetas. Estas fabrican las telas y prendas típicas, cuentan con buenos productos pero la mayoría son accesorios. Tras ver su trabajo se puede decir que tienen una muy buena calidad, poco conocimiento en diseño, una ubicación considerablemente buena, y un nivel de producción bastante alto. Se pretende introducir un producto nuevo que tiene una demanda alta entre el mercado objetivo a dirigirse, la asociación está interesada a expandir sus tipo de productos por lo que aceptarían la incorporación de este producto en su compañía. Trama Textil, Asociación de Mujeres para el Desarrollo Artesanal tiene como misión “crear trabajo con buenos pagos para mujeres de Guatemala para que honradamente puedan soportar a sus familias y comunidades; y preservar y desarrollar las tradiciones culturales a través de la manipulación del arte textil”³³. La Asociación comenzó después de unos de los años más difíciles en Guatemala, la guerra civil.

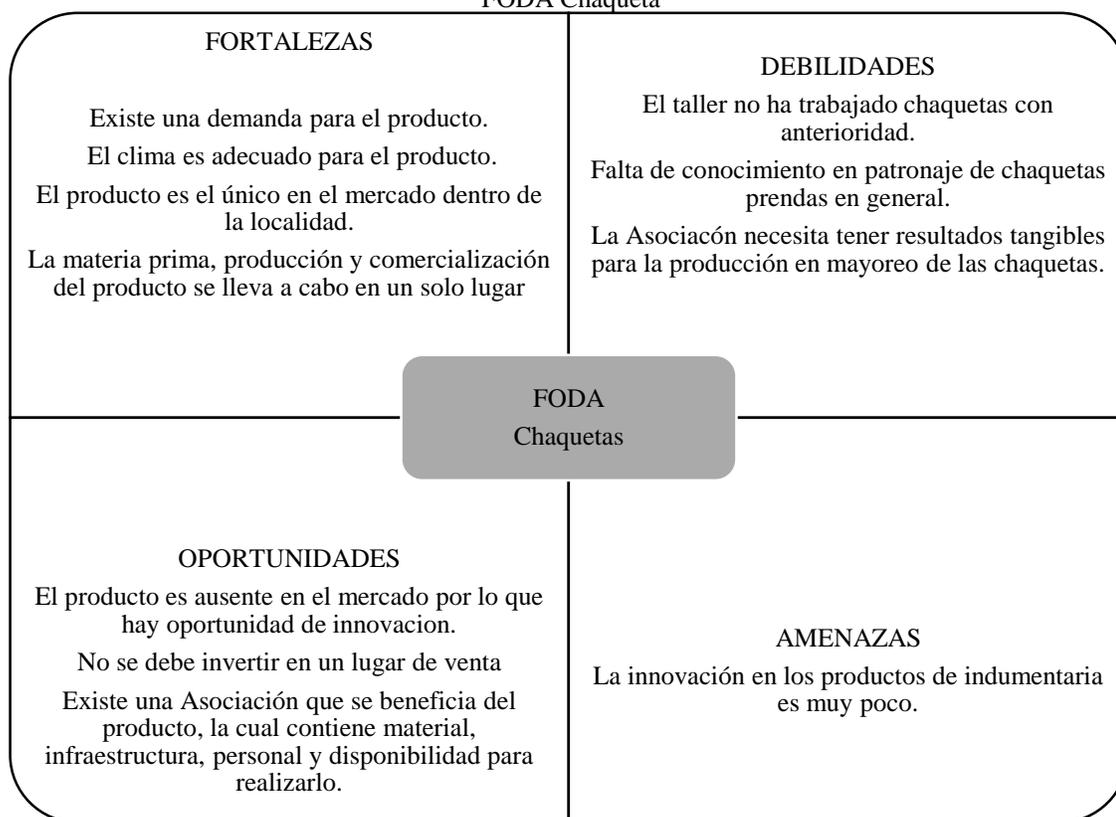
³³ Trama Textiles. Disponible en: <http://www.tramatextiles.org> [Consulta: 15/1/2016]

Comenzó con el nombre de Centro Nacional de Artesanía Textil, luego se cambió a Asociación Trama para después quedarse con el nombre actual TRAMA Textiles. La guerra civil se llevó a la mayoría de los hombres de la comunidad por ello las mujeres se las debían ingeniar para sobrevivir y mantener sus hogares y comunidades, así que se unieron varias mujeres y formaron Trama Textiles. Hasta el día de hoy estos grupos siguen con las técnicas más antiguas de textil artesanal. Hoy en día las mujeres pueden brindar un ingreso económico adicional a sus familias.

Esta asociación se sostiene por ella misma, pero también cuenta con donadores quienes les ayudan constantemente para que puedan seguir produciendo. Cuentan con voluntariado extranjero y local para poder dar a conocer su producto. Cuenta con la siguiente organización: Presidente Amparo de Rubio, Vice-Presidente Oralia Chopen, Julia Días Méndez

3.1.3.3 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Figura No. 6
FODA Chaqueta



Fuente: Propia 2015

3.4. METODOLOGÍA

3.4.1 Localización del Taller

Las coordenadas geográficas en las que se encuentra Trama Textiles son latitud norte 14.836233 y longitud oeste -91.51756. Está ubicada a 2380 metros sobre el nivel del mar, por lo que lo hace un lugar frío. No se encontró la precipitación pluvial exacta del lugar pero la del municipio de Quetzaltenango es de 2,000 mm/año y la temperatura oscila en una mínima de -5°C hasta una máxima de 25°C y en promedio es de 10°C. Además cuenta con una la humedad relativa es de 75.83%.

Mapa No. 3
Ubicación Trama Textil



Fuente: Disponible en: <http://www.google.com>.
Latitud norte 14.836233 y longitud oeste -
91.51756.

3.4.2 Caracterización

La elaboración de prendas de este proyecto se llevará a cabo en la cabecera de Quetzaltenango con la colaboración de la Asociación Trama Textiles, la cual cuenta con un taller desarrollo artesanal en el que tejen, y elaboran todos sus productos, el mismo se especializa en venta de accesorios del hogar, dispositivos y decorativos. Se lleva a cabo en la Asociación ya que es para el beneficio de las mujeres artesanas de Quetzaltenango, introduciendo un nuevo producto que atrae a los turistas. Este es un taller grande que cuenta con mujeres trabajadoras del producto Guatemalteco. Estas personas buscan la expansión de sus productos, y se cree y espera que con este proyecto se puede proporcionar la ayuda que necesitan, así como también implementar todo lo visto en este trabajo.

3.4.3 Aspectos de Infraestructura

La Asociación de Mujeres Tejedoras, Trama Textiles en Quetzaltenango cuenta con una casa en donde administran espacios. Esta está compuesta por dos niveles, el primero con una plaza al aire libre y luego varias habitaciones, dentro de una se encuentran todos los productos debidamente identificados, productos como diademas, corbatas, accesorios para el hogar, y para dispositivos móviles. El segundo cuarto se encuentran las tejedoras con la escuela de tejer, y algunos trajes elaborados ahí y otros en los diferentes departamentos miembros de la Asociación de Mujeres Para el Desarrollo Artesanal cuentan con fotos en las paredes de los pasillos de todas las mujeres que han trabajado en estas instalaciones, mapas con los distintos señalamientos de los detalles de los trajes mayas etc. La siguiente habitación es para almacenaje y corte cuentan con una mesa indicada para la actividad. La sigue una habitación de cuentas y luego el baño, y adyacente a este es el taller el cual consta de dos máquinas planas, un espacio para el planchado y un espacio para producto terminado. En el segundo nivel se encuentran los cuartos de las personas que viven en la casa. Las paredes y piso son de concreto, cuentan con sillas plásticas, y sillones y sillas de madera.

Fotografía No. 1
Pared con Tejidos de Diferentes



Fuente: Propia 2014.

Fotografía No. 1 *Telares Antiguos*



Fuente: Propia 2014.

Fotografía No. 3 *Escuela de Tejer*



Fuente: Propia 2014.

Fotografía No. 2
Mural de los Miembros de Trama Textiles Quetzaltenango



Fuente: Propia 2014.

Fotografía 5
Producto en la tienda Trama
Textiles



Fuente: Propia (2016)

Fotografía No.4
Producto en tienda Trama
Textiles



Fuente: Propia (2016)

Fotografía No3
Tienda Trama Textiles



Fuente: Propia (2016)

Fotografía No. 8
Prenda Trama Textiles



Fuente: Propia (2016)

Fotografía No. 7
Telares de cintrura de Trama
Textiles



Fuente: Propia (2016)

Fotografía No. 6
Hilo teñido Trama Textiles



Fuente: Propia (2016)

3.4.4 Indicadores

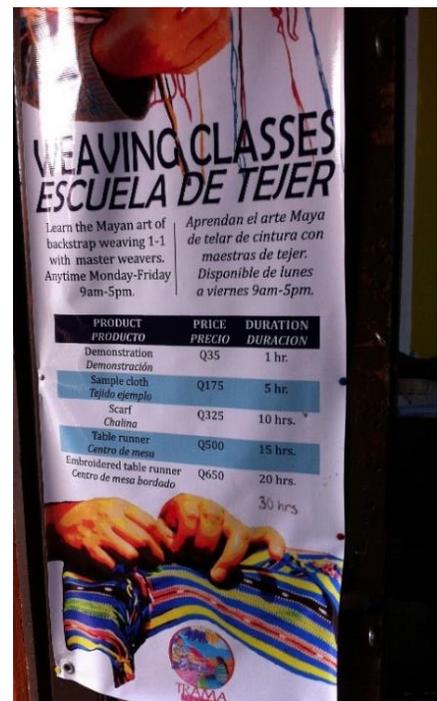
Trama Textiles produce variedad de productos como lo son artículos para el hogar, bufandas y ponchos, bolsas, carteras y estuches, accesorios, juguetes de tela para niños. También tienen algunas prendas que son trajes tradicionales mayas. Costo de la energía eléctrica es de Q500 al mes, La casa es propia así que no pagan renta y cuentan con ocho empleados y numerosos voluntarios. Algunos de sus empleados son: En administración y colaboración de productos Presidente: Amparo de León de Rubio, Vice-Presidente: Oralia Chopen, Secretaria: Julia Días Méndez, Tesorera: Juana Rosenda Cholotio Hernández, Miembro: Socorro Sicay Perez, miembro: María Luisa Chabes Pio Miembro: Isabel Guajchaj

Fotografía No. 10
Empleada saliendo de Trama Textiles



Fuente: Trama Textiles. Municipio de Quetzaltenango 2015

Fotografía No.9
Rótulo de Clases de Tejer con Precios



Fuente: Propia (2016)

3.4.5 Tipo de Investigación

En el presente proyecto se utilizó la investigación histórica de forma que se investigó que no hubiese algún proyecto que contara con las mismas características que el presente, al igual que se investigó todos los aspectos históricos del comportamiento de la población en cuanto a la compra de productos con materiales artesanales. Además, se utilizó la investigación descriptiva en la que se observó, encuestó y entrevistó a la población deseada.

3.4.6 Población y Tipo de Muestra

La población que se ha tomado, es diana infinita, pues se conoce al mercado objetivo al que se quiere dirigir y de quienes interesa el resultado. Es infinita porque no se tiene un número de personas que formen el mercado objetivo.

Se tomó un muestreo estratificado pues existe un interés de obtener la información deseada con una muestra representativa del mercado objetivo

3.4.7 Técnicas de recopilación de datos

Se utilizó una recolección de datos primaria utilizando observación, encuestas y entrevistas a los sujetos de estudio. El record de la observación se llevó por medio de anotaciones en un diario de investigador en el que se registró el comportamiento de personas que actualmente residen en Quetzaltenango, guatemaltecos que visitan la localidad y de turistas internacionales, quienes visitan Guatemala y les atraen las artesanías guatemaltecas. Las encuestas fueron tomadas con un formato, en el que a la población le tomo menos de minutos en contestar. Las entrevistas fueron de forma informal y considerada como observación participativa, documentada en el diario del investigador.

3.4.7.1 Los Instrumentos a utilizar

Para el mercado, el producto sus características y saber de a dónde se va con el proyecto se realizaron encuestas y entrevistas.

Datos de los Instrumentos

Encuestas

Formato de la Encuesta

Encuestados: 30

Año 2015



La presente encuesta ayudará para el Proyecto de Graduación una alumna de la Universidad del Istmo del en la carrera de Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, y tiene como fin Determinar y evaluar elementos para el diseño producción, y comercialización de prendas de 1 prendas de vestir en la cabecera municipal de Quetzaltenango. De antemano le agradezco su colaboración por responder esta encuesta que tomará menos de 5 minutos en contestar.

1. ¿Cada cuánto visita la cabecera municipal de Quetzaltenango?

_____ 1 vez en mi vida _____ 1 vez al año _____ 1 vez al mes _____ más de 1 vez al mes

Otro _____

2. ¿Compra o le gustaría comprar prendas innovadoras (modernas) con elementos de textiles y materiales artesanales?

_____ Si _____ No _____ ¿Por qué?

3. ¿Qué influye para invertir en la compra de una chaqueta?

_____ Diseño _____ Calidad _____ Funcionalidad _____ Material _____ todas

_____ Otra _____ (Especifique)

4. ¿Qué lo motivaría a realizar su compra además del producto? (pueden marcar más de una opción)

_____ Servicio al cliente _____ una tienda con buena presentación _____
Etiquetas con story telling _____ Empaque
Otro _____

5. Es para usted ¿Es una diferenciación si el producto ofrece ayuda social a mujeres trabajadoras Quezaltecas?

_____ Si _____ No Por
qué _____

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una chaqueta innovadora elaborada con materiales artesanales? (considere que estos son de un proceso de elaboración más tardado y complejo que un industrial)

___ Q100 a 200 ___ Q250 a Q350 ___ Q300-400 ___ Q400 a Q500

___ Q500 a 600 ___ Q600 a 700 ___ Q700 a 800 ___ Q800 a Q1000

7. ¿Cree que la locación de la tienda es estratégica para las ventas?

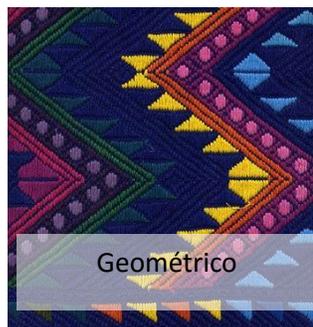
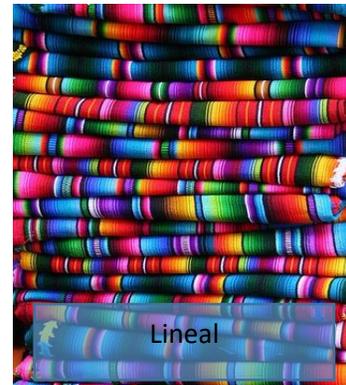
___ Si ___ No ___ ¿Por qué? _____

8. Además de Quetzaltenango le gustaría que este producto estuviese ubicado en la Ciudad de Guatemala

___ Si ___ No ___ Me es indiferente

___ Otro departamento/ municipio ¿Cuál? _____

9.Cuál de estos diseños textiles artesanales le parece más atractivo



Entrevistas

Entrevistas: Elaboradas en el año 2014



Mi nombre es Barbara Adriana Perez Escotto, soy estudiante de la Universidad del Istmo, en la carrera de Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, presento esta entrevista que tiene como fin examinar y evaluar la producción de prendas de vestir en el municipio de Quetzaltenango, Quetzaltenango. Le tomara no más de 10 minutos contestarla. De antemano le agradezco su

colaboración

Nombre:

Ocupación:

Lugar Donde se realiza la entrevista:

Tienda/Taller:

Contacto:

Entrevistada por: Barbara Adriana Perez Escotto

1. ¿En qué consiste la empresa?
2. ¿Cuántas mujeres se encuentran actualmente en el negocio?
3. ¿Cómo producen los productos?
4. ¿Quién es su mayor cliente?
5. ¿Cómo considera la calidad de producto que manejan?
6. ¿Considera que compite con algunas otras tiendas?
7. ¿Qué los diferencia de las otras ventas de productos con textil artesanal?
8. ¿En qué se basan para diseñar?
9. ¿Han considerado la mezcla entre diseños de prendas modernas y acoplarlas con textiles mayas?
10. ¿Cuáles son los productos con más demanda?
11. ¿Qué métodos utilizan para promover la venta de los productos?

4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE OBSERVACIÓN

Se llevó un diario de investigador en el que se registró que a la población le despierta interés visitar la cabecera municipal de Quetzaltenango. Como cualquier otro lugar turístico, cuenta épocas del año que son de mayor demanda para su visita. Por otra parte se observa que la comunidad guatemalteca ha despertado un interés por piezas con materiales artesanales que sean modernos y usables en su día a día, pues se ha vuelto cada vez más llamativo. Los turistas, tienen un aprecio mayor a los artículos artesanales, saben que es de mayor valor por lo que están dispuestos a invertir en cantidades razonables. Por otra parte, se ven atraídos a diseños de prendas innovadores con estos textiles artesanales.

4.2 ENCUESTAS

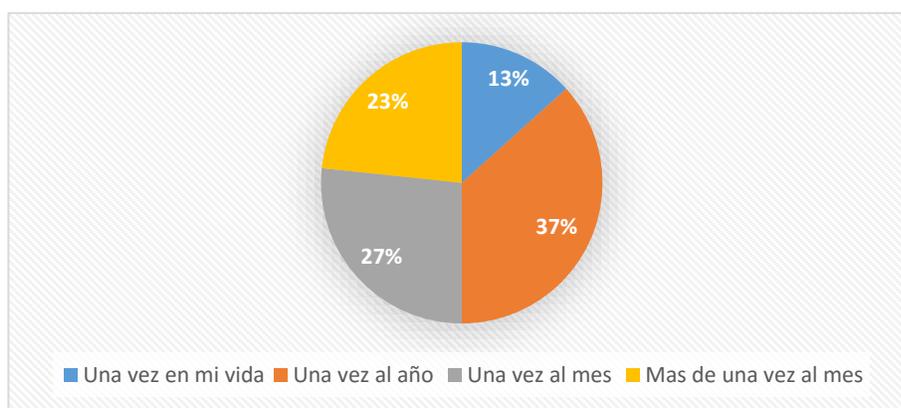
Tabla No. 4

¿Cada cuánto visita la cabecera municipal de Quetzaltenango?

Respuestas	Total	Porcentaje
Una vez en mi vida	4	13%
Una vez al año	11	37%
Una vez al mes	8	27%
Más de 1 vez al mes	7	23%
Total	30	100%

Gráfica No. 1

Frecuencia con la que visita la cabecera municipal de Quetzaltenango



Fuente: Propia, 2015.

El 30% de los encuestados visita Quetzaltenango 1 vez al año y el 50% es una vez al mes o más

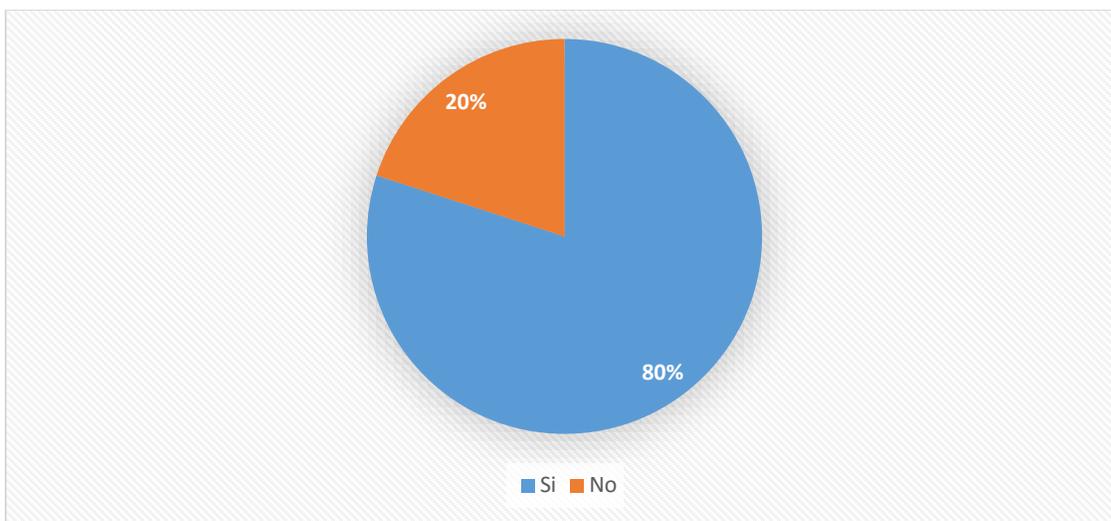
TablaNo. 5

¿Compra o le gustaría comprar prendas innovadoras (modernas) con elementos de textiles y materiales artesanales?

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Gráfica No. 2

Compra de prendas innovadoras con elementos de textiles y materiales artesanales



Fuente: Propia, 2015.

El 80% de la población encuestada si compra prendas innovadoras con elementos textiles y materiales artesanales. El 6% indicó que no porque los diseños encontrados en el mercado siguen sin ser llamativos, lo comprarían si lo tuvieran solo en detalles, no lo compran por la calidad del textil artesanal.

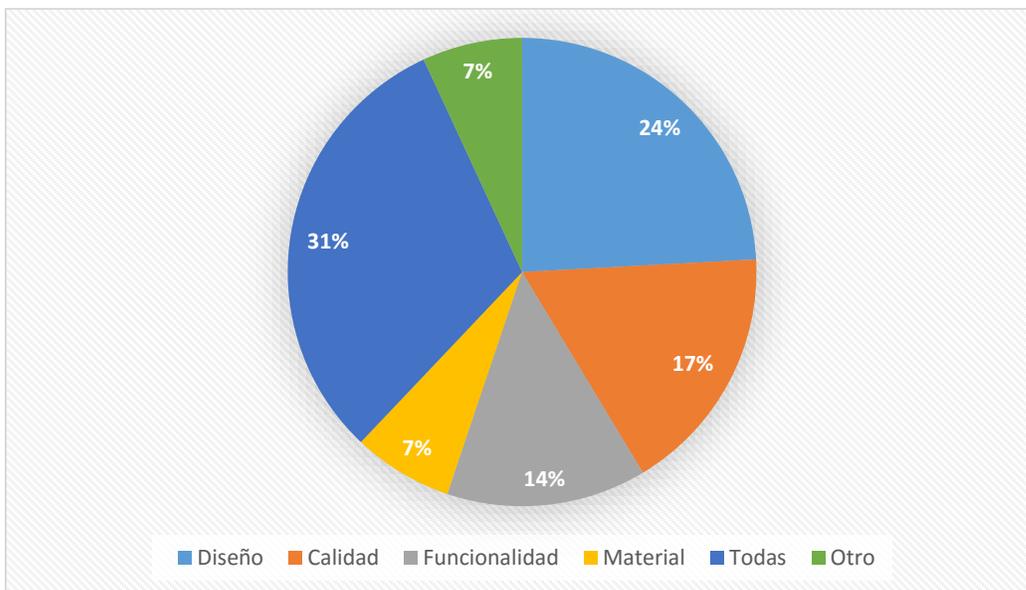
Tabla No. 6

¿Qué influye para invertir en la compra de una chaqueta?

Respuestas	Total	Porcentaje
Diseño	7	24%
Calidad	5	17%
Funcionalidad	4	14%
Material	2	7%
Todas	9	31
Otro	2	7%
Total	30	100%

Gráfica No.3

Factores que influyen en la compra de una chaqueta



Fuente: Propia, 2015.

El 31% de la población indicó que todos los factores son importantes cuando compran una chaqueta, el 24% indicó que es el diseño y el 17% la calidad, también el 7% propuso el precio.

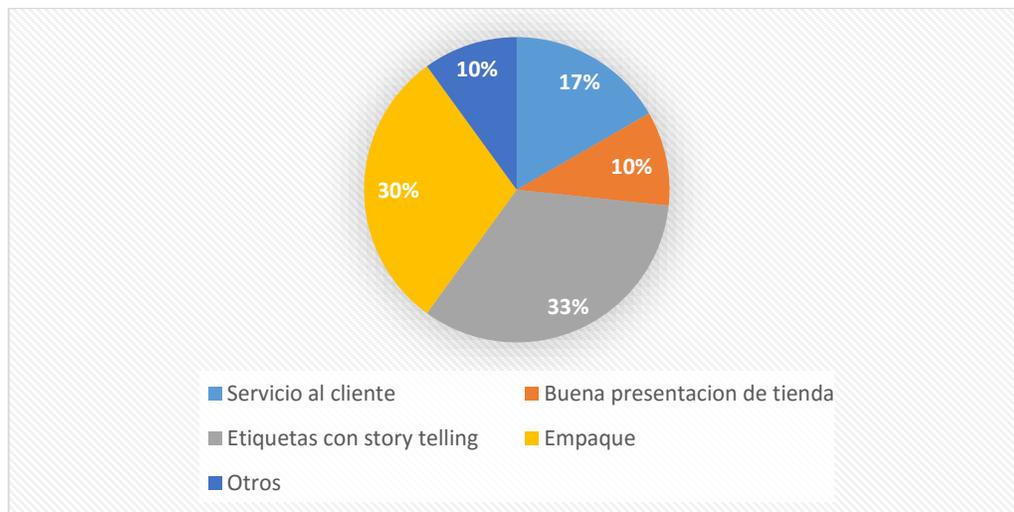
Tabla No. 7

¿Qué lo motivaría a realizar su compra además del producto?

Respuestas	Total	Porcentaje
Servicio al cliente	5	17%
Buena presentación de tienda	3	10%
Etiquetas con story telling	10	33%
Empaque	9	30%
Otro	3	10%
Total	30	100%

Gráfica 4

Motivación para la compra de producto



Fuente: Propia, 2015.

Lo que más le motiva al cliente en el momento de compra es que este tenga una etiqueta con story telling donde explique quiénes son las manufactureras de los materiales artesanales, de dónde vienen, la inspiración del producto etc. El 30% también indicó que el empaque en el que viene el producto es otra motivación, les gustaría algo además de la típica bolsa plástica negra.

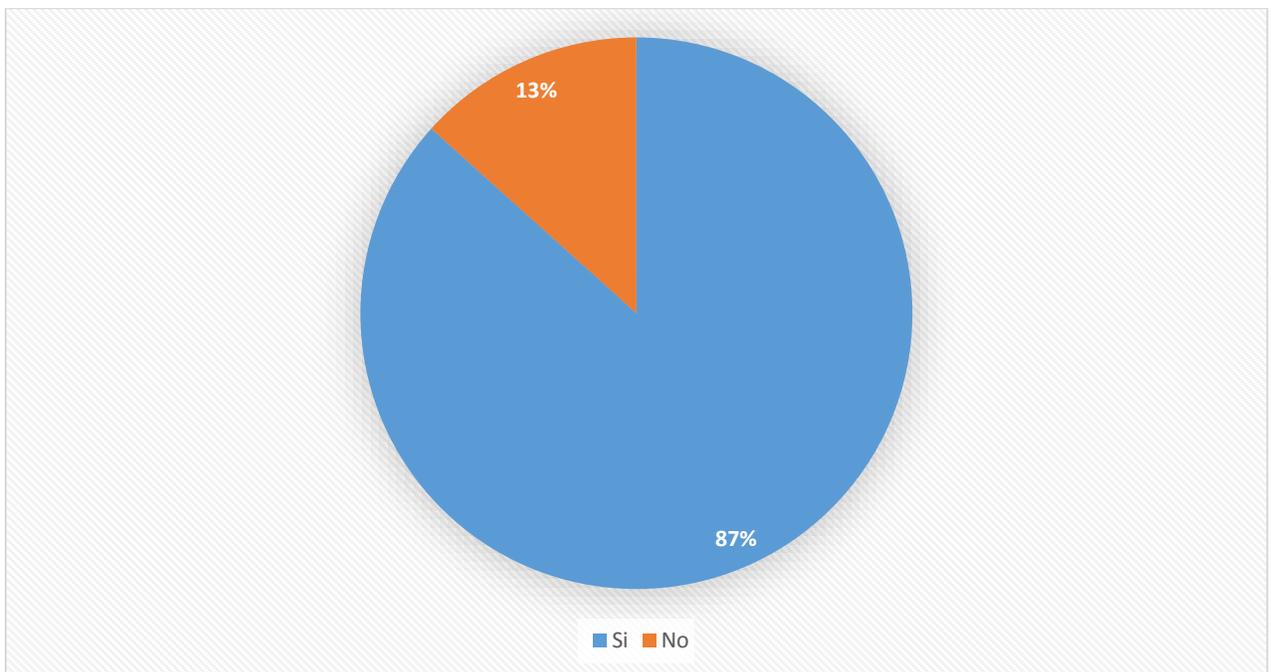
Tabla No. 8

Para usted ¿Es una diferenciación si el producto ofrece ayuda social a mujeres Quezaltecas trabajadoras de textiles artesanales?

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	26	87%
No	4	13%
Total	30	100%

Gráfica No. 5

Opinión de diferenciación si el producto ofrece ayuda social a mujeres trabajadoras de textiles artesanales



Fuente: Propia, 2015.

El 87% respondió que sí es una diferenciación y comentó que pagarían más por ello. El 13% indicó que no pues les es indiferente.

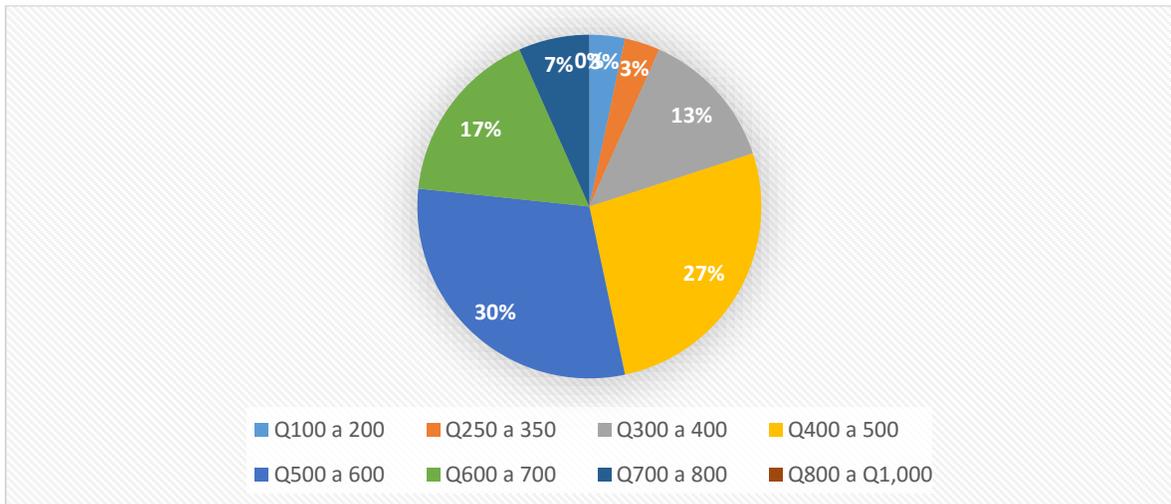
Tabla No. 9

¿Cuánto está dispuesto a pagar por una chaqueta innovadora elaborada con materiales artesanales?

Respuestas	Total	Porcentaje
Q100 a Q200	1	3%
Q250 a Q350	1	3%
Q300 a Q400	4	13%
Q400 a Q500	8	27%
Q500 a Q600	9	39%
Q600 a Q700	5	17%
Q700 a Q800	2	7%
Q800 a Q1000	0	0%
Total	30	100%

Gráfica No.6

Inversión por una chaqueta innovadora elaborada con materiales artesanales



Fuente: Propia, 2015.

El 39% pagaría de 500 a 600 en una chaqueta innovadora con materiales artesanales. El 27% gastaría de Q400 a Q500 y el 17% gastaría de Q600 a Q700

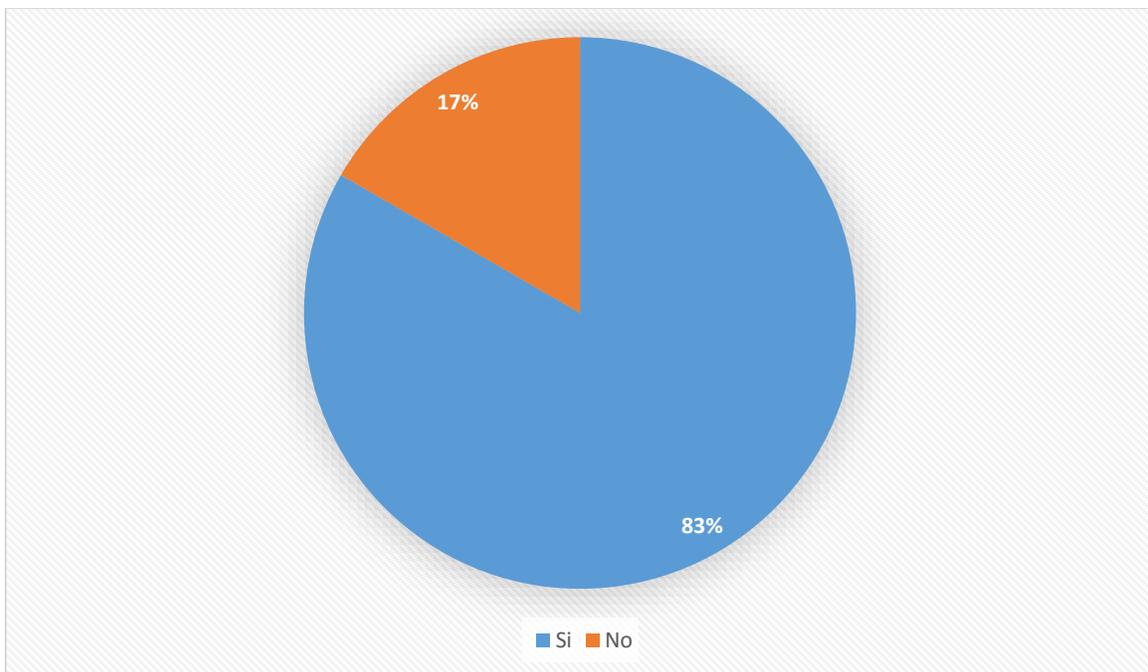
Tabla No. 10

¿Cree que la locación de la tienda es estratégica para las ventas?

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	25	83%
No	5	17%
Total	30	100%

Gráfica No. 7

Importancia de la ubicación de la tienda



Fuente: Propia, 2015.

El 83% indica que si es importante pues no pueden encontrar una tienda que no saben en dónde está. El 17% indica que es más divertido ir buscando lugares interesantes que eso les hace sentir especiales, por haber encontrado una tienda que no estaba cerca.

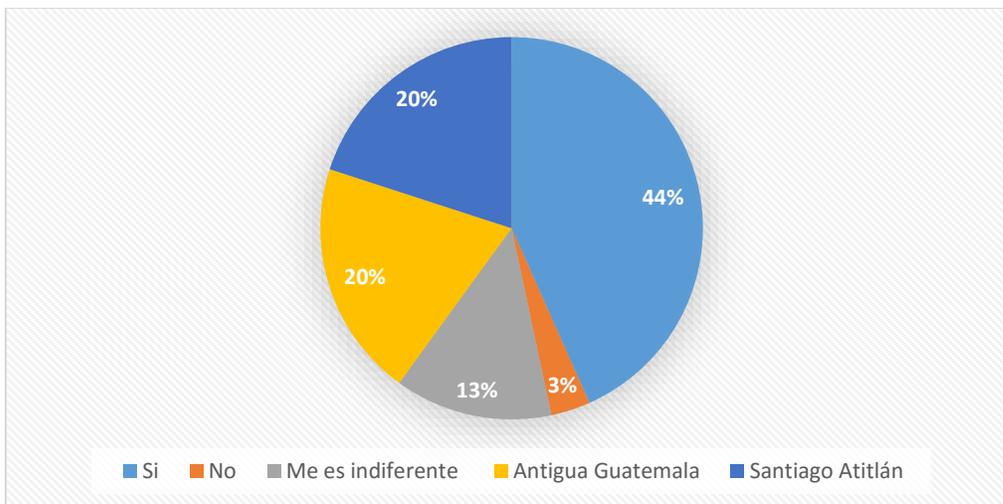
Tabla No. 11

¿Además de Quetzaltenango le gustaría que este producto estuviese ubicado en la Ciudad de Guatemala?

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	13	44%
No	1	3%
Me es indiferente	4	13%
Antigua Guatemala	6	20%
Santiago Atitlán	6	20%
Total	30	100%

Gráfica No.8

Ciudad de Guatemala y otra localidad como punto de venta para el producto



Fuente: Propia, 2015.

El 44% indica que si les gustaría ver el producto en la ciudad de Guatemala, el 20% le gustaría verlo en Antigua Guatemala y el otro 20% en Santiago Atitlán.

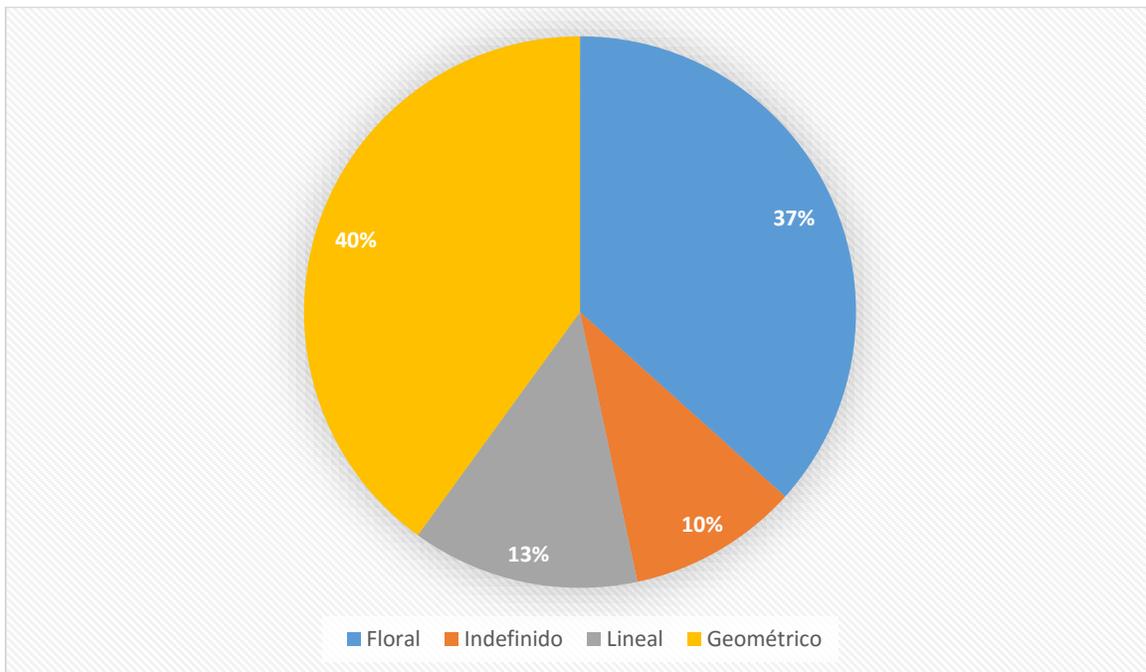
Tabla No. 12

¿Cuál de estos diseños textiles artesanales le parece más atractivo?

Respuestas	Total	Porcentaje
Floral	11	37%
Indefinido	3	10%
Lineal	4	13%
Geométrico	12	40%
Total	30	100%

Gráfica No. 9

Textil Artesanal más Llamativo



Fuente: Propia, 2015.

El textil más llamativo es el floral con el 40% pero el 37% también prefiere el Geométrico

4.3 Entrevistas

Entrevistas: Elaboradas en el año 2014



Mi nombre es Bárbara Adriana Pérez Escotto, soy estudiante de la Universidad del Istmo, en la carrera de Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, presento esta entrevista que tiene como fin examinar y evaluar la producción de prendas de vestir en el municipio de Quetzaltenango, Quetzaltenango. Le tomará no más de 10 minutos contestarla. De antemano le agradezco su colaboración

Nombre: Oralia Chopen

Ocupación: Vice Presidenta

Lugar donde se realiza la entrevista: Quetzaltenango

Tienda: Textiles Trama

Contacto: admin@tramatextiles.org

Entrevistada por: Bárbara Adriana Pérez Escotto

1. ¿En qué consiste la empresa?

Trama Textil, es una empresa fundada por las mujeres indígenas guatemaltecas afectadas por la guerra civil Guatemalteca. Estas mujeres se unieron e hicieron esta institución que las apoyaba y proveía trabajo.

2. ¿Cuántas mujeres se encuentran actualmente en el negocio?

Contamos con 400 mujeres indígenas en el negocio, son 17 grupos distintos de 5 regiones diferentes de Guatemala

3. ¿Cómo producen los productos?

Pues las mujeres elaboran los productos en sus casas. Existen dos representantes de cada departamento, estas son escogidas para traer el producto elaborado para venderlo en la tienda.

4. ¿Quién es su mayor cliente?

Los turistas locales son los que más compran

5. Como considera la calidad de producto que manejan?

Nuestros productos son de la mejor calidad de producto textil “1ra. calidad” de productos mayas.

6. Considera que compite con algunas otras tiendas?

En Quetzaltenango no porque nosotros manejamos la mejor calidad en productos desde las fibras. Por lo que no competimos con los mercados públicos

7. ¿Qué elementos los diferencia de las otras ventas de productos con textil artesanal?

La calidad ante todo, nosotros manejamos los mejores materiales, y los mejores procesos. Por ejemplo, existen 3 tipos de hilo el primero, no sale el color, el segundo sale levemente y el tercero sale y mancha siempre las demás prendas. Manejamos lo que es hilo 100% algodón, Rio Blanco mercerizado.

8. ¿En qué se basan para diseñar?

Las mujeres indígenas siempre dibujan animales, y depende mucho de cada lugar, región y departamento, puesto que las figuras tienen diferentes significados.

9. ¿Han considerado la mezcla entre diseños de prendas modernas y acoplarlas con textiles mayas?

No no se ha considerado, me parece una buena idea a implementar, nosotros contamos solo con voluntarios que se ofrecen a ayudarnos, por el momento contamos con una diseñadora voluntaria que va a estar tan solo 3 semanas, lo que se le hace poco tiempo para implementar nuevos proyectos.

10. ¿Cuáles son los productos con más demanda?

Las chalinas, bolsas y cinchos

11. ¿Qué métodos utilizan para promover la venta de los productos?

Se ha puesto en internet, la página de nosotras explicando quienes somos y los productos que vendemos, aquí aceptamos donaciones y cualquier otro apoyo.

5. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

5.1 LISTA DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

5.1.1 Chaquetas, con cortes, que involucren tela típica con algún motivo, y que contraste con tela típica sin motivo, o bien combinarla con materiales y telas más industriales. Método de acceso: zipper.

El clima al nivel de turismo que recibe el municipio son las razones por las cuales se valida que la prenda de vestir más adecuada para elaborar en este proyecto de graduación es la Chaqueta con materiales artesanales

5.1.2 Chalecos, con elementos artesanales y típicos, que harán del look de quien lo vista, más original. Cortes que permitan el buen entalle y cambio textil

El clima y al nivel de turismo que recibe el municipio son razones por las cuales se valida que la prenda de vestir más adecuada para elaborar en este proyecto de graduación es un Chaleco, ya que es un accesorio, y éstos son más comprados por los turistas, especialmente si tiene materiales artesanales. Además es una pieza de Outwear lo que lo hace adecuada para el frío.

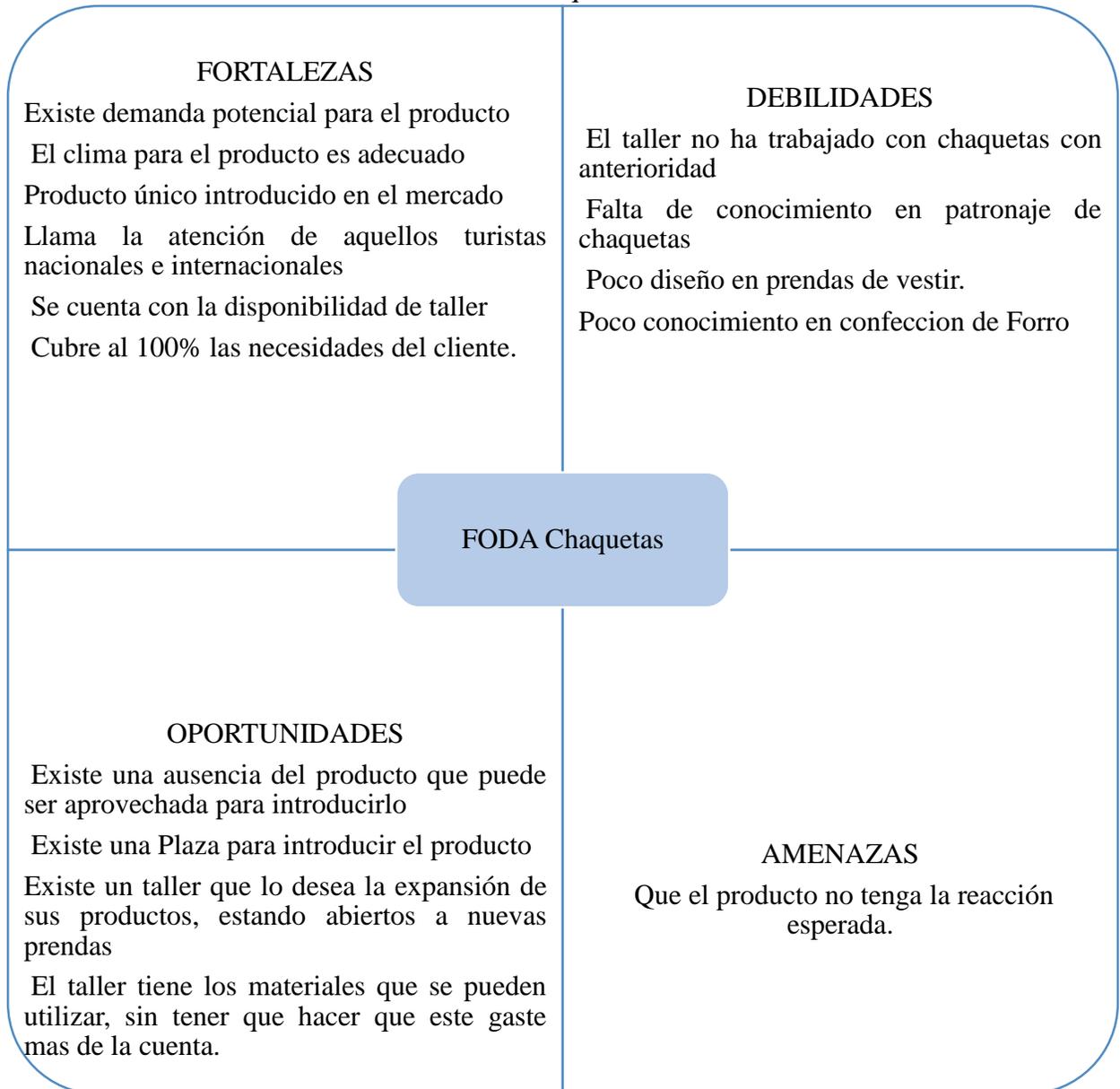
5.1.1.3 Toreras, de telas artesanales, que sean una prenda moderna pero con materiales artesanales que le darán un valor agregado, el diseño innovador que permita cambio de textiles.

El clima y al nivel de turismo que recibe el municipio son razones por las que se valida que la prenda de vestir más adecuada para elaborar en este proyecto de graduación es una Torera, pues protegen contra el frío, pero al mismo tiempo es una prenda atractiva.

5.2 PLANTEAMIENTO DE FINES, MEDIOS Y ACCIONES

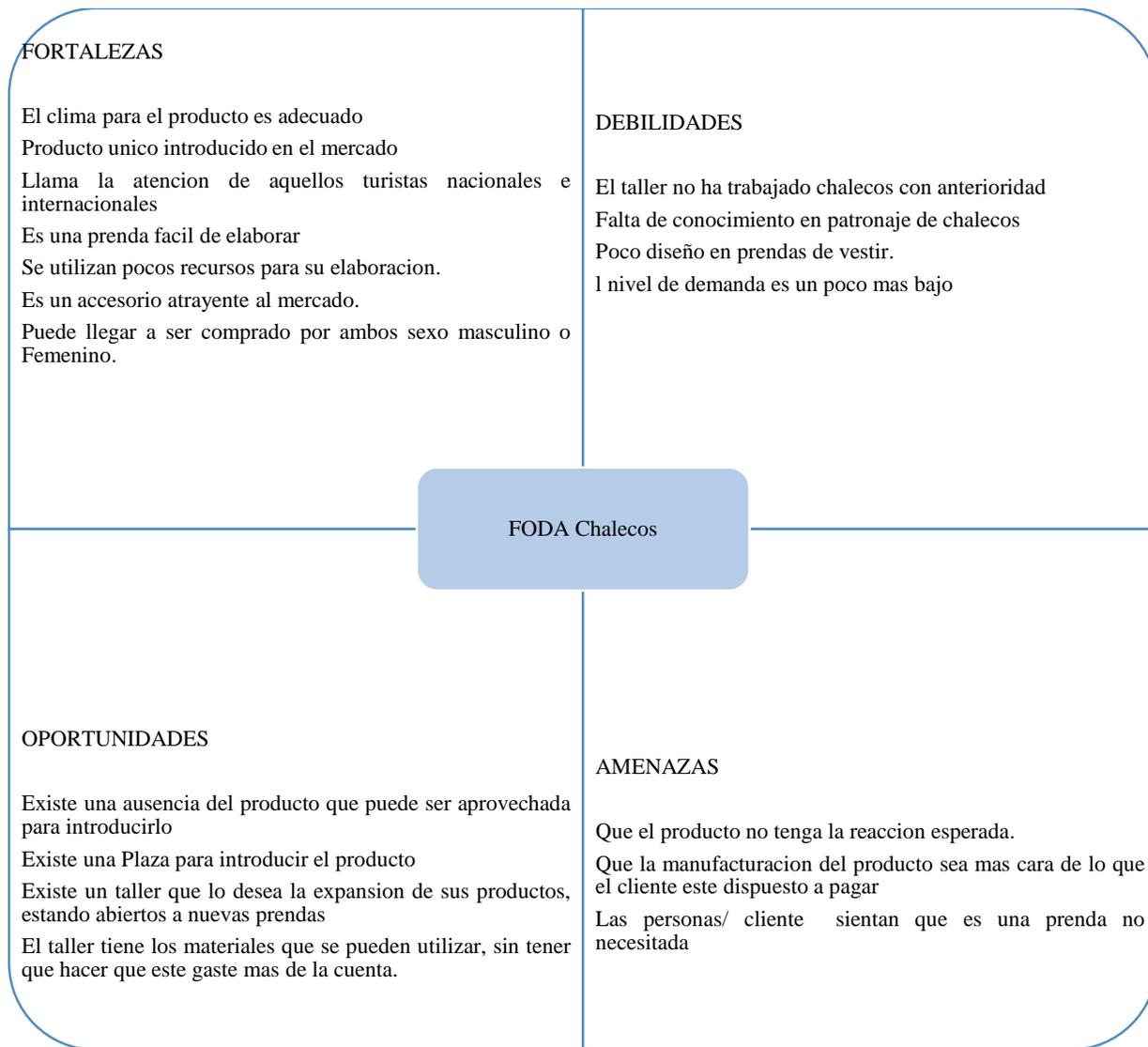
Figura No.7

Foda Chaqueta



Fuente: Propia Guatemala 2015

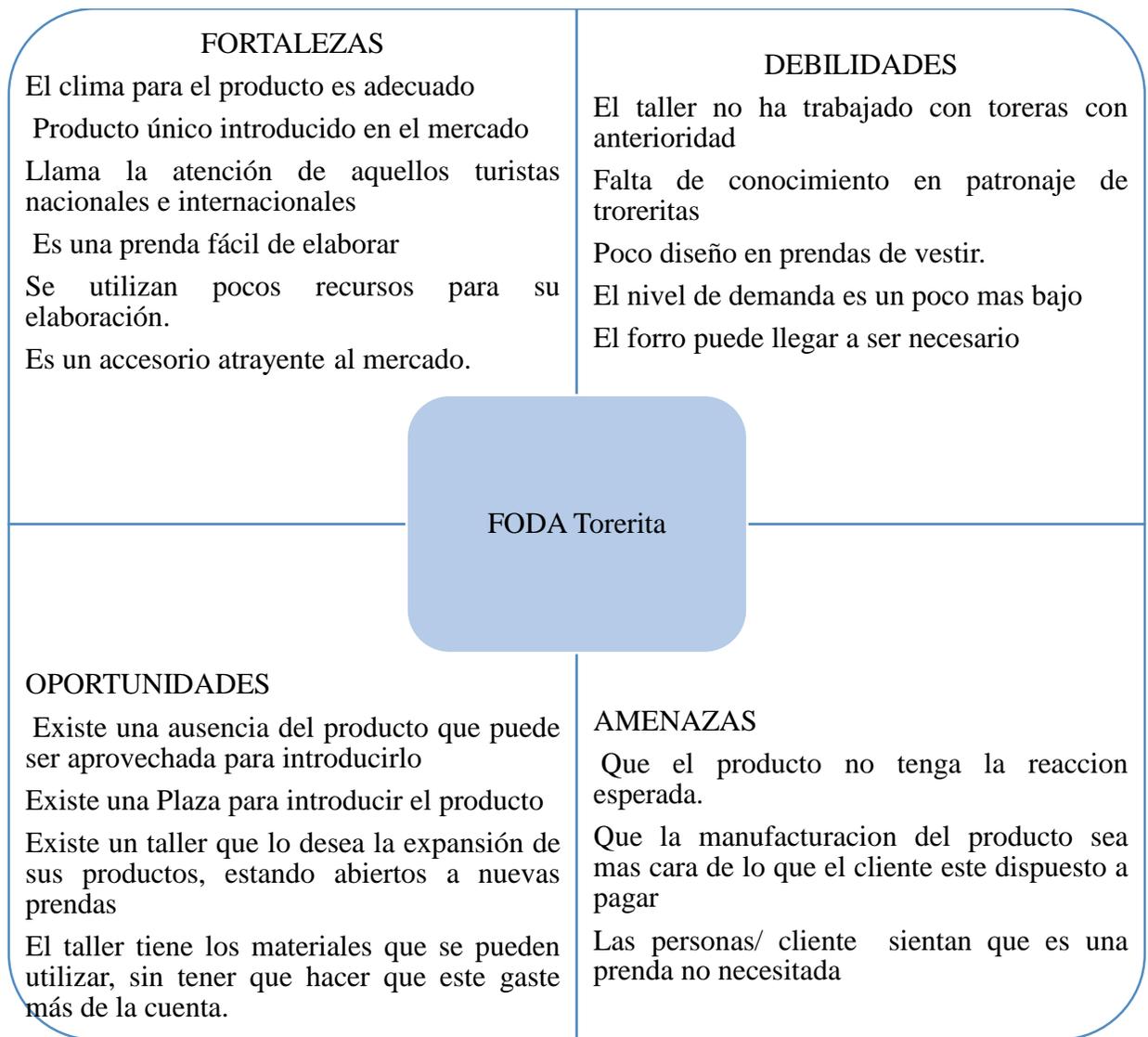
Figura No.8
Foda Chalecos



Fuente: Propia 2015.

Figura No. 9

Foda Torera



Fuente: Propia Guatemala 2015

5.3 ANÁLISIS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Como alternativas de solución, se propusieron prendas que van dentro de la categoría de Outwear, esto se seleccionó con el fin de cubrir la necesidad del clima frío de Quetzaltenango. También el mercado al que va dirigido a los turistas tanto nacionales como internacionales, por lo que se eligieron prendas que no son tradicionales mayas, sin embargo, se trabajará con estos materiales, con el fin de tener ese sentido de nacionalidad

Guatemalteca, que serán atractivos para los turistas internacionales; y será innovador por lo que atraerá a los turistas nacionales.

Se elaboró un cuadro FODA por cada prenda que se seleccionó en alternativas de solución. Se analiza que para las tres prendas, se cuenta con fortalezas sobresalientes las cuales son adecuadas para el clima y que será un producto único en el mercado, es una prenda útil y atractiva para turistas nacionales e internacionales; también poseen las mismas oportunidades tales como: ausencia de un producto similar en el mercado; existe Plaza local y dependiendo de la aceptación, habría gran potencial para plaza nacional para la introducción de la prenda; existe un taller que desea la expansión de sus productos, estando abiertos a confeccionar nuevas prendas, el taller cuenta con los materiales necesarios, sin tener que hacer que gastos adicionales. Las tres tienen debilidades tales como: por ejemplo, que el taller no ha trabajado con ninguno de los tres productos, existe una falta de conocimiento en el patronje de los productos. Las tres prendas cuentan las amenazas potenciales tales como: no obtener la reacción esperada del público hacia el producto, que la manufacturación del producto sea más cara de lo que el cliente esté dispuesto a pagar.

Las diferencias son que en las fortalezas la Chaqueta va a cubrir al 100% las necesidades del cliente pero el chaleco cuenta con la ventaja de ser una prenda fácil de elaborar, se utilizan pocos recursos para su elaboración, es un accesorio atractivo al mercado, puede llegar a ser comprado por ambos sexo masculino o Femenino y el forro es opcional. A diferencia de la torera que pudiese necesitar forro dependiendo del diseño y maquinaria, será utilizado solo por el sexo femenino, pero también se utilizan menos recursos que la chaqueta. Sin embargo, se concluye que producto más apegado a la conveniencia del proyecto y de la localidad son las Chaquetas con materiales artesanales innovadoras.

5.4 JUSTIFICACIÓN SELECCIÓN DE ALTERNATIVA

Como prenda a trabajar se selecciona la chaqueta porque cumple con todas las necesidades, desde las climáticas, hasta el diseño atractivo para el mercado al que va dirigido.

Como prenda a trabajar se selecciona la chaqueta, porque cumple con el 100% de las necesidades climáticas de frío, aunque la capacitación continua será más elaborada, pero el impacto del producto será mayor. Y se esperar tener una participación del mercado de un 30%. Además, las debilidades y amenazas son de equivalentes chaleco y chaqueta, sin embargo la chaqueta se aferra más al mercado seleccionado.

5.5 PROPUESTA DEL PROYECTO

Propuesta de Diseño para la Confección, Producción y Comercialización de Chaquetas con Materiales y Textiles Artesanales en la Cabecera Municipal de Quetzaltenango

6. PROPUESTA TEÓRICA

6.1 PLANTEAMIENTO Y SUSTENTACIÓN DE LA PROPUESTA

6.1.1. Justificación

La realización de este proyecto tiene como finalidad determinar, evaluar y validar las alternativas de solución para la producción y comercialización de chaquetas innovadoras con textiles artesanales guatemaltecos en la cabecera de Quetzaltenango.

6.1.2 Objetivos de la propuesta

1. Cubrir la demanda potencial que existe en cuanto a las chaquetas innovadoras con materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
2. Cubrir las necesidades climáticas de los clientes que se encuentren en la cabecera municipal de Quetzaltenango
3. Introducir un producto único en el mercado dirigido a turistas nacionales e internacionales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.

6.1.3 Población beneficiada

La población beneficiada son turistas nacionales internacionales femeninas entre las edades de 23 a 33 años que visiten el área de Quetzaltenango. El mercado al que va dirigido son mujeres innovadoras, modernas, locales con gusto a lo nacional o extranjeras que aprecian los trabajos artesanales.

Por otra parte, se beneficia la cabecera municipal de Quetzaltenango, específicamente las integrantes de la Asociación de Mujeres Tejedoras, Trama Textiles.

6.1.4 Demanda cubierta

En Quetzaltenango no existe un lugar donde se elaboren chaquetas, por lo que se elaboró un proyecto que implementaría la elaboración de chaquetas con materiales artesanales y diseños innovadores para que cumplan con todas las necesidades de nuestro cliente. Se cuenta con el lugar y las personas que lo podrán manufacturar, y quienes lo venderán las cuales se verán beneficiadas con la implementación del presente proyecto.

6.1.5 Sostenibilidad del proyecto

Trama Textiles es una asociación que cuenta con su localidad de venta y una venta por internet, lo que haría que el producto esté al alcance de aquellas personas que lo aprecien y que valoren el sentido Guatemalteco. Trama cuenta con las condiciones adecuadas para la producción del mismo, a su vez se les ha capacitado para que la producción siga creciendo y la puedan realizar por si solas. Por otro lado, se les planteo un plan de promoción con el cual ellas podrán obtener más visitantes y más compradores.

6.1.6 Criterios para la selección del taller

Trama Textiles en Quetzaltenango cuenta con una casa en donde administran espacios. La casa cuenta con dos niveles, el primero cuenta con una plaza al aire libre y luego varias habitaciones; en la primera, se encuentran todos los productos debidamente identificados, aquí se ven lo que son accesorios. En el segundo cuarto se encuentran las tejedoras, y algunos trajes elaborados ahí y otros en los diferentes departamentos miembros de la Asociación de Mujeres Para el Desarrollo Artesanal cuentan con fotos en las paredes de los pasillos de todas las mujeres que han trabajado en estas instalaciones. Y en el siguiente cuarto se encuentra una escuela de tejer con clases impartidas por ellas mismas. En el segundo nivel se encuentra el taller. Las paredes y piso son de concreto, cuentan con sillas plásticas, y sillones y sillas de madera.

Trama Textiles produce una variedad de productos como lo son artículos para el hogar, bufandas y ponchos, bolsas, carteras y estuches, accesorios, juguetes de tela para niños. También tienen algunas prendas que son trajes tradicionales mayas. Costo de la energía eléctrica es de Q500 al mes, La casa es propia así que no pagan renta y cuentan con ocho empleados y numerosos voluntarios. Algunos de sus empleados son: En administración y colaboración de productos Presidente: Amparo de León de Rubio, Vice-Presidente: Oralia Chopen, Secretaria: Julia Díaz Méndez, Tesorera: Juana Rosenda Cholotio Hernández, Miembro: Socorro Sicay Perez, miembro: María Luisa Chávez Pio Miembro: Isabel Guajchaj

7. VIABILIDAD DEL PROYECTO

7.1 VIABILIDAD TÉCNICA

La producción de las chaquetas se lleva a cabo en el taller de la Asociación de Mujeres Tejedoras Trama Textiles, con la disponibilidad de dos desarrolladoras de patrones y con dos operarios de confección. Los aspectos que se trabajan con este taller son adquisición de materia prima de calidad alta, patronaje de chaquetas al igual que su producción e implementación de comercialización. El taller ubicado a dos minutos del parque central cuenta con un taller de dos máquinas industriales planas, una estación de planchado, un cuarto de corte y patronaje, área de diseño, tienda, área para enseñar a tejer, e instalaciones que cubren las necesidades fisiológicas. La producción de esta prenda es viable, pues la materia prima es de alta calidad, cuentan con todos los elementos e instalaciones que se necesitan para la actividad y los operarios están capacitados para realizar este trabajo y la producción.

7.2 Viabilidad Económica/ Financiera

El total de los costos directos de la prenda son Q293.00, ahora si a ésta se le agregan los costos indirectos y las ganancias, el precio de venta al público de la prenda sería de Q473 lo que equivaldría a US\$ 65.00, precio que gracias a encuestas es validado.

Tabla No.13
Hoja de Costos

A1. COSTOS DIRECTOS: MATERIALES Y COMPONENTES. (TRIMS)			Consumo	Costo	Total	
Materiales.	1	Tela Artesanal Típica Bordada ancho 45"	1.25 Yards	Q65.00 C/yarda	Q81.75	
	2	Tela artesanal Típica Corinta ancho 45"	1.25 yarda	Q65.00 C/yarda	Q81.75	
	3	Entretela	1 yarda	Q7 C/yarda	Q7	
	4	Forro	1 Yarda	Q15 C/Yarda	Q15	
	5	Hilo Campana Blanco	5%	Q3 C/U	Q1.50	
	6	Empaque y etiquetado	1 unidad	Q4.00 C/u	Q4	
	7					
	10					
	TOTAL de materiales A1					191
	A2. COSTOS DIRECTOS: MANO DE OBRA DIRECTA.			Tiempo aproximado	Costo hora de trabajo	Total
Mano de Obra	1	Diseño	0.25 horas	Q15	3.75	
	2	Patronaje	2 horas	Q15	30	
	3	Corte	.5 horas	Q15	20	
	4	Confección	3 horas	Q15	45	
	5	Inspección, Planchado	0.25 horas	Q15	3.75	
	6	Otros				
	7	Otros				
	Total de costos directos mano de obra directa. SUBTOTAL A2					102
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (A1+ A2)					293	

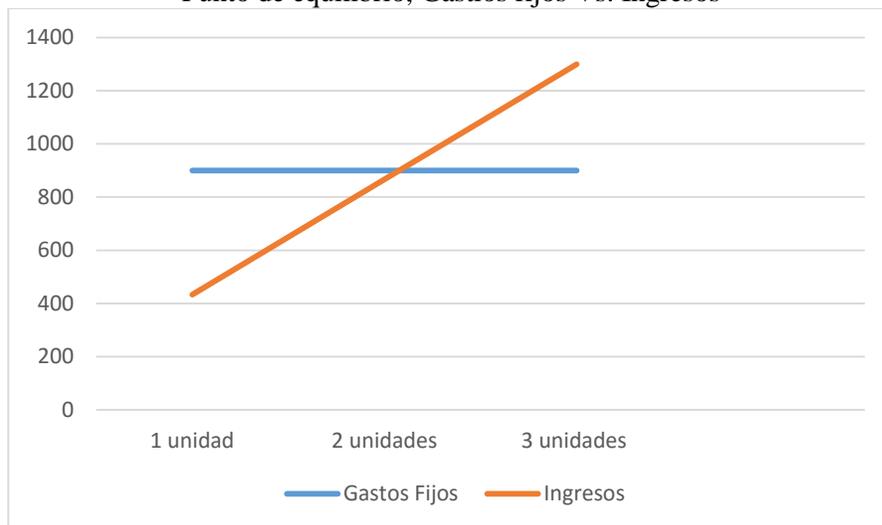
Fuente: Propia 2015.

B. DATOS PARA CALCULAR LOS COSTOS INDIRECTOS.					
Nota: Si la actividad no aplica, debe colocar: N/A.					
			Tiempo invertido	Costo hora	Total
Costos Indirectos	1	Total de Depreciación de maquinaria:	6 horas	Q0.03	0.18
	2	Total de Depreciación de equipo de oficina:	1.5 horas	Q0.38	0.57
	3	Luz Eléctrica.	6 horas	Q0.22	1.32
	4	Otro:			
	TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS				
C. Margen de ganancia e impuestos a facturar.					
1	Costo de Producto:			295.07	
2	Margen de ganancia: %60			177.04	
3	IVA: 0 %			0	
4	Precio:			Q473 ó \$65	

Fuente: Propia 2015.

7.2.1 Punto de Equilibrio

Gráfica No. 10
Punto de equilibrio, Gastos fijos Vs. Ingresos



Fuente: Propia 2015.

7.3 MERCADEO

El mercado al que va dirigido este producto es un tanto amplio pues puede ser nacional, internacional, local o regional. El cliente sería una mujer de 23 a 33 años ya sea turista o local con interés por las cosas artesanales y que además, busque estar a la moda. El producto cuenta con un impacto social, pues actualmente no existe en esta área un producto que cuente con la belleza de la artesanía Guatemalteca y con la modernidad que hará que la pieza sea usable para cualquier ocasión. La chaqueta es adecuada para producción y venta en Quetzaltenango porque es un lugar con clima frío. Como se había mencionado con anterioridad, el mercado puede ser nacional, internacional, local o regional. Esta amplitud se debe a que inicialmente, esta propuesta está diseñada para la venta directa en el lugar Trama Textiles ubicado en Quetzaltenango, y todas las turistas, así sean nacionales o internacionales podrán realizar su compra allí. Trama Textiles también ofrece la venta por internet lo que hará más factible que se venda internacionalmente. El precio sería inicialmente de US\$65.00 pensando en que el mercado sería internacional en la venta por internet a la página web citada posteriormente en este documento. Allí se presentará el precio en dólares. Este precio encaja dentro del mercado objetivo de la prenda y de otros productos en Trama Textiles. Para los nacionales y locales el precio sería de Q473.00, este producto lo compraría un mercado femenino de nivel socioeconómico B-B.

7.4 AMBIENTAL

El producto no genera contaminación, es un producto artesanal que no posee impacto ambiental.

8. PREMISAS DE DISEÑO

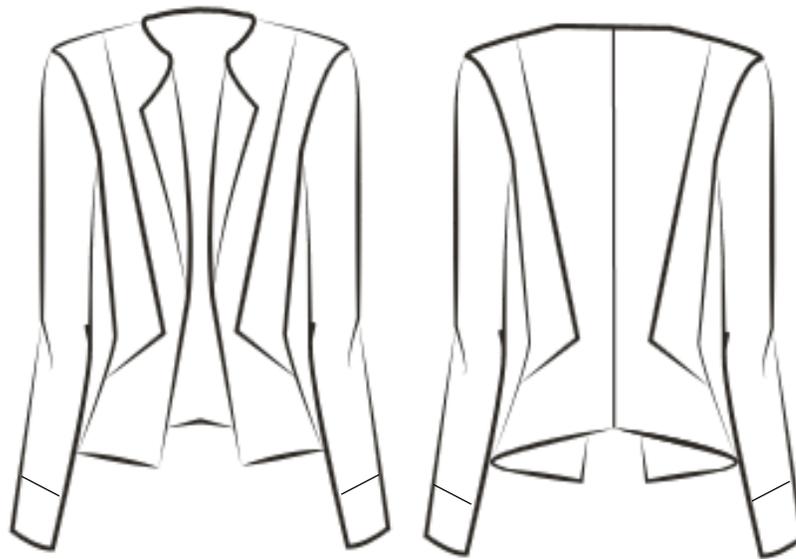
8.1 CONCEPTO DE DISEÑO

Chaqueta diseñada para utilizarse en un código de vestuario casual o *Smart casual*. Está compuesta por dos colores que hacen contraste y *color blocking*, con celeste y mostaza. Está elaborada con tela artesanal de la mejor calidad, entretelada para evitar deshilados por el tipo de tejido, con diseños que destaquen pero que al mismo tiempo sean viables en cuanto a producción dentro del taller de Trama textiles.

8.1.1 Diseño Plano

Figura No. 10

Diseño técnico chaqueta



Fuente: Propia 2016.

9. PROGRAMA DE NECESIDADES

9.1 ESPECIFICACIONES

Tabla No.14

HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:		Típica	Fecha:
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L
Frente			Espalda		
					
<p>Chaqueta ligera, con corte frances modificado con esquinas. Mangas con corte en la parte inferior de la manga. Espalda con declive que empieza en el centro. Prenda con forro, vista en el centro frente de la misma tela debido a la solapa.</p>					

Fuente: Propia 2016.

Tabla No. 15

HOJA DE MATERIALES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016		
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana		
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: 10		
						
Descripción	Uso	Vendedor	Material	Cantidad	Tamaño	Ubicación
Tela Típica Azul	Prenda	Trama Textiles	Artesanal	1.25 yrd	45"	Costados y mangas
Tela Típica Mostaza	Prenda	Trama Textiles	Artesanal	1.25 yrd	45"	Solapa vista y puños
Forro	Prenda	Mundial	Alg/Poli	1 yrds	60"	Forro
Entretela	Interior pren.	Mundial	Termostrans	1. yrds	60"	Interior de la prenda

Fuente: Propia 2016.

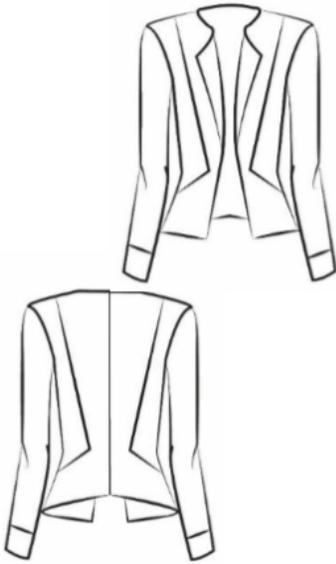
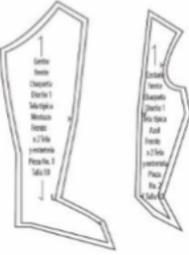
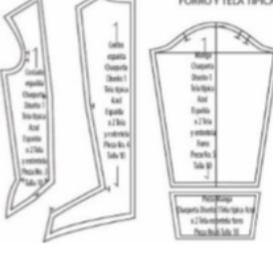
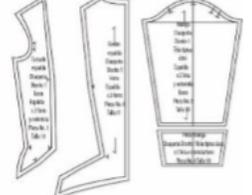
Tabla No. 16

HOJA DE ESPECIFICACIÓN DE CONSTRUCCIÓN				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: M*, S, L
Máquinas	Style Type	Aguja	Detalles de construcción	Dibujo
Plana Industrial	8 SPI	Grupo 300 (301)	Ensamble de piezas	
Plancha			Planchado de tela	

Fuente: Propia 2016.

9.1.1 DESGLOSE DE PATRONES

Tabla No. 17

HOJA DE DESGLOSE DE PATRONES				 BARBARA ADRIANA
Prenda: Chaqueta Categoría: SmartCasual Código: TTBAC01	Tela: Típica Ancho: 45 " Color: Mostaza/ Azul	Fecha: 2016 Diseñador: Barbara Adriana Talla: M*, S, L		
SKETCH	FRENTE	ESPALDA		
				
	Forro	Trims		
				

Fuente: Propia 2016.

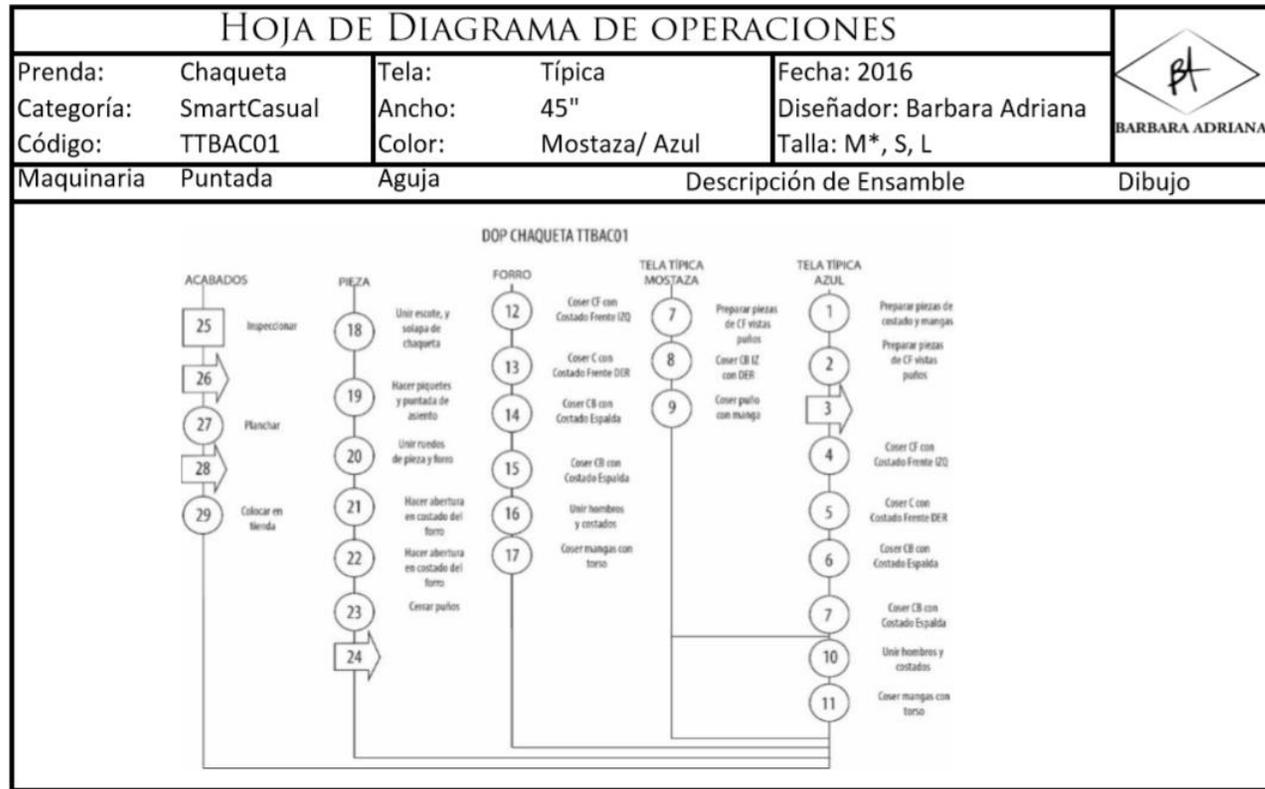
Tabla No. 18

HOJA DE ESPECIFICACIÓN DE MEDICIÓN						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana	
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L	
POM	Descrpción	Tol	POM	Descripción	Talla	
FCL	Full Center Length	0.5"	FPW	Flap Width	S, M*, L	
HPS	High Point Shoulder	0.5"	HS	Half Shoulder	S, M*, L	
SL	Shoulder Length	0.5"	CFW	Center Front With	S, M*, L	
BW	Bust Width	0.5"	SFW	Side Front With	S, M*, L	
WW	Waist With	0.5"	DW	Dart With	S, M*, L	
HW	Hip With	0.5"	SWL	Side Waist Length	S, M*, L	
AFL	Armhole Front Length	0.5"	SBW	Side Back Width	S, M*, L	
NFL	Neckline Front Length	0.5"	CBW	Center Back Width	S, M*, L	
FBL	Full Back Length	0.5"	SDL	Sleeve Design Length	S, M*, L	
SDL	Side Length	0.5"			S, M*, L	
WDL	Waist Dart Length	0.5"			S, M*, L	
HDL	Hip Dart Length	0.5"			S, M*, L	
ABL	Armhole Back Length	0.5"			S, M*, L	
NBL	Neckline Back Length	0.5"			S, M*, L	
FSL	Full Sleeve Length	0.5"			S, M*, L	
FW	Fist Width	0.5"			S, M*, L	

Fuente: Propia 2016.

9.1.2 DOP

Tabla No. 19



Fuente: Propia 2016.

10. PROYECTO DE DISEÑO

Actualmente existe una demanda por ropa, accesorios, artículos de casa con materiales artesanales, típicos guatemaltecos. De manera que la indumentaria tradicional y sus accesorios ha sido modificada para que otros segmentos de mercado sean atractivos a ellos. Quetzaltenango, es de los lugares turísticos más visitados en nuestro país por ser considerada la cuna de la cultura Guatemalteca, es rica en todos los artes y en elementos característicos de la cultura. Sin embargo en Quetzaltenango no existe la innovación de prendas con textiles típicos. Es un lugar estratégico, donde se puede explotar una prenda con estas características. Analizando las características físicas y climáticas del lugar, se sugirió que la prenda fueran chaquetas, propuesta que ha sido aprobada gracias a entrevistas y encuestas realizadas en la locación, confirmando a su vez que el mejor segmento de mercado para el producto son locales de clase media y extranjeros de sexo femenino y con un rango de edad de 23 a 33 años.

El presente proyecto presenta cada uno de los aspectos más importantes para la producción y comercialización de chaquetas con tela típica. Este se trabaja mano con mano con la Asociación de Mujeres Tejedoras Trama Textiles, a quienes se les presentó el proyecto y aprobaron la implementación del mismo.

Para la realización de este proyecto se desarrolló el área de mercadeo, el desarrollo técnico de diseño con el que se partió para hacer una colección de 30 diseños, el desarrollo de la muestra elaborada en Trama Textiles, Markers para una producción en masa, DOP's para la eficiencia en la confección, diseños plano de cada diseño al igual que hojas de especificación y el diseño de empaque y etiqueta de acuerdo a las necesidades.

10.1 MATRIZ TÉCNICA

10.1.1 Macro Tendencia

Back Packing in Guatemala, Otoño/ Invierno 2017. Colección inspirada en los viajes de mochilero en Guatemala, tomando como punto de partida los colores, sabores, actividades que se pueden realizar en todos los lugares turísticos guatemaltecos y específicamente la cabecera municipal de Quetzaltenango. De estos se extraen, estructuras, formas y elementos de diseño.

Fotografía 12
Mochilera



Fuente:
<http://www.copperriverbags.com/>
[Consulta: 9/2/2016]

Fotografía 11
Mochilera Guatemala



Fuente:
<http://www.copperriverbags.com/>
[Consulta: 9/2/2016]

10.1.2 Micro Tendencia

El transporte público conocido por los turistas como *Chicken Bus* se toma como punto de partida para la micro-tendencia de la inspiración.

De estos se extraen las formas, líneas, y figuras en la decoración, que se trasladan a cortes en las chaquetas. Al mismo tiempo se extrae la esencia de los colores de la decoración

Fotografía 13 Camioneta
Guatemala



Fuente: Disponible en:
<http://dontforgettomove.com/semuc-champey-backpacking/>
[Consulta: 9/2/2016]

10.1.3 Estudio de mercado

Edad y Sexo

El producto es pensado para mujeres con un rango de edad de 23 a 33 años de un nivel socioeconómico B

Tamaño de la Familia

El cliente es extranjero de una familia aproximada de La familia es de aproximadamente 4 miembros, ha llegado a una etapa de madurez en la cual es independiente, y se puede dar el lujo de conocer otras partes del mundo.

Ingresos

El ingreso es de alrededor de US\$ 1,700 al mes. Se tiene un gasto por mes de: Alquiler US\$ 400 con servicios de Luz y agua incluidos, Suplementos US\$100 Teléfonos US \$100 Carros: US\$ 100. Gastos varios: US\$200, Seguros son descontados de su cuenta mensual. Cuentan con un ahorro de al y un ahorro de US\$800 al mes, para viajes planeados etc.

Hábitos de Consumo

Descartando los gastos habituales el cliente consta de gastos varios los cuales son: Comidas fuera, cafés y eventos sociales. Además invierte en libros y en educación adicional a la previamente adquirida.

Profesión

Puede variar, pero entre algunos puede ser, Administrador, Arquitecto, Creativo, Ingeniero, Publicista, Escritor, Periodista, Internacionalistas, etc.

Nivel de Educación

Cuenta con al menos una licenciatura y un posgrado, así como técnicos y cursos adicionales. . Además con notable experiencia en el ámbito y amplio conocimiento de su área laboral.

Clase Social

Es letrado y culto con gran interés por viajar y conocer diferentes culturas. Este aprecia las cosas de procedencia artesanal, artística, y cultural, pues el tiende el concepto de donde vienen y de lo dedicado que es todo lo relacionado con las culturas.

Grupo Étnico

El segmento está dividido en dos, extranjeros (turistas) que visitan la cabecera municipal de Quetzaltenango, y Turistas Guatemaltecos de diferentes áreas que visitan la cabecera municipal de Quetzaltenango. La mayor parte de la población del segmento son latinos con herencias ladinas. Por otra parte, tenemos el segmento de extranjeros con diferentes tipos de cuerpo. Debemos proveer medidas que se acoplen a ambos tipos de cuerpo, esto por medio de una estandarización de medidas y por un escalado de las mismas.

Áreas de Preferencia

La principal motivación de nuestro cliente para realizar las compras del producto, es la etnicidad con innovación. Por lo que las Áreas que frecuenta son lugares turísticos de Guatemala, como La Antigua, Atitlán, Quetzaltenango entre otros.

DATOS PSICOGRÁFICOS

Cultura

Guatemala es rica en cultura. La clase media logra distinguirse por tener una apetencia por las cosas diferentes, y usualmente se copian las tendencias y estilos promovidos por Estados Unidos, puesto que Guatemala es un país con mucha influencia norteamericana. Sin embargo, existe un notable aumento de conciencia y apoyo a la industria de la moda Guatemalteca; solamente, en el último año se ha notado un incremento en preferencia de diseñadores guatemaltecos. Ambos hechos se toman en cuenta para la elaboración de la presente colección, pues se parte de estos dos principios para la creación de diseños innovadores con materiales y textiles típicos, siempre apoyando a nuestras comunidades Guatemaltecas.

Grupos de Referencia

Nuestro cliente interactúa con diferentes grupos sociales con los que convive en los diferentes aspectos de su vida. Estos incluyen: grupos de amigos cercanos con los que sale los fines de semana; colegas del trabajo con quienes come y convive; miembros de grupos sociales; amistades y familiares cercanos; grupos de lectura u otras actividades que realice. Le interesa el progreso del movimiento e incremento de emprendimiento social/ cultural.

Etapas de Vida

El cliente se encuentra en una etapa de vida en la que comienza a sobresalir por sí mismo con un buen salario, un apartamento o casa, esperando nada más que superación profesional y crecimiento personal.

Actividades

Gracias a tener un trabajo estable, el segmento puede darse el lujo de viajar una o dos veces al año si es extranjero. Y si es guatemalteco puede darse el lujo de viajar una vez al mes a lugares dentro del país. Por tener un trabajo estable, pueden darse el lujo de ir de vez en cuando a comer a restaurantes sofisticados y algunos más comunes. Realizan viajes dentro de Guatemala con sus amigos como a Antigua, Atitlán, Semuc Champey, Irtra, Río Dulce el Puerto, pero más importante aún a Quetzaltenango. Gozan de privilegios de viajar fuera de Guatemala al menos una vez al año con su familia o amigos.

Personalidad

Nuestro cliente es joven por lo que su personalidad es: amigable, juvenil, sociable, seguro, emocionalmente estable y de mente abierta, quien cuenta con conocimientos culturales y goza de pláticas controversiales y educativas.

Actitudes

Es independiente que goza de ser emprendedor, consiente y exitoso.

Motivación

La motivación del cliente es su éxito, alcanzar sus metas con su esfuerzo. El ser emprendedor y exitoso es su mayor fortaleza y va por la vida con el fin de cumplir sus metas, consiente del continuo aprendizaje.

DATOS GENERACIONALES

Esta segmentación de mercado va dirigida a la Generación Y, o Milenio. Esta es aquella compuesta por personas quienes nacieron entre 1970 y 1994. Es durante esta temporalidad que deviene una apertura de mercados sin precedente, producto de la globalización y desarrollo de nuevas tecnologías. Esto redujo la distancia entre tiempo y espacio, haciendo que esta generación intentara buscar algunos aspectos de otras culturas y estilos de otros países.

10.1.4 IMAGEN INTEGRAL

Mujeres de 23 a 33 años, turistas guatemaltecas y turistas extranjeros que visitan la cabecera municipal de Quetzaltenango.

Entre sus hobbies le gusta viajar, tanto dentro o fuera de su país natal. Realiza actividades al aire libre como: *Rappel*, *Rafting*, Alta Verapaz), *Zip Lining*, *Bungee Jumping*, caminatas por calles coloniales. Continúo conocimiento de culturas. Es aventurero e intrépido; viaja a lugares

extremos con historia tras ella. Goza de viajar a lugares latinoamericanos y de conocer pequeños rincones de estos lugares turísticos.

Escucha música diversa como Folk, Acústica, Blues, Regional, Slow, Traditional, Rock, *Balads*, Alternative. En programas en televisión documentales en *Netflix*; canales como *NatGeo*, *Discovery*, *History*. Programas como *Lost*, *Survivor*, *Storm Chasers*, *Top Shot*, *Life after People*, *The Walking Dead*. Películas como: *Mad Max*, *Into The Wild*, *I Am Legend*, *Living with one dollar*. Se entretiene con video juegos como: *Metroid*, *Fall Out*, *Uncahrted*, *Hyrule Warriors*, *Metro Last Light*, *The Last of Us* .Lectura física *Times*, *National Geographic*, el periódico. Lee en papel y online cuenta con revistas online.

Si es guatemalteco vive en apartamentos como Midori, Vivo y Urbana. En ubicaciones como: zona 10, 14 y Carretera a El Salvador, con renta y vive sólo o con una pareja, al igual que puede venir de otros países, según encuentras los que más visitan son estadounidenses, australianos, ingleses, entre otros.

Su medio de transporte en su país es con carro pequeño y económico que no provoque mucha polución. En la localidad se traslada caminando o en bicicleta. Tiene HÁBITOS Como parte de su trabajo, gusta de visitar diferentes lugares, sin miedo a explorar, goza de hablar con las personas y probar diferentes cosas. En cuanto a el HÁBITAT Frecuenta lugares desconocidos, y lugares que encuentra sugeridos en panfletos de turismo. Sus ÁBITOS son el uso de Mix and Match combinando las prendas en su maleta y en su guardarropa.

Fotografía No. 15 Mochileros



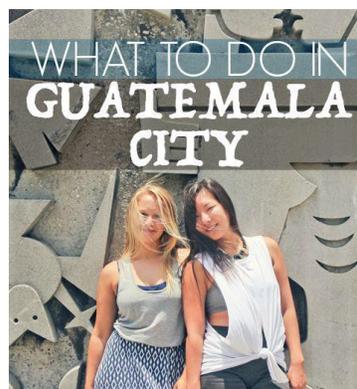
Fuente:
<http://www.zmetravel.com/travel-tips/city-break-backpacking-4268>
[Consulta: 9/2/2016]

Fotografía 16 Fashion and llama



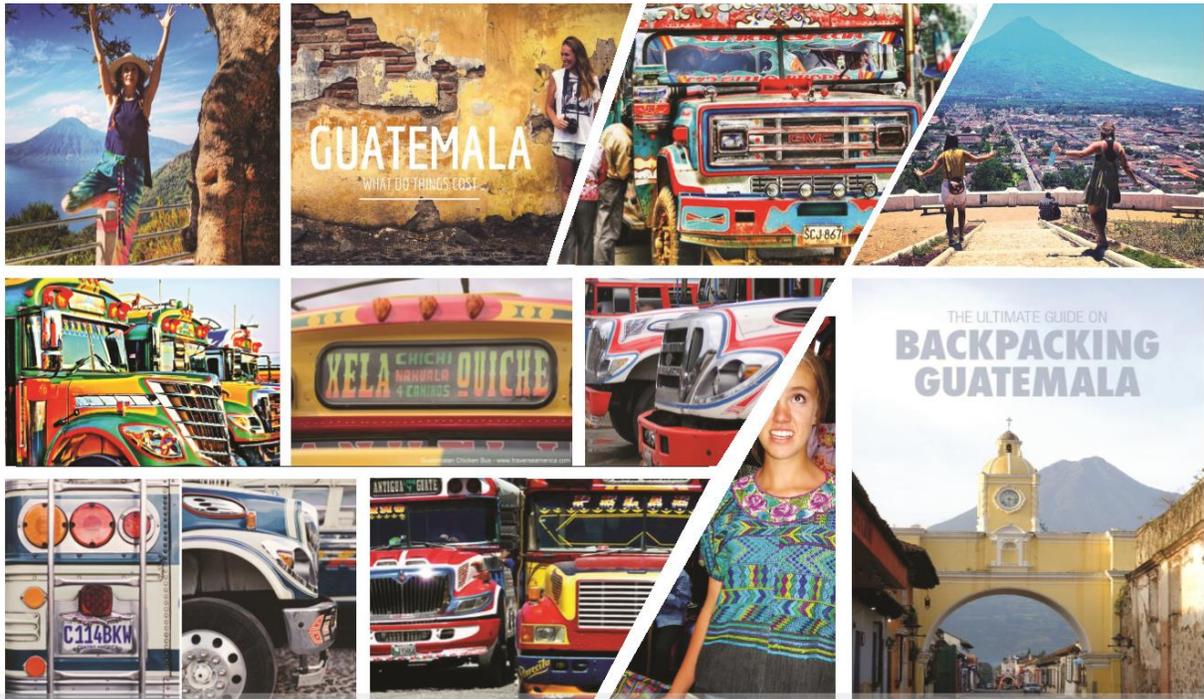
Fuente:
<https://nibsblog.wordpress.com/2008/05/22/peru-fashion-and-a-llama/> [Consulta: 9/2/2016]

Fotografía 14 What to do in Guatemala



Fuente:
<http://www.alexinwanderland.com/category/guatemala/>
[Consulta: 9/2/2016]

Figura 11 MOODBOARD



Fuente: Propia 2016

10.1.5 SILUETA

Énfasis en la cintura; cortes para acentuarla y manipulación de pinzas que logra crear un punto focal. Por el uso y manejo de *outwear*, muchos *outfits* se ven con silueta rectangular. Cambio de textiles y cortes, hacen que la mirada se dirigida a los hombros.

Figura 12 Silueta



Fuente: Propia 2016.

Esta es una colección únicamente de chaquetas con cortes con los que se hacen cambios textiles de *Color Blocking*. Los cortes son princesas, princesas modificados, francesas y francesas modificadas.

10.1.6 CÓDIGO DE USO

El código de vestuario que aplica es Smart Casual, esta chaqueta está pensada para cubrir las necesidades de frío, y estética.

10.1.7 TIPOLOGÍA

Módulo superior con chaquetas, de fit regular.

Solapas sin cuello, traslapes pronunciados, solapas pronunciadas, traslapes con cambio de color.

Manga básica y larga, sobre puestos en la bocamanga. Los puños con cortes con cambio de color en la parte inferior de la manga.

Largo de ruedos con el frente a la cadera, espalda cadera, algunos 2" arriba en el centro.

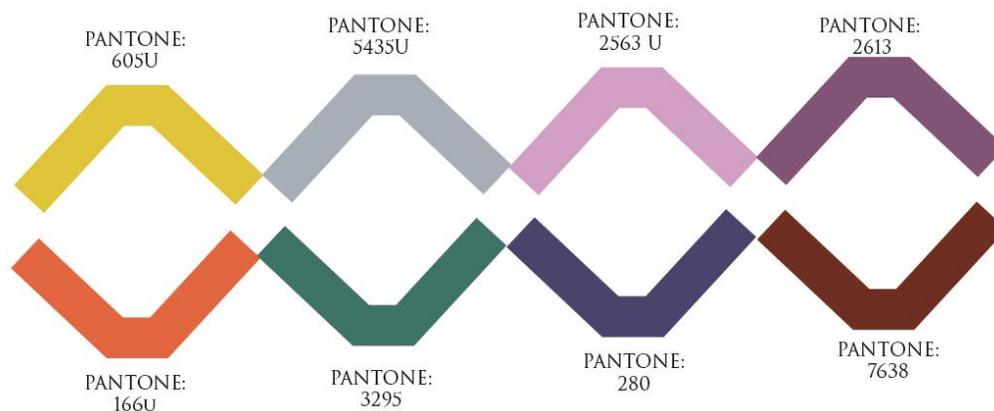
10.1.8 PALETA DE COLOR

10.1.8.1 Sensitiva

En esta colección se muestran colores brillantes, estos, creados por materiales naturales, por ejemplo, el naranja con zanahoria, el morado con remolacha etc. Estos colores utilizados de forma sólida.

10.1.8.2 Físico

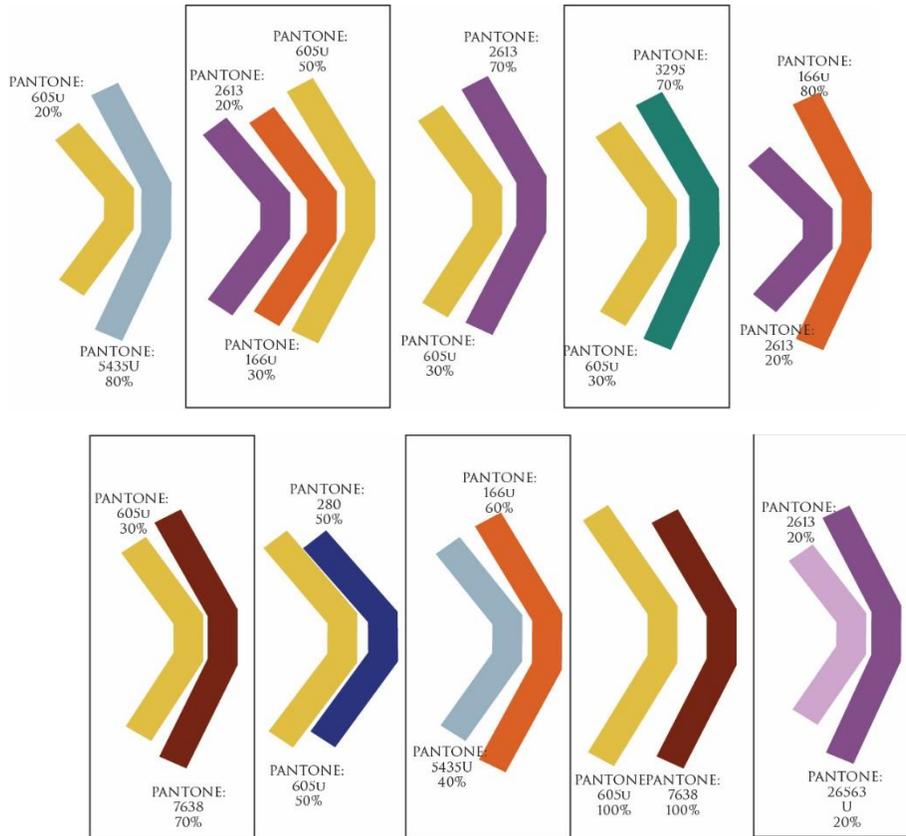
Figura 13 Paleta de Color



Fuente: Propia 2016.

10.1.8.3 Atmósferas

Figura 14 Atmosfera y porcentaje de Color



Fuente: Propia 2016.

Figura 15 Combinación de colores autorizados



Fuente: Propia 2016.

10.1.9 TEXTILES

10.1.9.1 Sensitivo

Tejido plano de 1*1 plano, fibra de algodón, tejido con dos hilos, de tacto rugoso. Textil artesanal típico de Guatemala forro (algodón con poliéster). Los tejidos presentados son solamente con la aprobación del taller.

10.1.9.2 Técnica

Tejido típico

Al tacto rugoso
Caída rígida
Densidad alta
0% de transparencia
Ligamento Tafetán

Forro

Al tacto liso
Caída ligera
Densidad baja
5% de transparencia
Ligamento tafetan
1Poliéster con algodón

Entretela 1

Al tacto ligeramente áspero
Caída intermedia
Densidad baja media

10.1.9.3 Tejidos a futuro

Figura 16 Tejidos a futuro



Fuente: Propia 2016.

10.1.9.4 Carta Textil

Figura 17 Paleta textil



Fuente: Propia 2016.

10.1.9.5 Pruebas de Lavado

Textil Típico 1: El textil muestra que se deshila con facilidad en las partes que no tiene una costura, y tiene un muy ligero torque

Textil típico 2: El textil muestra que se deshila con facilidad en las partes que no tiene una costura, y tiene un muy ligero torque

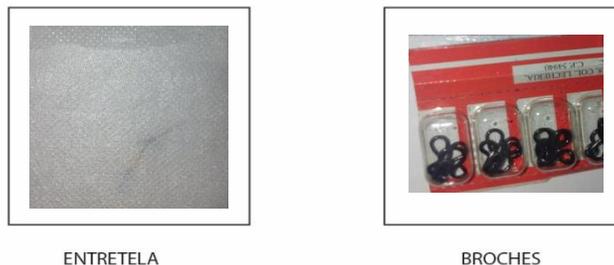
Forro: El textil muestra que es resistente a las pruebas de lavado, poco cambio en el comportamiento lavada tras lavada, lo que la vuelve apta para este tipo de trato de lavado.

10.1.10 TRIMS

Se utilizan trims básicos y caseros, son broches (hooks). Estos solo para cerar algunas de las chaquetas en la colección, no todas. Hilos: de fibra de algodón, proveedor trama textiles.

Broches: metálicos de forma Hook

Figura 18 Trims

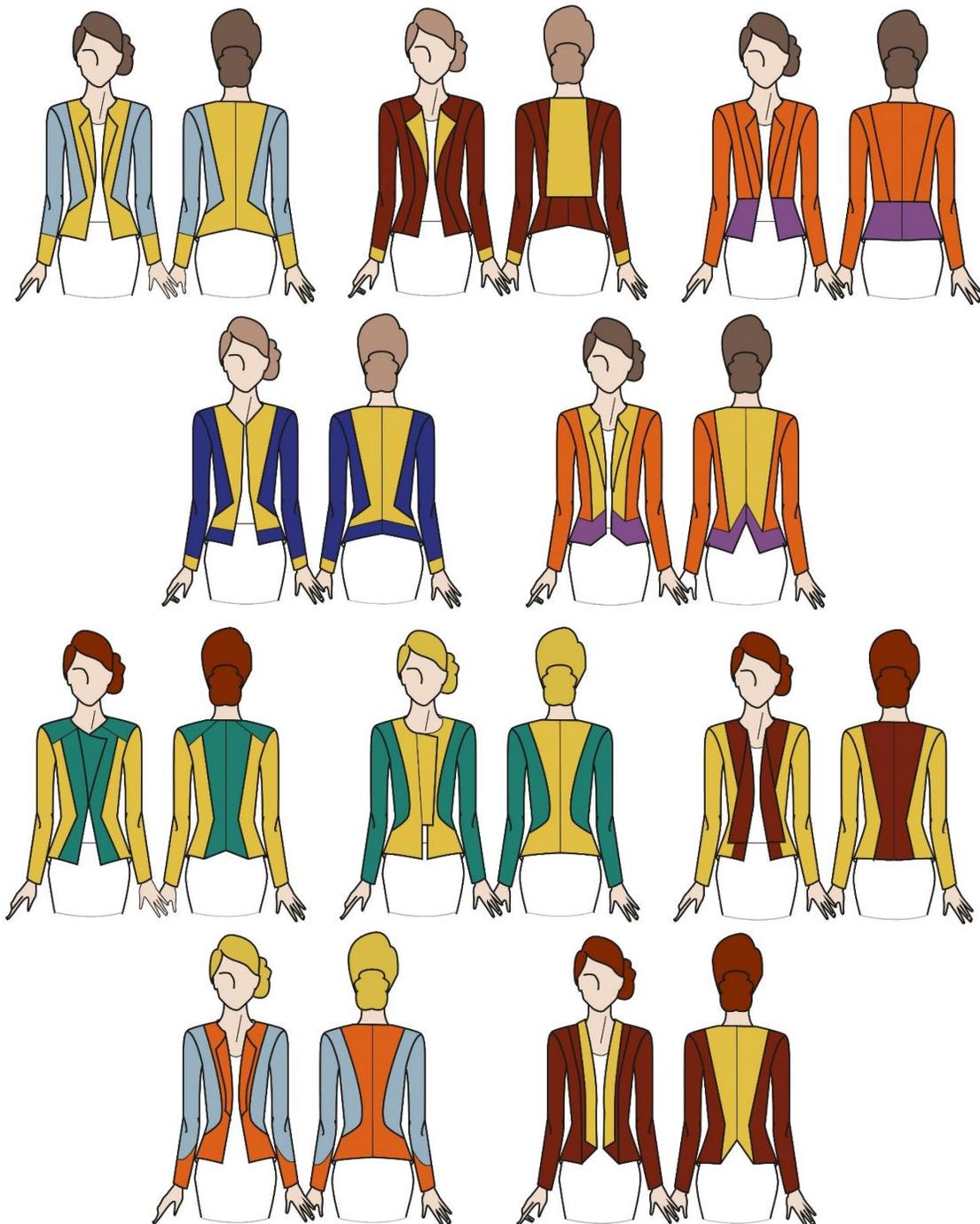


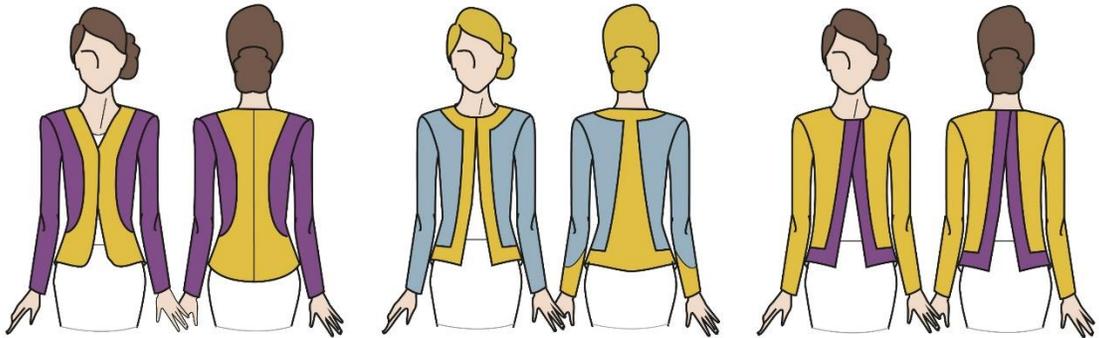
Fuente: Propia 2016.

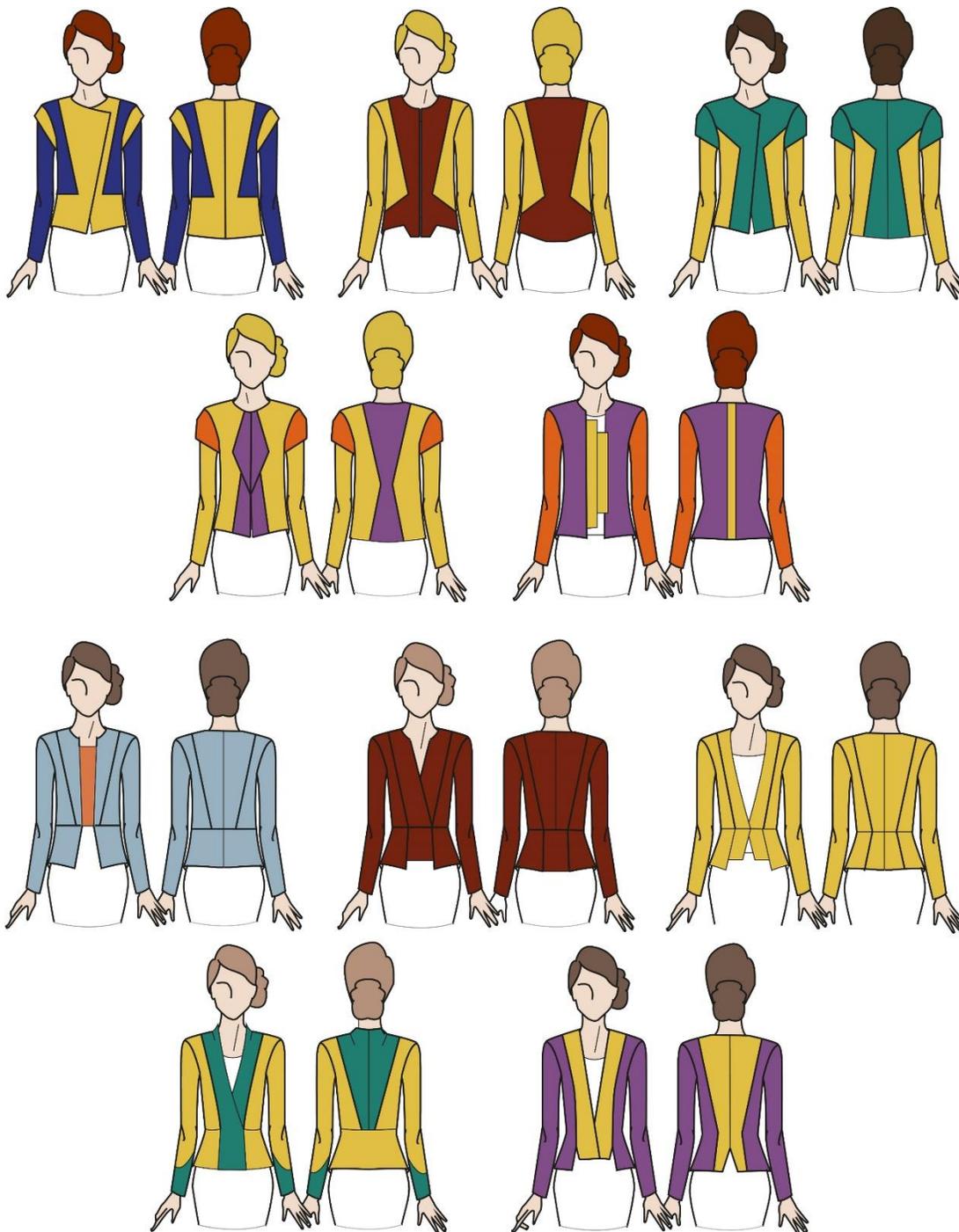
10.1.11 DISEÑOS

10.1.11.1 CROQUIS

Figura 19 Diseños



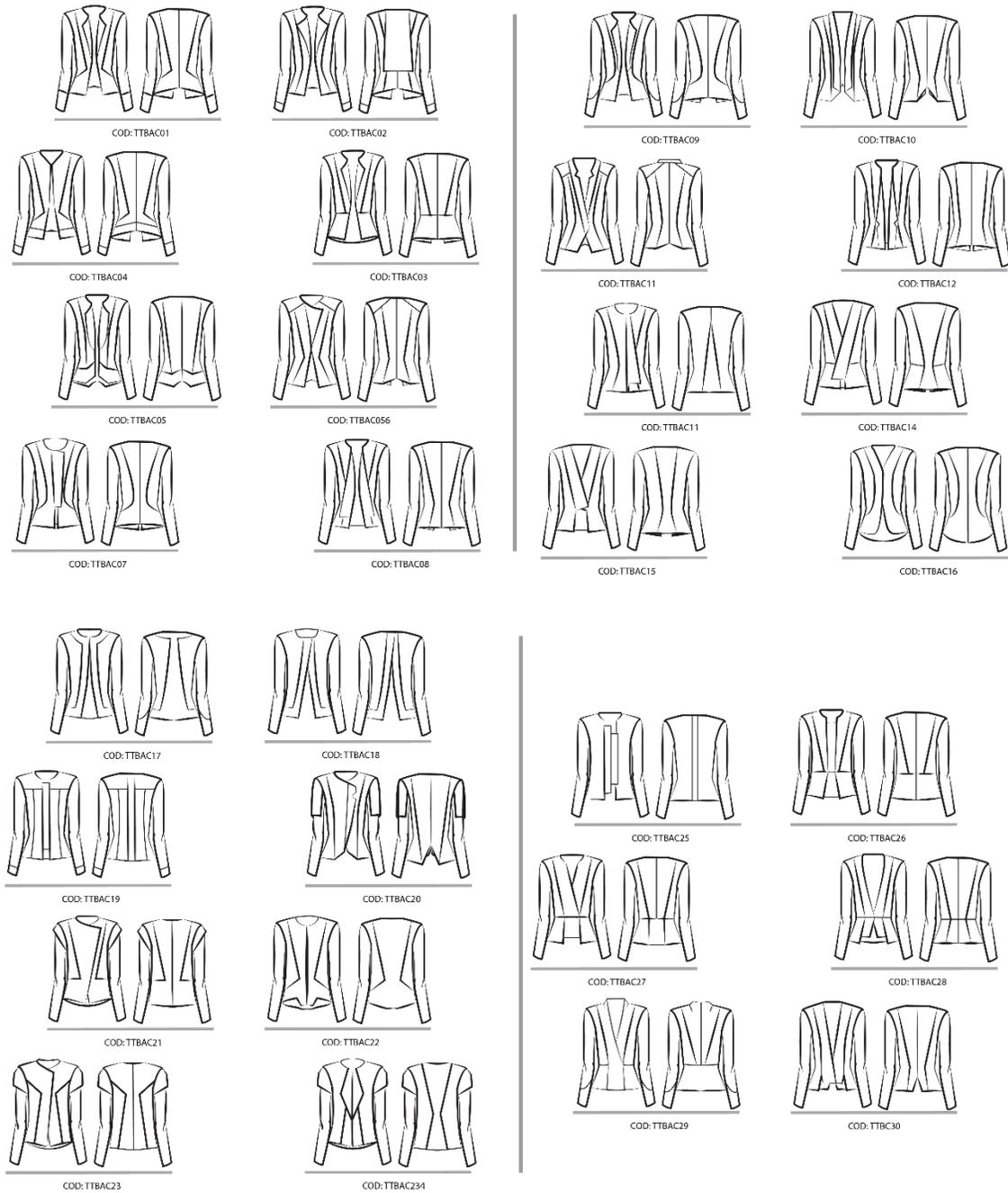




Fuente: Propia 2016.

10.1.11.2 DISEÑOS PLANO

Figura 20 DPS



Fuente: Propia 2016.

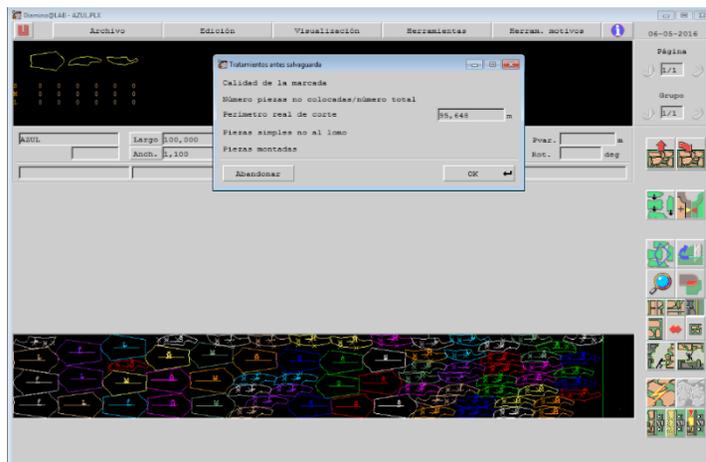
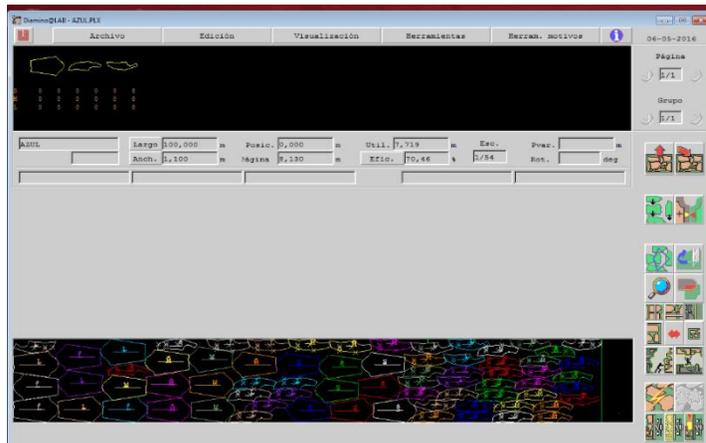
10.1.12 DESARROLLO DE LA MUESTRA

Figura 21 Desarrollo Completo de Prototipo

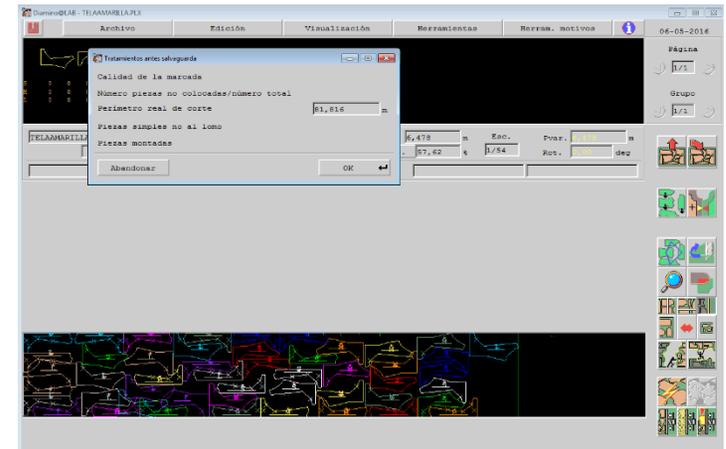
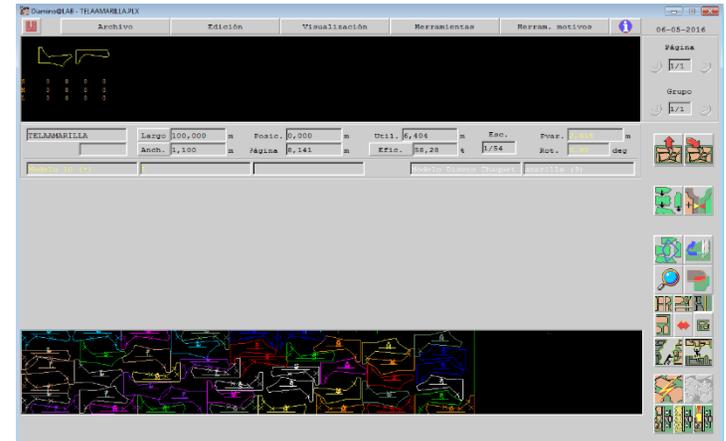


Fuente: Propia 2016.

TELA TÍPICA COLOR CELESTE

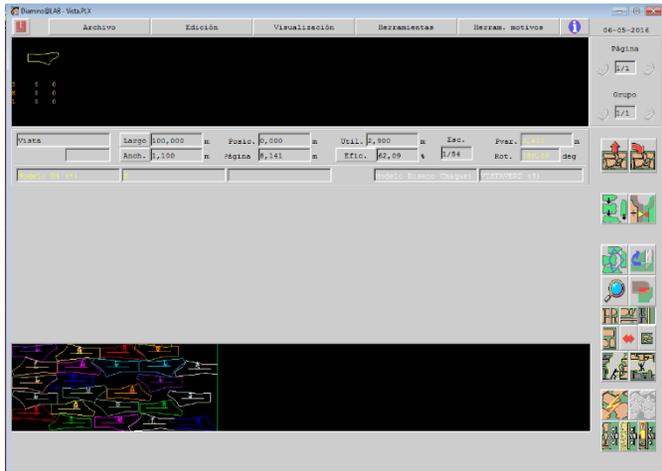


TELA TÍPICA MOSTAZA

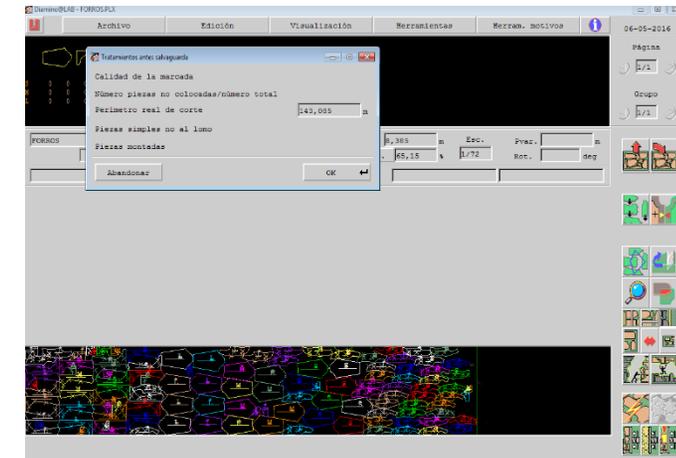
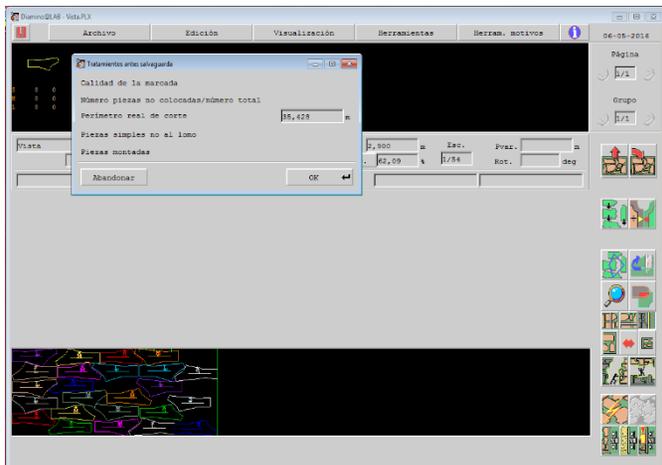
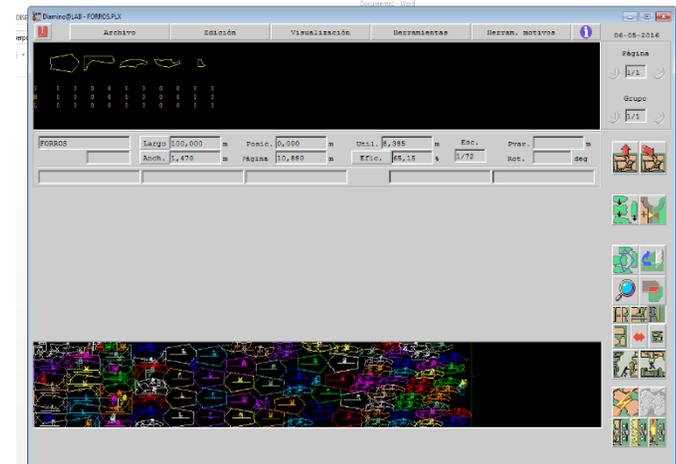


Para la producción de cuatro chaquetas en tres diferentes tallas en la tela azul y mostza , existe una eficiencia de 70.46 % en 95.65m donde la tela tiene un ancho de 119 metros. La eficiencia se ve afectada por el ancho de la tela y la figura del patronaje. Para que el consumo y el consumo de tela sea menor se recomienda cambia el ángulo del hilo tela puesto que no afecta en la chaqueta si es cortada dirigida a la trama o a la urdimbre pues lleva entretela.

VISTA

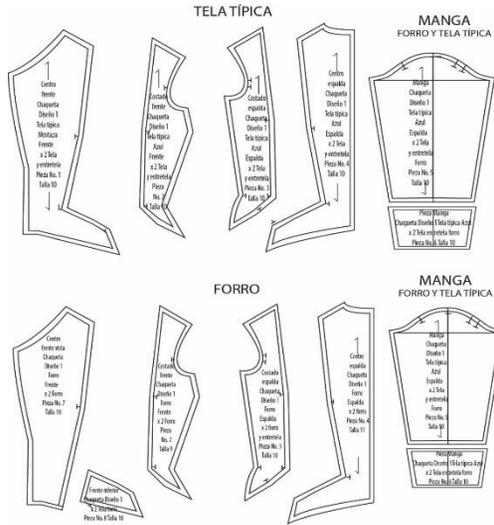


FORRO



Fuente: Propia 2016.

DESGLOSE DE PATRONES



TIPO DE LAVADO

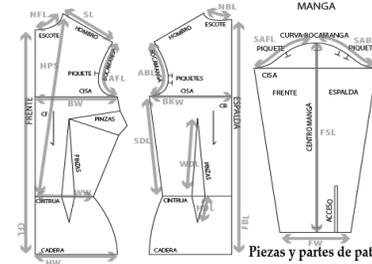


Lavado a Máquina agua Fría/
Machine Wash Cold
Con colores similares/
With Similar Colors
Line Dry/ Secar en sombra
No usar blanqueador

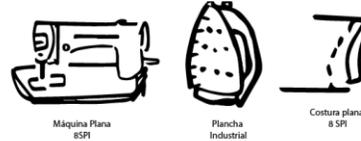
PARA AUDITAR

PCL	Full Center Length	0.5"	S.M.P. 1
HPS	High Point Shoulder	0.5"	S.M.P. 1
SL	Shoulder Length	0.5"	S.M.P. 1
BW	Bust Width	0.5"	S.M.P. 1
WW	Waist Width	0.5"	S.M.P. 1
HW	Hip Width	0.5"	S.M.P. 1
AFSL	Armhole Front Length	0.5"	S.M.P. 1
NFL	Neckline Front Length	0.5"	S.M.P. 1
FBL	Full Back Length	0.5"	S.M.P. 1
DBL	Side Length	0.5"	S.M.P. 1
WDL	Waist Dart Length	0.5"	S.M.P. 1
NBL	Hip Dart Length	0.5"	S.M.P. 1
ABL	Armhole Back Length	0.5"	S.M.P. 1
NBL	Neckline Back Length	0.5"	S.M.P. 1
FW	Fit Width	0.5"	S.M.P. 1

INTRODUCCIÓN AL PATRONAJE



HOJA DE MEDIDAS DE PROTOTIPO						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2018	
Categoría:	Smart/Casual	Archivo:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana	
Código:	TIBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L	
POM	Descripción	OTM	Revised	Diferencia	Tolerancia	Comentarios
PCL	Full Center Length	21 1/2"	21 1/2"	0"	1/2"	La diferenciación de medidas se encuentra dentro de los rangos de tolerancia, lo que indica que la prenda es aprobada después de auditoría.
HPS	High Point Shoulder	24"	23 3/4"	1/4"	1/2"	
SL	Shoulder Length	5"	5"	0"	1/2"	
BW	Bust Width	22"	22"	0"	1/2"	
WW	Waist Width	36"	36"	0"	1/2"	
HW	Hip Width	40"	40"	0"	1/2"	
AFSL	Armhole Front Length	8 1/2"	8 1/2"	0"	1/2"	
NFL	Neckline Front Length	3 1/2"	3	1/2"	1/2"	
FBL	Full Back Length	20"	19 1/2"	1/2"	1/2"	
DBL	Side Length	8"	8"	0"	1/2"	
NBL	Neckline Back Length	7 7/8"	7 7/8"	1/8"	1/2"	
FSL	Full Sleeve Length	21"	21"	0"	1/2"	
FW	Fit Width	7"	6 1/2"	0"	1/2"	



Máquina Plana 8SPI

Plancha Industrial

Costura plana 8 SPI

PRUEBA DE LAVADO TEXTIL										
No. de Alambres	3	Tiempo de Lavado		45 min	Tiempo de Secado		48 horas	Tiempo Total (T+D)		97.5 h
No. de Cuadros	9	Tiempo por lavado		5 horas 45 min	Tiempo de Medición		2 horas	5 horas		
No. TEXTIL		CUADRO A		CUADRO B		CUADRO C		COMENTARIOS		
Textil típico	18"	Lavado No. 1	Lavado No. 2	Lavado No. 3	Prelavado	Lavado 1	Lavado 2	Lavado 3		
Trama	18"	Leve fruncido en la parte inferior de las costuras. No se notan cambios drásticos, el tamaño es similar al cuadro A, no destiñó.		Los cambios a lo largo de las tres lavadas han sido leves, no destiñó, y no cambió su tamaño bruscamente.						
Análisis		No se notan cambios drásticos, el tamaño es similar al cuadro A, no destiñó.		Los cambios a lo largo de las tres lavadas han sido leves, no destiñó, y no cambió su tamaño bruscamente.						
Medidas										
A-G		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
B-H		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
CC		10	10	9 7/8	9 3/4	10	10	9 7/8	9 3/4	
Trama										
A-C		10	10	10	10	10	10	10	10	
D-F		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
G-I		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
Tensión										
E-A		40"	40"	47"	47"	45"	40"	47"	47"	
E-B		90"	91"	93"	92"	90"	91"	93"	92"	
E-C		180"	180"	181"	180"	180"	180"	181"	180"	
E-D		180"	180"	181"	181"	180"	180"	181"	181"	
E-E		220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	
E-F		220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	
E-G		315"	314"	314"	314"	315"	314"	314"	314"	
E-D		0	0	859	857"	0	0	859	857"	

PRUEBA DE LAVADO TEXTIL										
No. de Alambres	3	Tiempo de Lavado		45 min	Tiempo de Secado		48 horas	Tiempo Total (T+D)		97.5 h
No. de Cuadros	9	Tiempo por lavado		5 horas 45 min	Tiempo de Medición		2 horas	5 horas		
No. TEXTIL		CUADRO A		CUADRO B		CUADRO C		COMENTARIOS		
Textil típico	18"	Lavado No. 1	Lavado No. 2	Lavado No. 3	Prelavado	Lavado 1	Lavado 2	Lavado 3		
Trama	18"	Leve fruncido en la parte inferior de las costuras. No se notan cambios drásticos, el tamaño es similar al cuadro A, no destiñó.		Los cambios a lo largo de las tres lavadas han sido leves, no destiñó, y no cambió su tamaño bruscamente.						
Análisis		No se notan cambios drásticos, el tamaño es similar al cuadro A, no destiñó.		Los cambios a lo largo de las tres lavadas han sido leves, no destiñó, y no cambió su tamaño bruscamente.						
Medidas										
A-G		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
B-H		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
CC		10	10	9 7/8	9 3/4	10	10	9 7/8	9 3/4	
Trama										
A-C		10	10	10	10	10	10	10	10	
D-F		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
G-I		10	10	9 7/8	9 7/8	10	10	9 7/8	9 7/8	
Tensión										
E-A		40"	40"	47"	47"	45"	40"	47"	47"	
E-B		90"	91"	93"	92"	90"	91"	93"	92"	
E-C		180"	180"	181"	180"	180"	180"	181"	180"	
E-D		180"	180"	181"	181"	180"	180"	181"	181"	
E-E		220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	
E-F		220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	220"	
E-G		315"	314"	314"	314"	315"	314"	314"	314"	
E-D		0	0	859	857"	0	0	859	857"	

HOJA DE COSTOS					
A1. COSTOS DIRECTOS: MATERIALES Y COMPONENTES. (TRIMS)					
			Consumo	Costo	Total
Materiales.	1	Tela Artesanal Típica Bordada ancho 45"	1.25 Yardas	Q65.00 C/yarda	Q81.75
	2	Tela artesanal Típica Corinta ancho 45"	1.25 yarda	Q65.00 C/yarda	Q81.75
	3	Entretela	1 yarda	Q7 C/yarda	Q7
	4	Forro	1 Yarda	Q15 C/Yarda	Q15
	5	Hilo Campana Blanco	5%	Q3 C/U	Q1.50
	6	Empaque y etiquetado	1 unidad	Q4.00 C/u	Q4
	7				
	10				
	TOTAL de materiales A1				191
A2. COSTOS DIRECTOS: MANO DE OBRA DIRECTA.					
			Tiempo aproximado	Costo hora de trabajo	Total
Mano de Obra	1	Diseño	0.25 horas	Q15	3.75
	2	Patronaje	2 horas	Q15	30
	3	Corte	.5 horas	Q15	20
	4	Confección	3 horas	Q15	45
	5	Inspección, Planchado	0.25 horas	Q15	3.75
	6	Otros			
	7	Otros			
		Total de costos directos mano de obra directa. SUBTOTAL A2			
	TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (A1+ A2)				293
B. DATOS PARA CALCULAR LOS COSTOS INDIRECTOS.					
Nota: Si la actividad no aplica, debe colocar: N/A.					
			Tiempo invertido	Costo hora	Total
Costos Indirectos	1	Total de Depreciación de maquinaria:	6 horas	Q0.03	0.18
	2	Total de Depreciación de equipo de oficina:	1.5 horas	Q0.38	0.57
	3	Luz Eléctrica.	6 horas	Q0.22	1.32
	4	Otro:			
	TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS				2.07
C. Margen de ganancia e impuestos a facturar.					
1	Costo de Producto:			295.07	
2	Margen de ganancia: %60			177.04	
3	IVA: 0 % :			0	
4	Precio:			Q473 ó \$65	

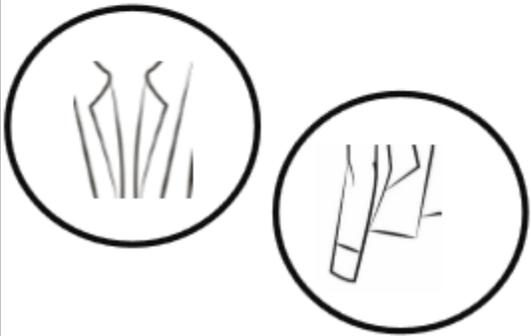
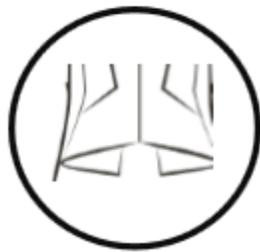
HOJA DE COSTOS UNA DOCENA						
A1. COSTOS DIRECTOS:		Consumo	Costo	Cantidad	Total	
Materiales.	1	Tela Artesanal Típica Celeste ancho 45"	1.25 Yardas	Q65.00 C/ya	12	Q975.00
	2	Tela artesanal Típica Mostaza ancho 45"	1.25 yarda	Q65.00 C/ya	12	Q975.00
	3	Entretela	1 yarda	Q7 C/yarda	12	Q84.00
	4	Forro	1 Yarda	Q15 C/Yarda	12	Q180.00
	5	Hilo	5%	Q3 C/U	12	Q1.80
	6	Empaque y etiquetado	1 unidad	Q4.00 C/u	12	Q48.00
	7					
TOTAL de materiales A1						Q2,263.80
A2. COSTOS DIRECTOS: MANO DE OBRA DIRECTA.		Tiempo aproximado	Costo hora de trabajo		Total	
Mano de Obra	1	Diseño	0.25 horas	Q15	1	Q3.75
	2	Patronaje	2 horas	Q15	1	Q30.00
	3	Corte	0.5 horas	Q15	1	Q7.50
	4	Confección	3 horas	Q15	12	Q540.00
	5	Inspección, Planchado	0.25 horas	Q15	12	Q45.00
	6	Otros				
	7	Otros				
Total de costos directos mano de obra directa SUBTOT A2						Q626.25
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (A1+ A2)						Q2,890.05
B. DATOS PARA CALCULAR LOS COSTOS INDIRECTOS.						
Nota: Si la actividad no aplica, del		Tiempo invertido	Costo hora		Total	
Costos Indirectos	1	Total de Depreciación de maquinaria:	6 horas	Q0.03	12	Q2.16
	2	Total de Depreciación de equipo de oficina:	1.5 horas	Q0.38	12	Q6.84
	3	Luz Eléctrica.	6 horas	Q0.22	12	Q15.84
	4	Otro:				
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS						Q24.84
C. Margen de ganancia e impuestos a facturar.						
1	Costo de Producto:			Q2,914.89		
2	Margen de ganancia: %60			Q1,748.93		
3	IVA: 0% :			0		
4	Precio:			Q4,663.82 \$605.70		

10.1.13 SPECS DE COLECCIÓN

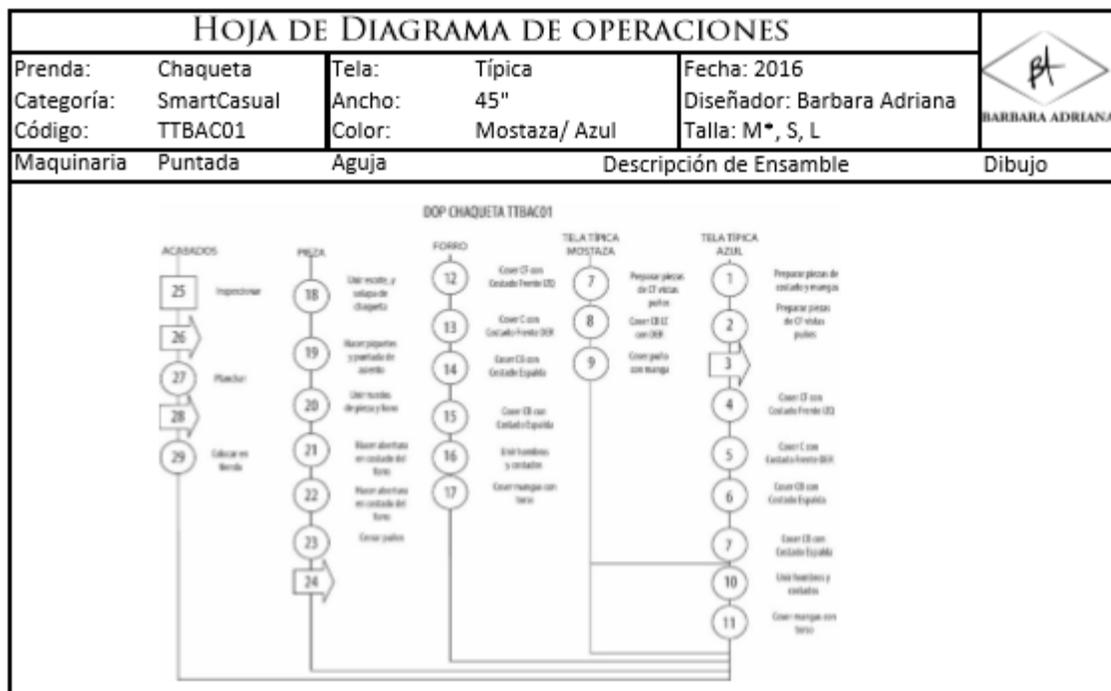
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta ligera, con corte francés modificado con esquinas. Mangas con corte en la parte inferior de la manga. Espalda con declive que empieza en el centro. Prenda con forro, vista en el centro frente de la misma tela debido a la solapa.</p>				

HOJA DE ESPECIFICACIÓN DE CONSTRUCCIÓN				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: M*, S, L
Máquinas	Style Type	Aguja	Detalles de construcción	Dibujo
Plana Industrial	8 SPI	Grupo 300 (301)	Ensamble de piezas	
Plancha			Planchado de tela	

HOJA DE MATERIALES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana	
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	10	
	 BARBARA ADRIANA					
Descripción	Uso	Vendedor	Material	Cantidad	Tamaño	Ubicación
Tela Típica Azul	Prenda	Trama Textiles	Artesanal	1.25 yrd	45"	Costados y mangas
Tela Típica Mostaza	Prenda	Trama Textiles	Artesanal	1.25 yrd	45"	Solapa vista y puños
Forro	Prenda	Mundial	Alg/Poli	1 yrds	60"	Forro
Entretela	Interior pren.	Mundial	Termostrans	1 yrds	60"	Interior de la prenda

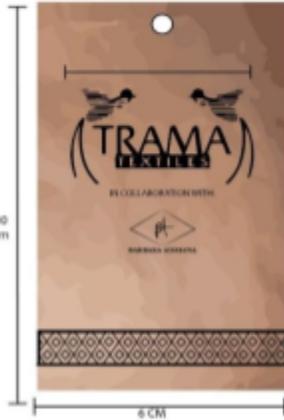
HOJA DE DETALLES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador:	Barbara Adriana	
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L	
	 BARBARA ADRIANA					
Frente			Espalda			
						
Solapa sin cuello terminada con vista. Puños de tres pulgadas con cambio de color.			Parte de atrás con un ligero declive que viene desde el centro frente alargándose en los costados.			

HOJA DE ESPECIFICACIÓN DE MEDICIÓN					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L
POM		Descripción		Talla	
FCL	Full Center Length	0.5"	FPW	Flap Width	S, M*, L
HPS	High Point Shoulder	0.5"	HS	Half Shoulder	S, M*, L
SL	Shoulder Length	0.5"	CFW	Center Front With	S, M*, L
BW	Bust Width	0.5"	SFW	Side Front With	S, M*, L
WW	Waist With	0.5"	DW	Dart With	S, M*, L
HW	Hip With	0.5"	SWL	Side Waist Length	S, M*, L
AFL	Armhole Front Length	0.5"	SBW	Side Back Width	S, M*, L
NFL	Neckline Front Length	0.5"	CBW	Center Back Width	S, M*, L
FBL	Full Back Length	0.5"	SDL	Sleeve Design Length	S, M*, L
SDL	Side Length	0.5"			S, M*, L
WDL	Waist Dart Length	0.5"			S, M*, L
HDL	Hip Dart Length	0.5"			S, M*, L
ABL	Armhole Back Length	0.5"			S, M*, L
NBL	Neckline Back Length	0.5"			S, M*, L
FSL	Full Sleeve Length	0.5"			S, M*, L
FW	Fist Width	0.5"			S, M*, L



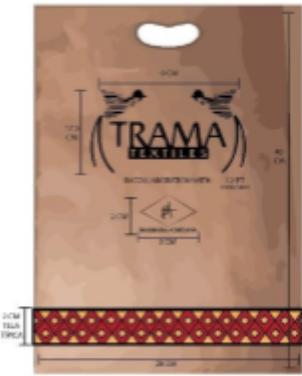
HOJA DE DESGLOSE DE PATRONES				 BARBARA ADRIANA
Prenda: Chaqueta Categoría: SmartCasual Código: TTBAC01	Tela: Típica Ancho: 45 " Color: Mostaza/ Azul	Fecha: 2016 Diseñador: Barbara Adriana Talla: M*, S, L		
SKETCH	FRENTE	ESPALDA		
				
	Forro	Trims		
				

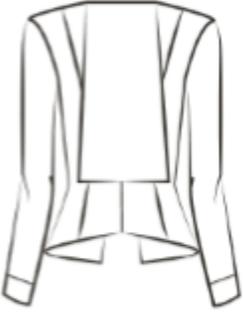
HOJA DE COLOR Y TEXTIL				 BARBARA ADRIANA
Prenda: Chaqueta Categoría: SmartCasual Código: TTBAC01	Tela: Típica Ancho: 45 " Color: Mostaza/ Azul	Fecha: 2016 Diseñador: Barbara Adriana Talla: M*, S, L		
Color	Swatch textil	Descripción	Lugar de colocación	
		Textil Típico, tacto rugoso, mate, algodón	Centro frente, centro espalda, vista, y puños	
		Textil Típico, tacto rugoso, mate, algodón	Costados frente y espalda	
		Textil de mundial tela, color neutro, algodón con poliester	Forro	

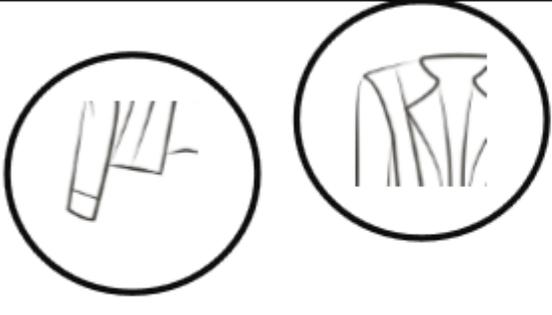
HOJA DE ETIQUETA				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: M*, S, L
Maquinaria	Puntada	Aguja	Descripción de Ensamble	Dibujo
		<p>LETRA TÍTULO: MYRIAD PRO BOLD CONDENCED 7PTS LETRA TEXTO: MYRIAD PRO CONDENCED 9 LETRA MADE IN: MYRIAD PRO REGULAR 12PTS</p> <p>Q1.5</p>		
				

HOJA DE COSTOS				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla: M*, S, L
MATERIAL	YRD	PRECIO	COSTO	
Tela típica amarillo y azul	2.5 yrd	Q65	Q163.50	
Empaque y etiqueta	1Unidad	Q4	Q4	
Findings and trims				
Hilo		5%	Q3	Q1.50
Entretela	1 yrd		Q7	Q7
Forro	1 yrd		Q15	Q15
LABOR				
Costos Directos				
Material y			Q185+ 130= Q315	
Trims		Q191.50	Q315.50+157.75	
Costos de operación				
Mano de obra		Q102	Materiales + Labor	
60% margen bruto		+. Q177.04	+. 50 " de margen bruto	
Total		<u>Q473.00</u>	.=precio de la prenda	

HOJA DE MEDIDAS DE PROTOTIPO						 <small>BARBARA ADRIANA</small>
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador:	Barbara Adriana	
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L	
POM	Descripción	GTM	Revised	Diferencia	Tolerancia	Comentarios
FCL	Full Center Length	21 1/2"	21 1/2	0"	1/2"	La diferenciación de medidas se encuentra dentro de los rangos de tolerancia, lo que indica que la prenda es aprobada despues de auditoria.
HPS	High Point Shoulder	24"	23 3/4"	1/4"	1/2"	
SL	Shoulder Lenght	5"	5"	0"	1/2"	
BW	Bust Width	22"	22"	0"	1/2"	
WW	Waist With	36"	36"	0"	1/2"	
HW	Hip With	40"	40"	0"	1/2"	
AFL	Armhole Front Length	8 1/2"	8 1/2"	0"	1/2"	
NFL	Neckline Front Length	3 1/2"	3	1/2"	1/2"	
FBL	Full Back Lenght	20"	19 1/2"	1/2"	1/2"	
ABL	Armhole Back Length	8"	8"		1/2"	
NBL	Neckline Back Length	8"	7 7/8"	1/8"	1/2"	
FSL	Full Sleeve Lenght	21"	21"	0"	1/2"	
FW	Fist Width	7"	6 1/2"	0"	1/2"	

HOJA DE EMPAQUE				 <small>BARBARA ADRIANA</small>		
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha:	2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M*, S, L	
Vistas de Empaque			Detalles de empaque			
						
Sobre de papel Kraft, de dimensión 40 * 28 Cm. Agarrador troquelado impresión en una cara del sobre. Q3						

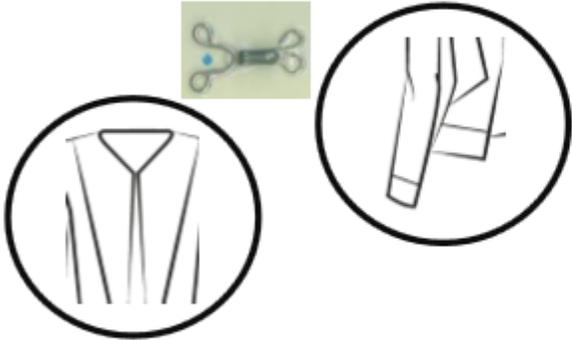
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC02	Color:	Cor/moz	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con princesa de hombro, solapa proveniente de la línea de escote del frente. El la espalda contiene una pieza adicional ensamblada en el cuello.</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC02	Color:	Cor/Moz	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Puños de 3" de alto, con cambio de color. Cambio de color textil en la solapa, esto alborado cortando la vista del color</p>		<p>Con una pieza doble como terminado. Sobre puesta únicamente en la línea de escote, el resto es libre.</p>		

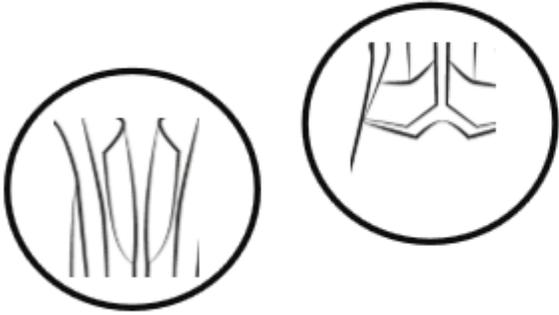
HOJA DE ESTILO			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	 BARBARA ADRIANA
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45"	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC03	Color: Nar/mor	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
			
<p>Chaqueta con corte princesa de hombro hasta la cintura, pues lleva un corte como división, la amplitud de la cadera se da debido a que se cierra la pinza de cintura. Cuenta con el centro espada abierto para un mejor entalle</p>			

HOJA DE DETALLES			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	 BARBARA ADRIANA
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45 "	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC03	Color: Nar/mor	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
			
<p>El corte princesa desaparece al llegar a la cintrua, pieza de cadera con cambio textil.</p>			

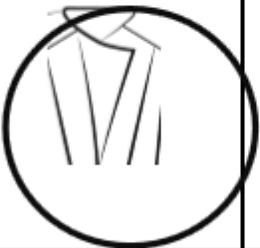
HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC04	Color:	Azul/mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Sin solapa con corte francés modificado a esquinas, con cortes en el ruedo de la prenda y en los puños, cuenta con un trim de gancho tipo hook</p>					

HOJA DE DETALLES					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC04	Color:	Azul mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Cerrar con un gancho tipo Hook en la parte superior de la pieza, con cortes de esquina y cambio de textiles en los puños, la parte inferior de la prenda cuenta con corte tipo pretina de 2" de acho.</p>					

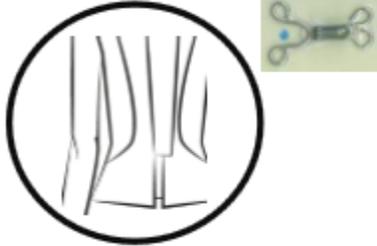
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC05	Color:	Nar/moz/mor	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con solapa de forma de extensión, con redondeado en la parte inferior de la solapa. Centro frente inferior cuenta con una bisectriz de 45° con la que se forma un efecto visual geométrico.</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC05	Color:	Nar/moz/mor	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Solapa con parte inferior redondeado, bisectriz con un ángulo de 45° y un corte paralelo a 4" de ancho. Parte trasera, con el mismo ángulo pero con centro espalda cerrado, de la misma forma con un corte paralelo a 4" del ruedo.</p>				

HOJA DE ESTILO			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45"	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC06	Color: Ver/Moz	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
			
<p>Chaqueta con corte princesa de hombr con corte en los hombros. Y extensión del centro frente como solapa</p>			

HOJA DE DETALLES			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45 "	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC06	Color: Verd/most	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
  			
<p>Chaqueta con cortes en los hombros con cambio textil, con una extensión de solapa de 5" para metodo de acceso se utilizan dos hooks</p>			

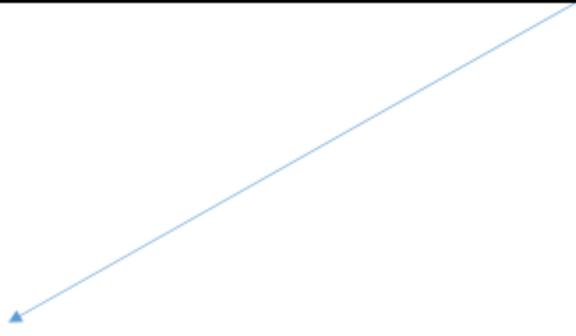
HOJA DE ESTILO			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45"	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC07	Color: Ver/Moz	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
			
<p>Escote redondo, con una extensión en el centro espalda que va de grande en el escote a angosto a 7 pulgadas arriba del ruedo. Con pinza francesa</p>			

HOJA DE DETALLES			
Prenda: Chaqueta	Tela: Típica	Fecha: 2016	
Categoría: SmartCasual	Ancho: 45 "	Diseñador: Barbara Adriana	
Código: TTBAC07	Color: Verd/most	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda	
			
<p>Con diferencia intencional de ancho en la extensión de la chaqueta, en el escote con 5" y en la parte inferior a 2". Tanto en el frente como en la espalda la chaqueta lleva un pinza francesa. Metodo de acceso hooks</p>			

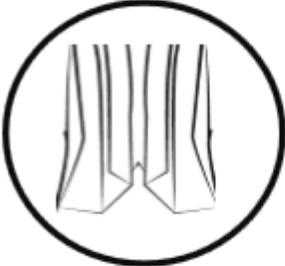
HOJA DE ESTILOS					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC08	Color:	Cor/ Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Descripción : Chaqueta con solapa sin cuello, con una extensión mayor en la parte inferior dejandola recta, y en diagonal. La espalda es copuesta por pinzas princesa de hombro.</p>					

HOJA DE DETALLES					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC08	Color:	Cor/ mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Descripción : cuenta con una extensión en la parte inferior y desarrollada con una vista con un cambio de color.</p>					

HOJA DE ESTILO				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC09	Color:	nnar/cel	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con pinzas francesas de hombro, con una solapa recta de ambos lados. El puño cuenta con cortes asimétricos donde el centro de la manga en mas bajo que la union de costados.</p>					

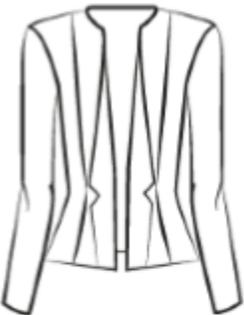
HOJA DE DETALLES				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC09	Color:	Nar Cel	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Cambio de textiles, y con un corte asimétrico.</p>					

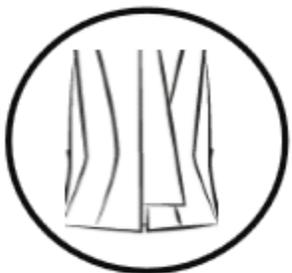
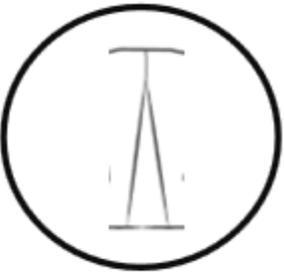
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC10	Color:	cor/ mos	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con un corte princesa de hombros, con una solapa unicamente de frete que cae en e hombro. Con un corte en el ruedo CF y CB de 45°</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC10	Color:	Nar Cel	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Solapa con extencion y de 1 3/4" ensamblada en la costura del hombro. Junto con un corte en el centro frente y espalda rectangular cque debe ir muy bien definido.</p>				

HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC11	Color:	az/ mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con corte en la solapa. Unión de cuello, con cortes en los hombros, y corte princesa de hombro. El traslape es en esquina, definirlo.</p>					

HOJA DE DETALLES					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC11	Color:	az mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Con cortes en la solapa definirlos con vista. En la parte de atrás con un a leve inclinación que forma esquinas.</p>					

HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC12	Color:	Mor lila	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con corte princesa de hombros con un cambio de color en la vista de la solapa</p>				

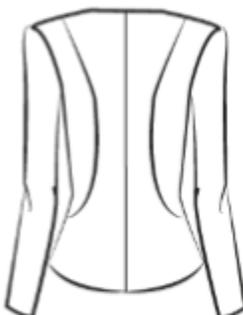
HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC13	Color:	Verd Mos	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
 				
<p>Solapa con un declive con mas amplitud en la parte inferior que en la superior. En la parte trasera con un traingulo de cambio de color.</p>				

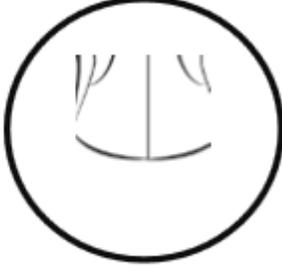
HOJA DE ESTILO				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC14	Color:	cverd mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con solapa creada desde el corte de pinza a excepcion de la parte de la cintrua, hacia abajo, donde la pinza se tralada a la amplitud de la cadera.</p>					

HOJA DE DETALLES				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC14	Color:	Verd Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
 					
<p>La solapa se traslapa desde la cintura siendo estas unidas por ganchoshook. En la parte trasera tenemos una manipulación del corte princesa donde se forma una leve curva que esta unida a lo lardo de todo el torso.</p>					

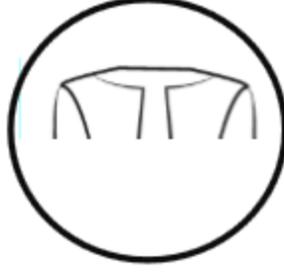
HOJA DE ESTILO				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC15	Color:	Mor/Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Solapa intencionalmente en inclinada, lograr ese efecto, estas parten de la cintura donde se pretende que se crucen y reducir del centro frente hacia adentro dos pulgadas.</p>					

HOJA DE DETALLES				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC15	Color:	Mor Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>El tralape debe de ser intencionalmente en diagonal. Ajustado por hooks. La parte trasera debe de tener en la cintura un estrecho que de la ilusión de cintura.</p>					

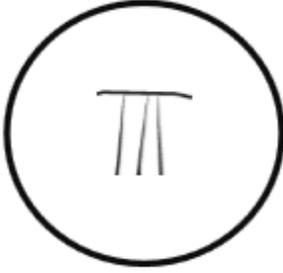
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC16	Color:	Mor Moz	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con corte francés que va a tomar lugar con un cambio de color. Con un declive de aptura viniendo cerrando en la parte superior y abierto en la inferior</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC16	Color:	Mor Mos	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Parte infereior redondeada, y en la parte tracera con una leve curva.</p>				

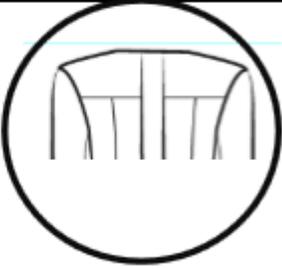
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC17	Color:	am cel	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con un corte alrededor del escote, con el fin de formar un cambio de color, en la parte de atrás, tiene un corte en esquina que al mismo tiempo tiene un declive.</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC17	Color:	am cel	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Corte paralelo a dos pulgagad del contorno de la chaqueta. La parte trasera cuenta con una la misma forma pero en declive en el centro drente.</p>				

HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC18	Color:	Am Mor	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con líneas paralelas en el centro frente y en el ruedo. En la parte de atrás cuenta con un traslape y una abertura.</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC18	Color:	Mor Mos	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
 				
<p>La parte de adelante cuenta con un tralape agarrado con ganchos hook, y la parte trasera cuenta con un tralape sostenido por la costura del escote.</p>				

HOJA DE ESTILO				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC19	Color:	Cel Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con cortes en los hombros, y cortes de princesa de hombros interrumpidos por corte horizontales en los mismos, cuenta con un cambio de color en los puños. Cuenta con una pretina en el centro frente con extensión de 2" que va sujeta por hooks.</p>					

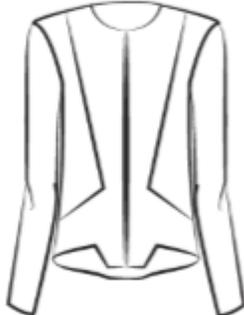
HOJA DE DETALLES				 BARBARA ADRIANA	
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45 "		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC19	Color:	Cel Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
 					
<p>Traslape de dos pulgadas y en la parte trcera un corte que simula el efecto de la solapa igual de dos pulgadas</p>					

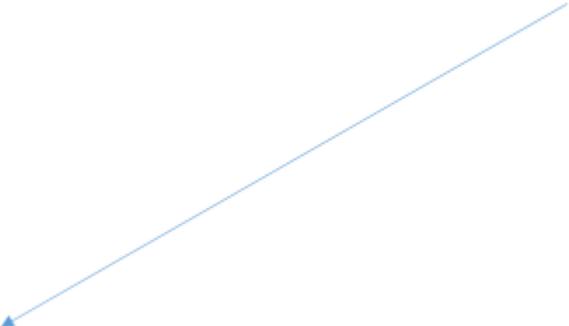
HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC20	Color:	Cel Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con sobrepuestos en las mangas, además de una solapa con declive, la parte inferior de la chaqueta cuenta con un corte pronunciado en forma de triángulo.</p>					

HOJA DE DETALLES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr		Diseñador: Barbara
Código:	TTBAC20	Color:	Cel Mos	Talla: M*, S, L	Talla: 10	
Frente			Espalda			
 						
<p>Piezas dobles que van ensamblados en la parte de la bocamanga, la solapa tiene una esquina pronunciada. Esta conectada por hooks. En la parte tracera existe un triangulo pronunciado facilitado para la confeccion con un corte en medio.</p>						

HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC21	Color:	Az/moz	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con un traslape hasta casi línea de corte, con cobrepuestos en las bocamangas que dan la impresión de hombreras.</p>					

HOJA DE DETALLES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC21	Color:	Az/ moz	Talla: M*, S, L	Talla: 10	
Frente		Espalda				
 						
<p>El traslape va sostenido por hooks, y las piezas de los hombros deben de ser dobles . Los cortes inferiores deben de ser completamente esquinados.</p>						

HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC22	Color:	Am/ Corint	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con cortes rectangulares, con un declive en la parte inferior de la prenda, el escote es redondo,</p>					

HOJA DE DETALLES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr		Diseñador: Barbara
Código:	TTBAC22	Color:	Am Cor	Talla: M*, S, L	Talla: 10	
Frente			Espalda			
						
<p>Corte rectangular en la parte inferior de la chaqueta lograrlo con el forro y piquetes.</p>						

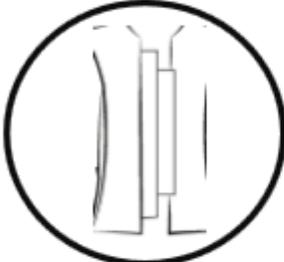
HOJA DE ESTILO					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC23	Color:	Mos Ver	Talla:	M*, S, L
Frente			Espalda		
					
<p>Chaqueta con sobremangas que dan la impresión de hombreras con un traslape diagonal, un corte princesa rectangular</p>					

HOJA DE DETALLES					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC23	Color:	Mos Ver	Talla:	M*, S, L
Frente			Espalda		
 					
<p>Chaqueta con sobremangas que dan la impresión de hombreras con un traslape diagonal, un corte princesa rectangular. Unido por hooks.</p>					

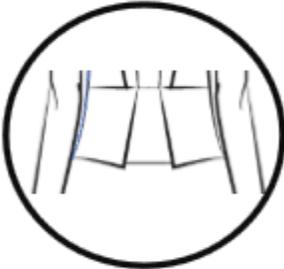
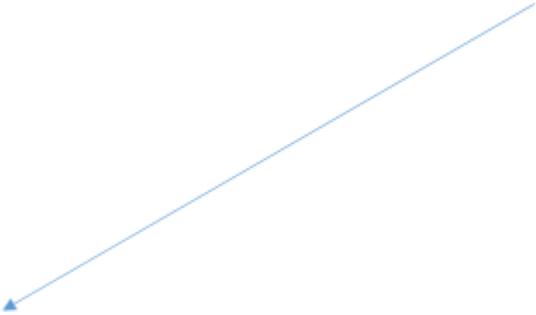
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC24	Color:	Nar Mos Mor	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con, hombreras y solapa abierta unida por el escote, la parte inferior es un corte con cambio de color. La espalda con un corte triangular en forma de reloj de arena.</p>				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr
Código:	TTBAC24	Color:	Nar Mos Mor	Talla: 10
Frente		Espalda		
 				
<p>Chaqueta con, hombreras y solapa abierta unida por el escote, la parte inferior es un corte con cambio de color. La espalda con un corte triangular en forma de reloj de arena.</p>				

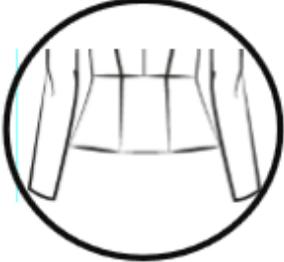
HOJA DE ESTILO					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC25	Color:	Nar, Mor, Mos	Talla:	M*, S, L
Frente			Espalda		
					
<p>Chaqueta con un traslape con diseño doble pretina, esta va unida con el otro lado de la chaqueta. La parte de atrás tiene solo</p>					

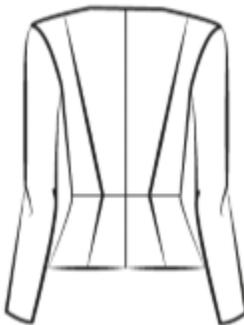
HOJA DE DETALLES					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC25	Color:	Nar, Mor, Mos	Talla:	M*, S, L
Frente			Espalda		
 					
<p>Chaqueta con un traslape con diseño doble pretina, esta va unida con el otro lado de la chaqueta. La parte de atrás tiene solo</p>					

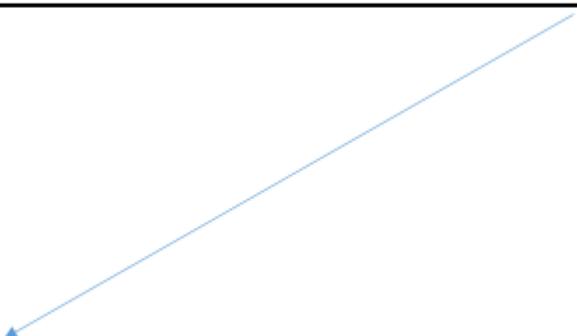
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC26	Color:	Cel Nar	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
Chaqueta con traslape unicamente de dos pulgadas debajo del escote a antes de la cintura				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr
Código:	TTBAC26	Color:	Nar, Mor, Mos	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
 				
Chaqueta con traslape unicamente de dos pulgadas debajo del escote a antes de la cintura				

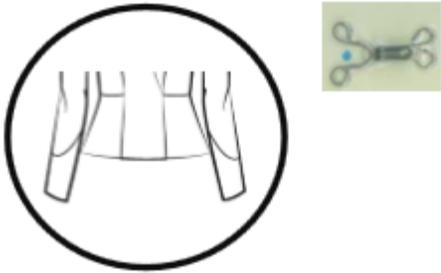
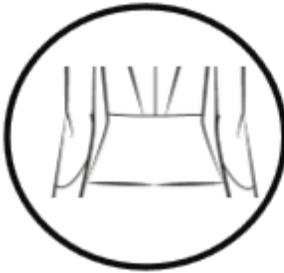
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC27	Color:	Cel Nar	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaquet con traslape con una sobre falda en la partee de enfrente, la espalda solo con amplitud en la parte inferior.</p>				

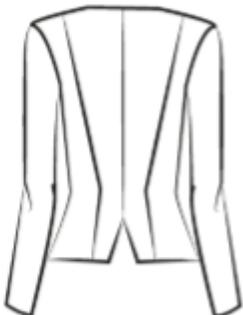
HOJA DE DETALLES					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr	Diseñador: Barbara
Código:	TTBAC27	Color:	Cel Nar	Talla: M*, S, L	Talla: 10
Frente		Espalda			
 					
<p>Chaqueta con el traslape tanto abajo como arriba. Los dos centro frentes son iguales, las manfas cuentan con hooks para cerrarlo.</p>					

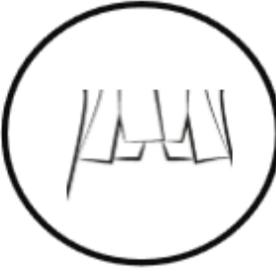
HOJA DE ESTILO					
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"		Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC28	Color:	Mos Mos	Talla: M*, S, L	
Frente		Espalda			
					
<p>Chaqueta con una apertura mas amplia que las deas, el traslape se da hasta la línea de cintura con 1" de extensión. Cuenta con cortes de menos longitud en el centro frente.</p>					

HOJA DE DETALLES						
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016		Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr		Diseñador: Barbara
Código:	TTBAC28	Color:	Mos Mos	Talla: M*, S, L	Talla: 10	
Frente			Espalda			
 						
<p>Descripción : La parte inferior de la chaqueta cuenta con pieza mas cortas</p>						

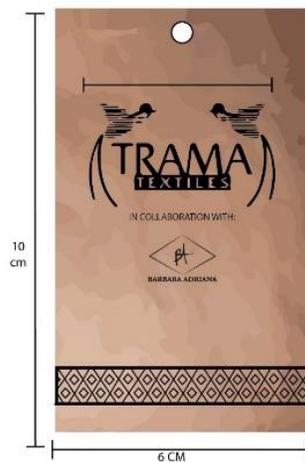
HOJA DE ESTILO				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC29	Color:	Ver Mos	Talla: M*, S, L
				
Frente			Espalda	
				
Chaqueta con línea inclinada, hasta llegar a la parte de cintura donde los dos centro frentes son iguales, las mangas cuentan con un corte en la manga				

HOJA DE DETALLES				
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC29	Color:	Ver Mos	Talla: M*, S, L
				Fecha: 2016
				Diseñador: Barbara Adriana
				Talla: 10
				
Frente			Espalda	
				
La parte inferior debe su amplitud a al cierre de la pinza de cintura.				

HOJA DE ESTILO				 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adriana
Código:	TTBAC30	Color:	Mos Mor	Talla: M*, S, L
Frente		Espalda		
				
<p>Chaqueta con traslape de 1 1/2 en el el la parte del ruedo frente con cortes princesa, que dividen un corte mas pequeño que otro. La parte de atrás cuenta con un corte triangular</p>				

HOJA DE DETALLES					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha: 2016	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	45"	Diseñador: Barbara Adr	Diseñador: Barbara
Código:	TTBAC30	Color:	Mos Mor	Talla: M*, S, L	Talla: 10
Frente		Espalda			
 					
<p>La chaqueta cuenta con separaciones a 3" arriba de la diferenciacion de largo.</p>					

10.1.14 EMPAQUE Y ETIQUETA



LETRA TÍTULO:
MYRIAD PRO BOLD CONDENCED 7PTS
LETRA TEXTO:
MYRIAD PRO CONDENCED 9
LETRA MADE IN: MYRIAD PRO REGULAR 12PTS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se realizó un proyecto para la producción y comercialización de chaquetas con textiles típicos en la cabecera municipal de Quetzaltenango. Gracias a investigaciones, entrevistas y encuestas se pudo comprender el mercado y sus necesidades, al igual de los aspectos más importantes para que el producto tenga aceptación en la localidad. Se cuenta con el apoyo de quienes serían los proveedores, manufactureros y comerciantes del producto. Se les impartió capacitaciones a las trabajadoras para que este proyecto pueda seguir su curso.

Para la realización de este proyecto se desarrolló el área de mercadeo, el desarrollo técnico de diseño con el que se partió para hacer una colección de 30 diseños, el desarrollo de la muestra elaborada en Trama Textiles, Markers para una producción en masa, DOP's para la eficiencia en la confección, diseños plano de cada diseño al igual que hojas de especificación y el diseño de empaque y etiqueta de acuerdo a las necesidades. Se analizó el desarrollo del proyecto y se encuentran algunos aspectos que puedan ser mejoras continuas.

Se recomienda realizar un Focus Group para que las integrantes de la Asociación Trama Textiles tengan una idea de la aceptación del producto, al igual de continuar con constantes mejoras en cuanto al producto.

Partiendo de los resultados del focus group se recomienda comenzar a utilizar textiles con bordados, pues en este no se utilizó para por costeo.

Se recomienda tener alternativas de solución con respecto a métodos de acceso.

Se recomienda tener diferentes sesiones con las manufactureras para estar en continuo contacto y conocer el flujo del producto

Para la promoción del producto, se recomienda hablar con páginas y medios como 502 y tener algún tipo de patrocinio para promover de manera más amplia el producto y la Asociación.

CONCLUSIONES

1. Se realizó la caracterización de la cabecera municipal de Quetzaltenango, la que colaboró con la determinación de las alternativas de solución por su clima frío y el mercado objetivo por el nivel de turismo de personas guatemaltecas y extranjeras haciendo de la localidad el 3er lugar con más turismo del país. Con el fin de validar las propuestas y se verificó que es viable.
2. Se realizó el diagnóstico de la chaqueta innovadora con textiles y materiales artesanales en el cual se encontraron 60 tiendas con productos artesanales, 10 talleres de confección de indumentaria con personal que elabora telares de cintura, 8 grupos de artesanos que cumplen con el requerimiento de la calidad del proyecto. Existe un taller que cumple con todos los aspectos deseados para llevar el proyecto a cabo.
3. Se determinó que el mercado objetivo al que va dirigida la chaqueta innovadora con materiales artesanales típicos son mujeres de un rango de edad de 23 a 33 años de edad que visiten la localidad y que se interesen en productos elaborados con materiales artesanales guatemaltecos. No existe un número de población definida pues esta está en constante movimiento y depende de la época del año.
4. Se determinó que las alternativas de solución fueran torera, chaqueta y chaleco pues cumplen con los requerimientos pensados para la producción y comercialización de productos outwear en la cabecera municipal de Quetzaltenango
5. Se evaluó y validó la propuesta de diseño por medio de observación, entrevistas y encuestas cuyas respuestas fueron favorecedoras para la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con materiales artesanales a confeccionar en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
6. Se determinó el producto, precio, plaza y promoción (4P's del marketing mix) donde el producto serán chaquetas innovadoras con textiles y materiales artesanales que se vende en el área de la cabecera municipal de Quetzaltenango, con un precio de Q434 o US \$57 y con la promoción de ayuda a artesanas Guatemaltecas en el área de Quetzaltenango.
7. Se determinó, calculó y validó el punto de equilibrio en Q900 para la producción, comercialización de la chaqueta innovadora con textiles y materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
8. Se determinó que la viabilidad técnica es factible, pues ya se cuenta con el taller en el cual se trabajarán todos los materiales artesanales y la producción y comercialización de la chaqueta innovadora, además la viabilidad económica y financiera de la chaqueta fue

validada sacando el costo y precio de la prenda y luego encuestando al cliente sobre el precio que estaría dispuesta a pagar por ella.

9. Se determinó y evaluó por medio de encuestas, la premisa de diseño para la confección de la chaqueta innovadora con materiales artesanales en la cabecera departamental de Quetzaltenango. , con encuestas y entrevistas informales.
10. Se determinó y evaluó el programa de necesidades con un desglose de hojas de especificaciones y un diagrama de operaciones para la producción y comercialización de la chaqueta innovadora con textiles y materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.
11. Se realizó la propuesta de diseño para la confección, producción y comercialización de la chaqueta innovadora con cortes princesa y escote perla pronunciado con textiles y materiales artesanales en la cabecera municipal de Quetzaltenango.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda estudiar, investigar y conocer las necesidades de la localidad para evaluar y validar las alternativas de solución para la producción y comercialización de prendas de vestir la Cabecera de Quetzaltenango.
2. Se recomienda realizar una caracterización que contenga datos relevantes de la localidad en la que se trabajará con la finalidad de tener conocimientos en cada aspecto de ésta y tener más exactitud para la evaluación, propuesta y validación de la prenda.
3. Se recomienda analizar y evaluar con la información adquirida previamente, un diagnóstico situacional de la prenda seleccionada la cabecera de Quetzaltenango.
4. Se recomienda evaluar detenidamente todos los aspectos de caracterización, diagnóstico situacional y todos los datos adquiridos en la investigación, con el fin de hacer la selección más conveniente de la prenda para la confección en la cabecera de Quetzaltenango.
5. Se recomienda analizar los datos situacionales de la localidad para poder ayudar a identificar el mejor mercado objetivo al que estará dirigida la alternativa de solución para la confección de Chaquetas en la cabecera de Quetzaltenango.
6. Se recomienda tener tres alternativas de solución para la determinación de producción y comercialización de producto en la cabecera de Quetzaltenango.
7. Se recomienda realizar gráficos que ayuden a identificar las ventajas, desventajas, cualidades y defectos de las alternativas de solución para poder considerar cual es la más adecuada para la producción y comercialización de la chaqueta a confeccionar en la cabecera de Quetzaltenango.
8. Se recomienda realizar un análisis de los gráficos anteriores para validar las alternativas de solución para la producción y comercialización de la chaqueta a confeccionar en la cabecera de Quetzaltenango.
9. Se recomienda investigar en varios lugares de la localidad o fuera con el fin de determinar la producción y comercialización de la chaqueta a confeccionar en la cabecera de Quetzaltenango.
10. Se recomienda tener todos los datos necesario para poder determinar, calcular y evaluar el punto de equilibrio en la producción y comercialización de la chaqueta a confeccionar en la cabecera de Quetzaltenango para que la ejecución del presupuesto de costos y gastos sea lo más exacto posible.
11. Se recomienda considerar la capacidad de los operarios del taller para que la propuesta de diseño, la confección, producción y comercialización de la chaqueta tenga un grado reducido de dificultad y la realización del mismo sea viable.

12. Se determinó la viabilidad técnica, económica y financiera de la chaqueta a confeccionar la cabecera de Quetzaltenango.

13. Se recomienda en el momento de diseñar, contar con una idea gráfica de cómo elaborar este producto para que la determinación y evaluación de las premisas de diseño para la confección sean más efectivas y garantizar la factibilidad.

14. Se recomienda considerar en el momento de diseñar, contar con materiales previstos para que la determinación y evaluación del programa de necesidades, sea lo más exacto a lo que se busca en la prenda al momento de llevarla a producción.

15. Se recomienda realizar el perfil del proyecto de graduación lo más de tallado posible para la confección, producción y comercialización de la chaqueta en la cabecera de Quetzaltenango, sea más sencillo para el PTI 8.

GLOSARIO DE TERMINOS

Artesanía: Clase social constituida por los artesanos. Arte u obra de los artesanos.

Bordado: Se hace pasando las hebras de un lado a otro de la tela o piel en que se ejecuta el trabajo, formando dibujos, sin cosido. Se hace con punto de cadeneta en un bastidor pequeño, parecido al tambor, o en bastidor regular, con una aguja que, fija por un extremo en un cabo de palo, hueso o marfil, remata por el otro en un gancho pequeño.

Demográfico Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento, o a su evolución

Diagnostico Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza

División Regional: Caracterización regional de alguna parte del mundo

Filamento: Producto obtenido del proceso de extrusión.

FOY: Fully oriented yarn

Localidad Cualidad: De las cosas que las sitúa en lugar fijo. Lugar o pueblo

Monofilamento: Cada hilo que forma el multifilamento. Los hilos multifilamento son formados teniendo una cantidad de agujeros en el spinnerette. Esto resulta en un grupo físico compuesto de más de un filamento.

Muestra: Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.

Multifilamento: El hilo final está compuesto de varios filamentos que hacen la densidad total del hilo.

POY: Partially unoriented yarn

Promover: Tomar la iniciativa para la realización o el logro de algo.

Publicidad: Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.

Tejido: Formar en el telar la tela con la trama y la urdimbre.

Textil: Dicho de una materia: Capaz de reducirse a hilos y ser tejida.

UOY: Unoriented yarn.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

ANÓNIMO, Información general del país de Guatemala. Habitantes, superficie, medio físico, etc. Guatemala 2008. 70 p.

KTOLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, Octava Edición, México: PEARSON 2009. 720 p.

KTOLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing Strategy, Doceava Edición, México: PEARSON 2012. 807 p.

RODRIGUEZ, Jimena. Historia del Marketing México 2009

MUÑOZ, Rafael. Evolución y Futuro del Marketing. 3ra Edición. España 2007

ALARCÓN. Pablo, Guatemala: Estudio Sobre Productos Turísticos . Guatemala: Confederación de Empresarios Andalucía. 2009.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Experiencias en Guatemala (en línea): Información artesanal Quetzaltenango. Disponible en <http://www.experienceguatemala.com/es/artesantias-xela-quetzaltenango.html> [Consulta: 2013]

Trama Textiles, Página de internet, información de la historia de la mujer artesanal en Guatemala, Quetzaltenango, Quetzaltenango: <http://xelatramatextiles.wordpress.com/>

Visita Guatemala, Descripción demográfica de Quetzaltenango. Disponible en: <http://www.visitguatemala.com> [Consulta: 2014]

WEB INGUAT, Disponible en: <http://www.inguat.gob.gt/media/boletines/boletin-ocupacion-hotelera-enero-marzo-2014.pdf> [Consulta: 2014]

DeGuate. Disponible en: http://www.deguate.com/municipios/pages/quetzaltenango/quetzaltenango/economia.php#.VhHGqXp_Okp

Fuente, INE, proyecciones de población censo 2010

CATEDRAS:

BLASSBERG, Oliver. Clase Magistral Tecnología Textil1, Universidad del Istmo, 2012

BENDFELT, Stephanie. Clase Magistral, Tecnología Textil 1, Universidad del Istmo 2014

ALVAREZ, Luis. Ética Profesional, clase magistral 2016.

ANEXO

PRESENTACIÓN A TERNA

BARBARA ADRIANA

**PROPUESTA DE DISEÑO
PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA
CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO**

BÁRBARA ADRIANA PÉREZ ESCOTTO
FARO-DIV
2013- 1210

1

PROBLEMA

AUSENCIA DE CHAQUETAS CON DISEÑOS INNOVADORES Y TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO.

2

JUSTIFICACIÓN

INNOVAR PRENDAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO

CUBRIR LAS NECESIDADES FÍSICA QUE RESPONDAN A LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS DEL LUGAR

CUBRIR DEMANDA DE CHAQUETAS INNOVADORAS CON TEXTILES ARTESANALES

3

OBJETIVOS

EVALUAR Y VALIDAR LA PROPUESTA DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS CON TEXTILES TÍPICOS EN LA CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO

4

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

ESTUDIAR Y VALIDAR EL MERCADO	EVALUAR Y VALIDAR LA PROPUESTA DE DISEÑO
DETERMINAR PREMISAS DE DISEÑO	DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA, ECONÓMICA, FINANCIERA
DETERMINAR Y EVALUAR PROGRAMA DE NECESIDADES	DETERMINAR EL MARKETING MIX

5

LA ASOCIACIÓN TRAMA TEXTILES

ASOCIACIÓN DE MUJERES TEJEDORAS, TRAMA TEXTILES

MATERIA PRIMA

CORTE

CONFECCIÓN

VENTA

PROMOCIÓN

6

DETERMINAR EL MARKETING MIX

CUATRO P'S DE MERCADEO

PRODUCTO	PRECIO
CHAQUETAS CON DISEÑOS INNOVADORES CON MATERIALES ARTESANALES EN EL AREA DE QUETZALTENANGO, CON PRODUCCION DE TRES TALLAS	Q47300 O Us \$ 65
PLAZA	PROMOCIÓN
LA CABEJERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO, EN LOS ALREDEDORES DEL PARQUE, PUNTO ESPECIFICO DE VENTA EN LA ASOCIACIÓN TRAMA TEXTILES.	MAPAS, ALIANZAS CON GUIAS TURISTICOS QUE LLEVEN A LOS TURISTAS AL PUNTO DE VENTA, ALIANZAS CON HOTELES QUE ENTREGLEN INFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN Y EL PRODUCTO

7

APORTES

CONOCIMIENTOS BÁSICOS Y MANIPULACION DE PATRONAJE



MANUAL DE PATRONAJE, COSTURA, COMERCIALIZACIÓN



PLANTILLAS BÁSICAS EN TRES TALLAS



COLECCIÓN DE DISEÑOS PROGRAMA DE NECIDADES



8

APORTES

ESTRATEGIA DE MERCADEO Y PROMOCIÓN



IMPLEMENTACION DE EMPAQUEY ETIQUETA CON ESPECIFICACION DE CUIDADOS



9

CONCLUSIONES

SE DETERMINÓ EL TIPO DE PRENDA A ELABORAR GRACIAS A LA CARACTERIZACIÓN DE LA LOCALIDAD Y A LA RECOPIACIÓN DE DATOS.

LA CAPACITACIÓN EN LA ASOCIACIÓN FACILITÓ LA PRODUCCIÓN DE LA CHAQUETA.

SE CREÓ UN CONJUNTO DE HERRAMIENTAS DOCUMENTADAS QUE AYUDAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO BENEFICIANDO A UNA LOCALIDAD Y A LOS PROVEEDORES Y MANUFACTUREROS.

10

RECOMENDACIONES

REALIZAR UN FOCUS GROUP PARA GENERAR LA ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO COMO FORMA DE SEGUIMIENTO AL PROYECTO Y TENER UNA MEJORA CONTINUA

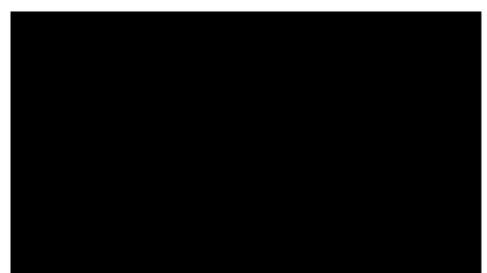
ALTERNATIVA DE TEXTILES INTRODUCIENDO BORDADOS
DISEÑAR ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MÉTODOS DE ACCESO

REFORZAR CAPACITACIÓN DE CONFECCIÓN ENFOCANDOSE A LA CONSTRUCCIÓN DE FORRO.

COMUNICACIÓN CON MEDIOS, PARA CONSEGUIR PATROCINIOS DE PUBLICIDAD, EN PLATAFORMAS COMO SOY502, Y EXPANDER LA PROMOCIÓN.

11

VIDEO



12

CON LA COLABORACIÓN DE LA
ASOCIACIÓN DE MUJERES
PARA EL DESARROLLO DE TEJIDO ARTESANAL

MANUAL DE DISEÑO PARA LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE
CHAQUETAS EN
LA
CABECERA MUNICIPAL DE QUETZALTENANGO



BARBARA ADRIANA

Bárbara Adriana Pérez Escotto
bperezescotto@hotmail.com
(502) 5335-1114

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	III
GLOSARIO	IV
DISEÑO DE PROTOTIPO	5
Prototipo y Especificaciones	5
PATRONAJE	6
Tabla de medidas	
Introducción al Patronaje	6
Patronaje Básico	7
Patronaje de prototipo	8
Desglose de patrones e Instrucciones de Corte	9
CONFECCIÓN	10
Materiales	10
Ensamble de pieza	11
Ensamble de Forro con pieza	11
Acabados	12
COMERCIALIZACIÓN	13
Etiqueta y especificaciones	13
Empaque y especificaciones	13
Punto de veta	14
PROMOCIÓN	15
En mapas de la ciudad	15
Bolantes en hoteles	15
Acuerdos con guías y agencias de turismo	15
DISEÑOS	16
Diseños Plano	
RECOMENDACIONES	20
BIBLIOGRAFÍA	21
CONTACTO	22

INTRODUCCIÓN

Actualmente existe una demanda por ropa, accesorios, artículos de casa con materiales artesanales, típicos guatemaltecos. De manera que la indumentaria tradicional y sus accesorios ha sido modificada para que otros segmentos de mercado sean atractivos a ellos. Quetzaltenango, es de los lugares turísticos más visitados en nuestro país por ser considerada la cuna de la cultura Guatemalteca, es rica en todos los artes y en elementos característicos de la cultura. Sin embargo, en Quetzaltenango no existe la innovación de prendas con textiles típicos. Es un lugar estratégico, donde se puede explotar una prenda con estas características. Analizando las características físicas y climáticas del lugar, se sugirió que la prenda fueran chaquetas, propuesta que ha sido aprobada gracias a entrevistas y encuestas realizadas en la locación, confirmando a su vez que el mejor segmento de mercado para el producto son locales de clase media y extranjeros de sexo femenino y con un rango de edad de 23 a 33 años.

A continuación se presenta un manual con las especificaciones para llevar a cabo la producción de las chaquetas y comercialización, incluyendo los diseños. El patronaje básico, la manipulación del patrón y su desglose; al igual que las instrucciones para la confección de la misma, la comercialización y promoción de Trama Textiles, lugar de venta de la prenda.

GLOSARIO

Armhole Back Length: Largo de bocamanga espalda

Armhole Front Length: Largo de bocamanga frente

Bust Width: Ancho de busto

Estilo: Conjunto de caracteres que componen una forma de realizar tareas.

Fist Width: Ancho de puño

Full Back Length: Largo completo de espalda

Full Center Length: Largo completo del centro

Full Sleeve Length: Largo entero de manga

High Point Shoulder: Punto alto del hombro

Hip Dart Length: Largo de Pinza de cadera

Hip With: Ancho de Cadera

Manga: Pieza prendas superiores que con diferentes largos cubren el brazo.

Neckline Back Length: Largo de escote espalda

Neckline Front Length: Largo de escote de frente

Piquete: Señalización que indica la union de dos piezas a cierta distancia.

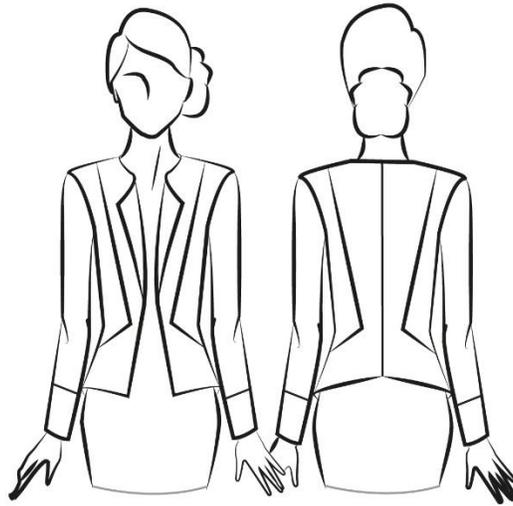
Shoulder Length: Largo de Hombro

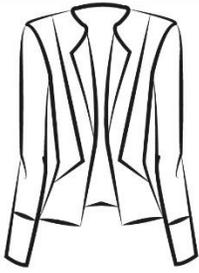
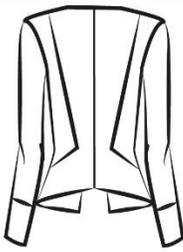
Side Length: Largo de costado

Waist Dart Length: Largo de pinza de cintura

Waist With: Ancho de cintura

PROTOTIPO Y ESPECIFICACIONES



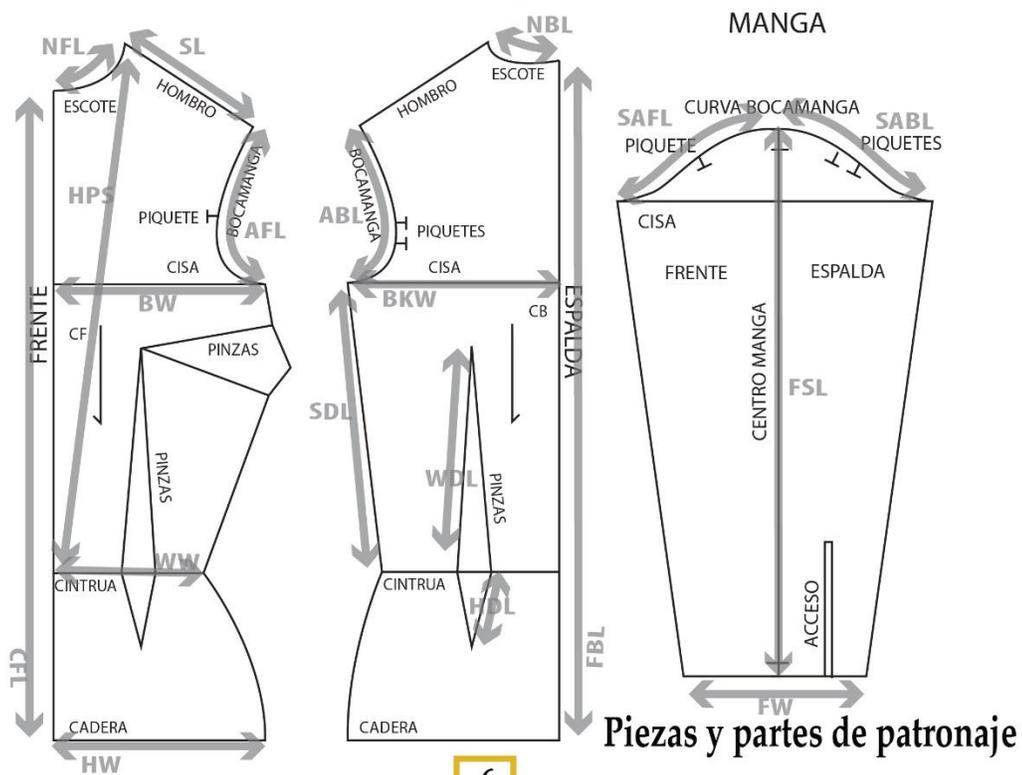
HOJA DE ESTILO					 BARBARA ADRIANA
Prenda:	Chaqueta	Tela:	Típica	Fecha:	
Categoría:	SmartCasual	Ancho:	30"	Diseñador:	Barbara Adriana
Código:	TTBAC01	Color:	Mostaza/ Azul	Talla:	M, S, L
Frente			Espalda		
					
Descripción : Chaqueta ligera, con corte francés modificado con esquinas. Mangas con corte en la parte inferior de la manga. Espalda con declive que empieza en el centro. Prenda con forro, vista en el centro frente de la misma tela debido a la solapa.					

PATRONAJE

TABLA DE MEDIDAS

POM	Descrpción	Tol	
FCL	Full Center Length	0.5"	S, M*, L
HPS	High Point Shoulder	0.5"	S, M*, L
SL	Shoulder Length	0.5"	S, M*, L
BW	Bust Width	0.5"	S, M*, L
WW	Waist With	0.5"	S, M*, L
HW	Hip With	0.5"	S, M*, L
AFL	Armhole Front Length	0.5"	S, M*, L
NFL	Neckline Front Length	0.5"	S, M*, L
FBL	Full Back Length	0.5"	S, M*, L
SDL	Side Length	0.5"	S, M*, L
WDL	Waist Dart Length	0.5"	S, M*, L
HDL	Hip Dart Length	0.5"	S, M*, L
ABL	Armhole Back Length	0.5"	S, M*, L
NBL	Neckline Back Length	0.5"	S, M*, L
FSL	Full Sleeve Length	0.5"	S, M*, L
FW	Fist Width	0.5"	S, M*, L

INTRODUCCIÓN AL PATRONAJE

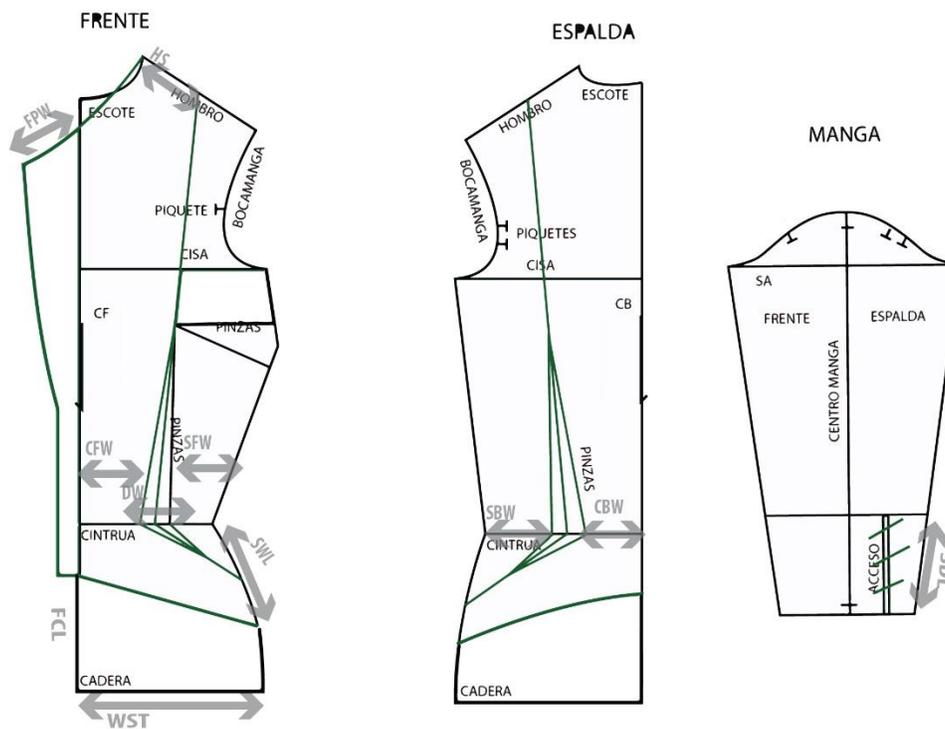


PATRONAJE

TABLA DE MEDIDAS

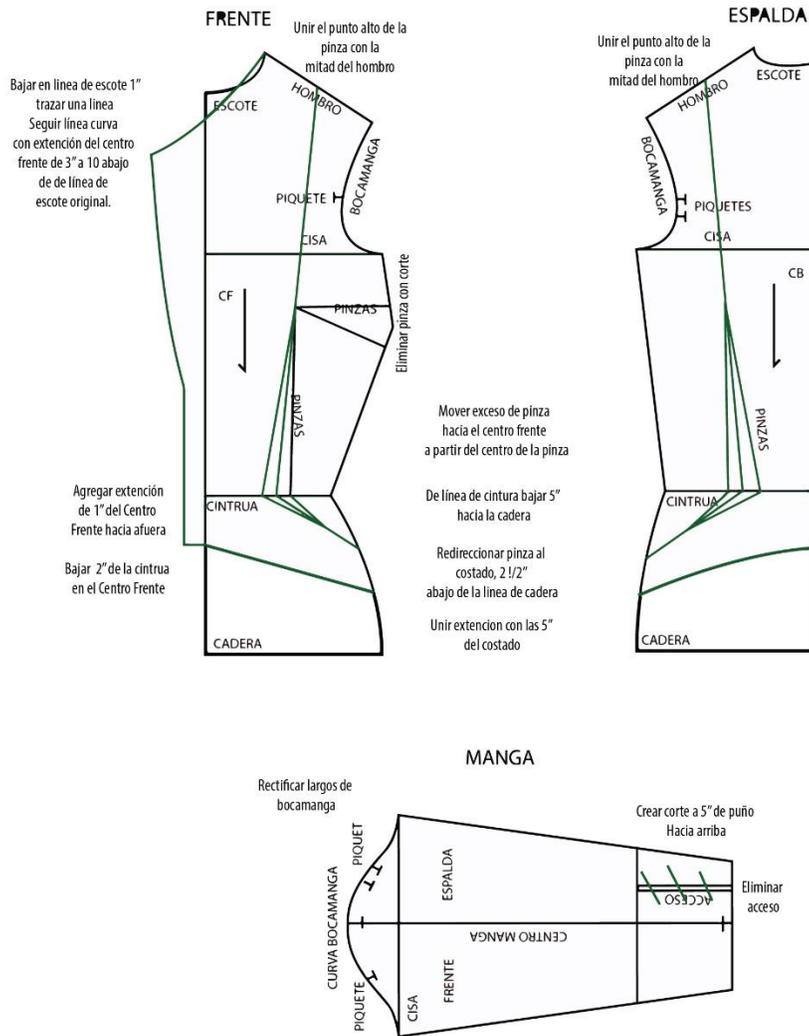
ToI	POM	Descripción	Talla
0.5"	FPW	Flap Width	S, M*, L
0.5"	HS	Half Shoulder	S, M*, L
0.5"	CFW	Center Front With	S, M*, L
0.5"	SFW	Side Front With	S, M*, L
0.5"	DW	Dart With	S, M*, L
0.5"	SWL	Side Waist Lenght	S, M*, L
0.5"	SBW	Side Back Width	S, M*, L
0.5"	CBW	Center Back Width	S, M*, L
0.5"	SDL	Sleeve Design Lenght	S, M*, L

PATRONAJE BÁSICO



PATRONAJE

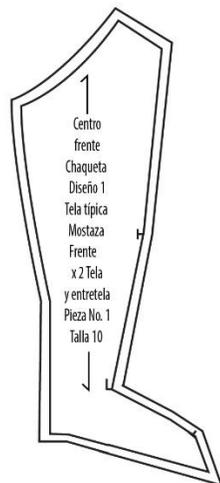
PATRONAJE DE PROTOTÍPO



PATRONAJE

DESGLOSE DE PATRONES E INSTRUCCIONES DE CORTE

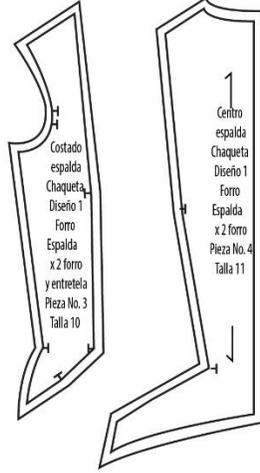
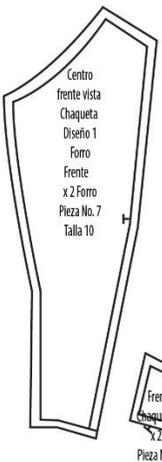
TELA TÍPICA



MANGA FORRO Y TELA TÍPICA



FORRO



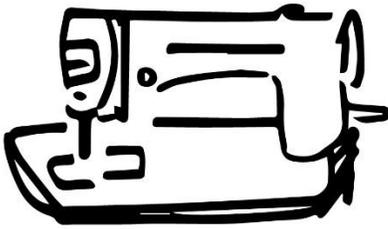
MANGA FORRO Y TELA TÍPICA



CONFECCIÓN

MATERIALES

MÁQUINA
DE COSER PLANA



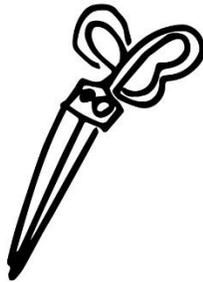
MÁQUINA
OVERLOCK



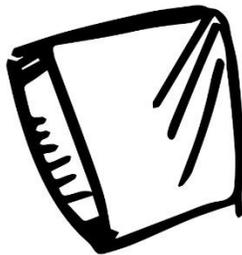
HILO



TIJERAS



ENTRETELA



PLANCHA



CONFECCIÓN

ENSAMBLE DE PIEZA



UNIR CENTRO FRETE CON COSTADO
HACER PIQUETE



COSER APARTIR DEL
PIQUETE FORMANDO
LA ESQUINA



HACER LO MISMO EN LA ESPALDA



UNIR AMBOS HOMBROS



UNIR COSTADOS



REALIZAR DOS PESPUNTES
CON LOSOS PESPUNTES
EMBEBER



COSER MANGA CON BOCAMANGA
DE CUERPO

ENSAMBLE DE FORRO

REALIZAR EL MISMO PROCEDIMIENTO CON
LAS PIEZAS DEL FORRO



UNIR FORRO CON PIEZA EXTERIOR
EN EL ESCOTE Y EXTENCIÓN



HACER PIQUETES AL REDEDOR
DEL ESCOTE Y PUNTADA
DE ASIENTO



DESCOSER EL COSTADO
DEL FORRO CON UNA APERTURA DE
7"



POR LA ABERTURA CERRAR EL RUEDO
RESTANTE

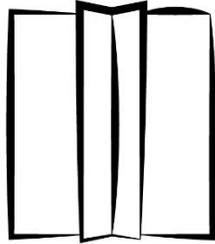


POR LA ABERTURA CERRAR EL RUEDO
DEL PUÑO

CERRAR LA APERTURA DEL COSTADO DEL FORRO

CONFECCIÓN

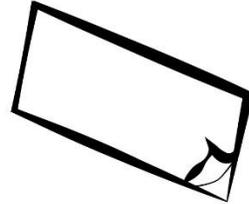
ACABADOS



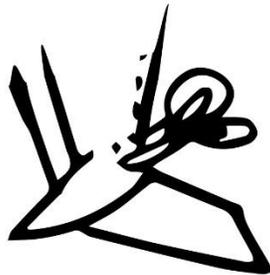
PLANCHAR TODAS LAS COSTURAS ABIERTAS



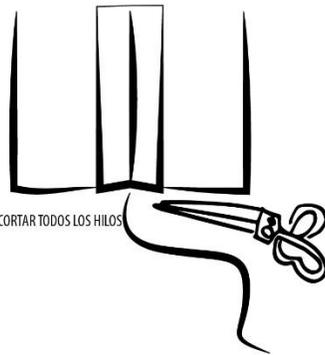
PLANCHAR DE FORMA ABIERTA CADA COSTURA.



USAR ENTRETEOA

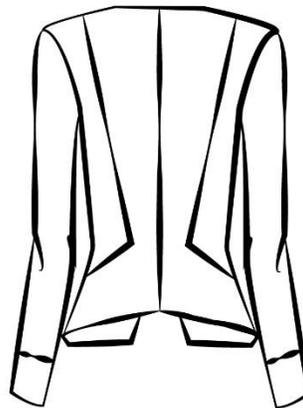
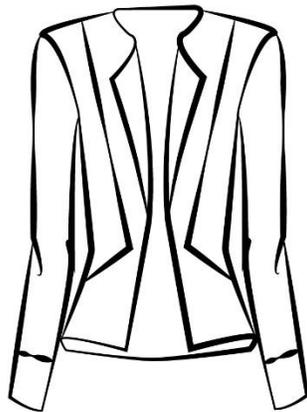


HACER PIQUETES



CORTAR TODOS LOS HILOS

INSPECCIÓN DE LA PRENDA



COMERCIALIZACIÓN

ETIQUETA Y ESPECIFICACIONES



LETRA TÍTULO:
 MYRIAD PRO BOLD CONDENCED 7PTS
 LETRA TEXTO:
 MYRIAD PRO CONDENCED 9
 LETRA MADE IN: MYRIAD PRO REGULAR 12PTS

EMPAQUE Y ESPECIFICACIONES



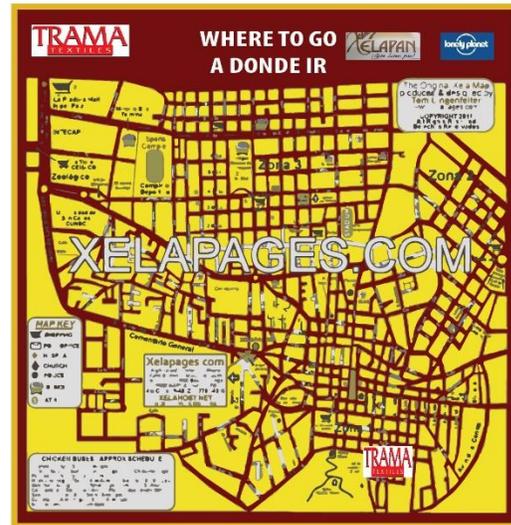
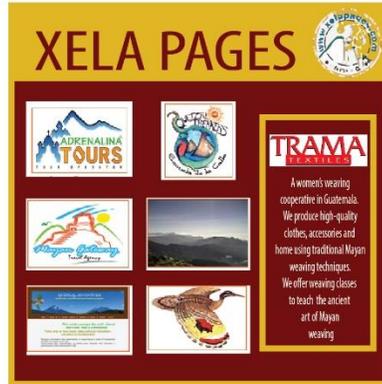
COMERCIALIZACIÓN

PUNTO DE VENTA



PROMOCIÓN

MAPAS DE LA CIUDAD



BOLANTES REPARTIDOS EN HOTELES

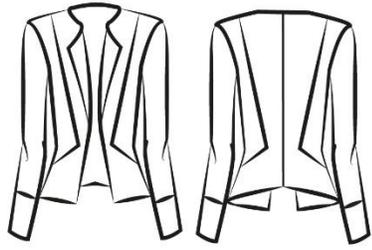


GRANDES ALIANZAS

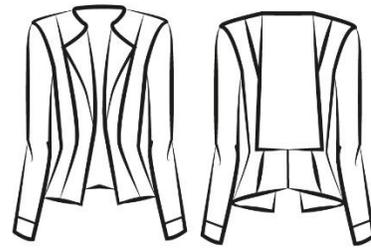


ACUERDOS CON AGENCIAS DE TOUR Y GUIAS TOURISTICOS PARA QUE PROMUEVAN Y VISITEN EL SITIO DE LA ASOCIACIÓN TRAMA TEXTILES, DONDE SE ENCUENTRA LA TIENDA. E INFORMACIÓN DE COMO SE TEJE MATERIALES TÍPICOS, JUNTO CON LA VENTA DE CHAQUETAS DE DISEÑO INNOVADOR CON MATERIALES ARTESANALES

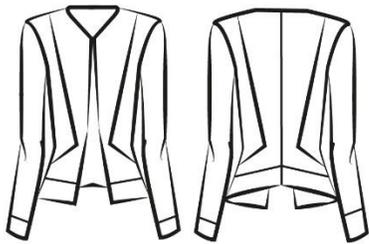
DISEÑOS



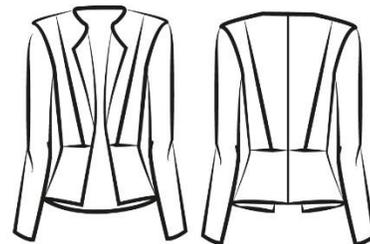
COD: TTBAC01



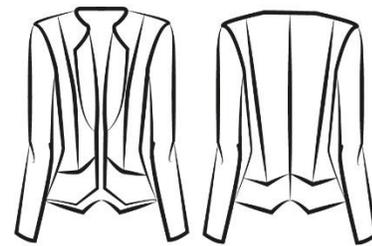
COD: TTBAC02



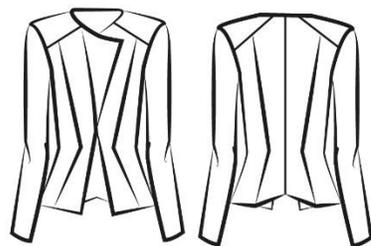
COD: TTBAC04



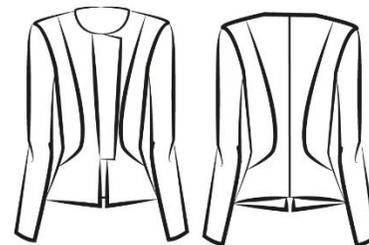
COD: TTBAC03



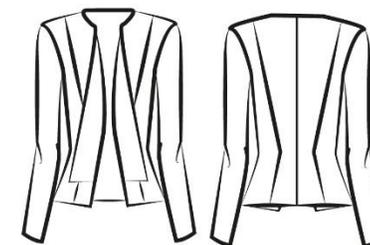
COD: TTBAC05



COD: TTBAC06

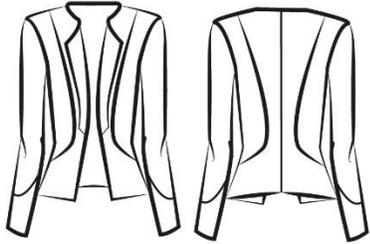


COD: TTBAC07

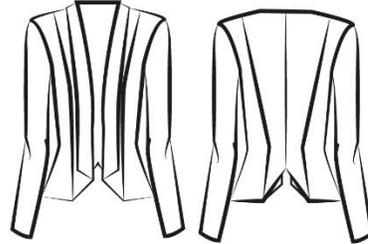


COD: TTBAC08

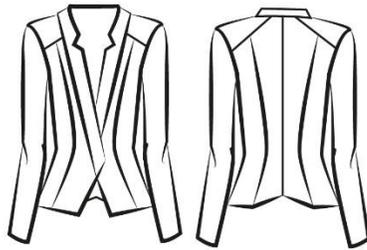
DISEÑO



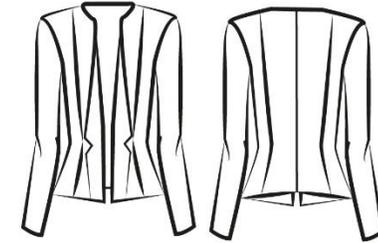
COD: TTBAC09



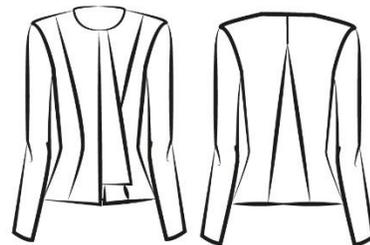
COD: TTBAC10



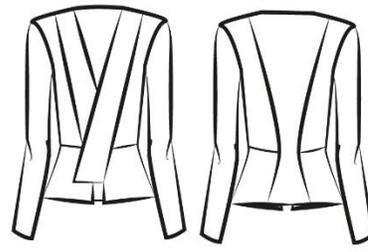
COD: TTBAC11



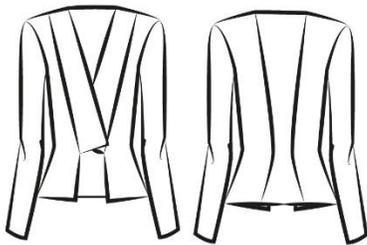
COD: TTBAC12



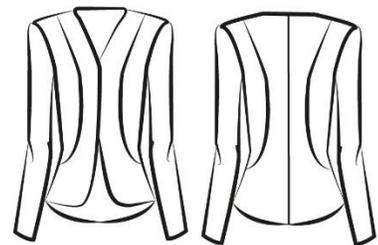
COD: TTBAC11



COD: TTBAC14

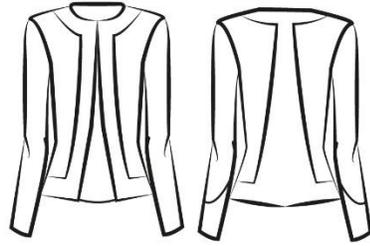


COD: TTBAC15

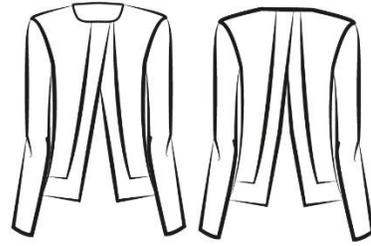


COD: TTBAC16

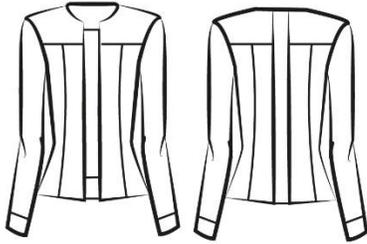
DISEÑO



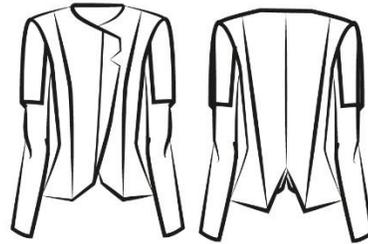
COD: TTBAC17



COD: TTBAC18



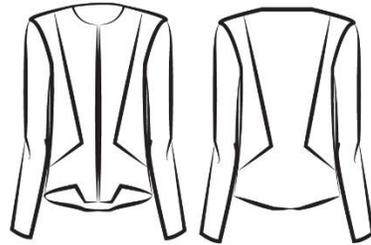
COD: TTBAC19



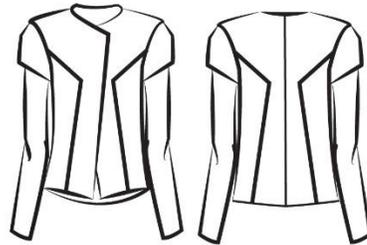
COD: TTBAC20



COD: TTBAC21



COD: TTBAC22

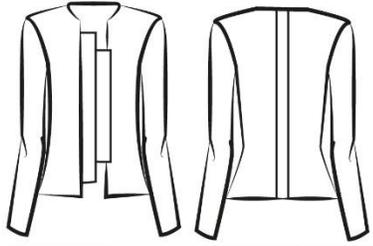


COD: TTBAC23

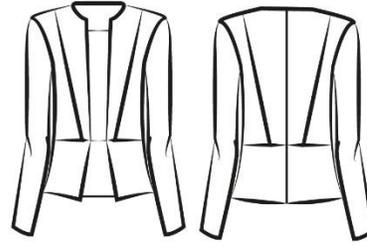


COD: TTBAC24

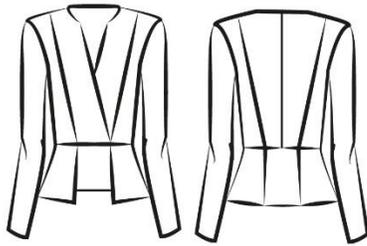
DISEÑO



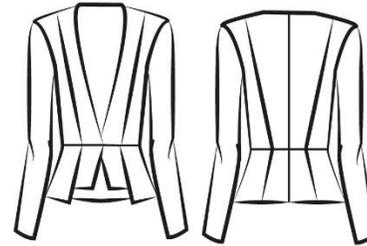
COD: TTBAC25



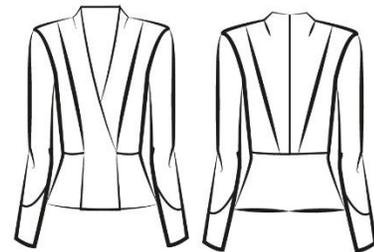
COD: TTBAC26



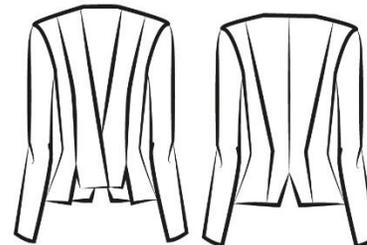
COD: TTBAC27



COD: TTBAC28



COD: TTBAC29



COD: TTBC30

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un Focus Group para que las integrantes de la Asociación Trama Textiles tengan una idea de la aceptación del producto, al igual de continuar con constantes mejoras en cuanto al producto.

Partiendo de los resultados del focus group se recomienda comenzar a utilizar textiles con bordados, pues en este no se utilizó para por costeo.

Se recomienda tener alternativas de solución con respecto a métodos de acceso.

Se recomienda tener diferentes sesiones con las manufactureras para estar en continuo contacto y conocer el flujo del producto

Para la promoción del producto, se recomienda hablar con páginas y medios como 502 y tener algún tipo de patrocinio para promover de manera más amplia el producto y la Asociación.

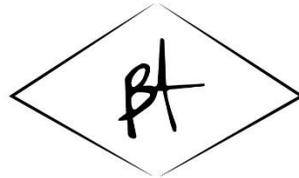
BIBLIOGRAFÍA

ANÓNIMO. Experiencias en Guatemala. Información artesanal Quetzaltenango (En Línea) Disponible en:
<http://www.experienceguatemala.com/es/artesantias-xela-quetzaltenango.html>

Trama Textiles. Historia de la mujer artesanal en Guatemala. Quetzaltenango, Quetzaltenango [En Línea] Disponible en:
<http://xelatramatextiles.wordpress.com/>

Visita Guatemala. Descripción demográfica de Quetzaltenango [En Línea] Disponible en: <http://www.visitguatemala.com/en>

CONTACTO



BARBARA ADRIANA

Barbara Adriana Pérez Escotto
Cel: (502) 5335114
Correo: bperezescotto@hotmail.com