



Universidad del Azuay

**Facultad de Diseño.
Escuela de Diseño Textil y Modas.**

**La Moda en Cuenca:
Conceptos y Producción de los Diseñadores Locales.**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Diseñador Textil y Modas.**

Autor:

Bianca Estefanía Mosquera Mosquera

Guía del trabajo de titulación:

Arq. Julia del Carmen Tamayo Abril

Cuenca - Ecuador

2014



Agradecimientos.

Primeramente quiero agradecer a Dios, mi todo, por darme la oportunidad de cumplir uno de mis anhelos y enseñarme a tener fe y paciencia. A mis padres Marlon y Lorena, por apoyarme y no permitir que me rinda; a mi hermano Paco por alegrarme los días. Gracias a ustedes tres por soportar mi mal genio, por esperar noches enteras de trabajo y por escuchar mis infinitas quejas.

Quiero dar un agradecimiento muy especial a mi directora de tesis, Arq. Julia Tamayo, por dedicar su tiempo y preocupación a la realización de este proyecto; y por aportar sus conocimientos y experiencia no solo a esta investigación sino también a mi persona. También a todos los diseñadores que aportaron con sus conocimientos al desarrollo de este proyecto de tesis.

Por último y sin menos importancia, quiero agradecer a mi extensa familia y amigos por apoyarme en realizar mis sueños e incentivarme a seguir adelante.



Dedicatoria.

A la niña de mis ojos, eres la piedra más preciada y hermosa puesta en mis manos. Gracias por ser la sublime gracia que puso mi mundo de cabeza.

Espero un día poder verte realizar tus sueños.

Te amo Anika.

Índice

<i>Agradecimientos</i>	3
<i>Dedicatoria</i>	5
<i>Índice</i>	7
<i>Abstract</i>	8
<i>Introducción</i>	11
<i>Capítulo 1: Moda, Diseño y Producción.</i>	13
1.1 La producción de modas y el papel del diseñador.....	14
1.2 Recorrido de la moda profesional a través del tiempo.....	18
1.3 La globalización de la moda.....	20
1.4 El proceso creativo en el diseño de modas.....	21
<i>Capítulo 2: La Moda en Cuenca.</i>	23
2.1 Diseñadores de moda en Cuenca.....	24
2.1.1 Diseñadores autónomos.....	29
2.1.2 Diseñadores bajo dependencia laboral.....	131
2.1.3 Diseñadores comerciantes - importadores.....	145
<i>Capítulo 3: La Realidad de la Moda Cuencana.</i>	151
<i>Conclusiones</i>	169
<i>Recomendaciones</i>	172
<i>Bibliografía</i>	173
<i>Bibliografía de imágenes</i>	174
<i>Bibliografía de tablas y gráficas</i>	183
<i>Anexos</i>	184

Abstract

Tema: La moda en Cuenca: Conceptos y producción de los diseñadores locales.

Autor: Bianca Mosquera.

Resumen:

En el siguiente proyecto de graduación se ha investigado, analizado e identificado un criterio de moda local a partir del pensamiento de diseño y metodologías utilizadas de los profesionales en moda graduados en la Universidad del Azuay que se dedican a la producción de moda en la ciudad de Cuenca. Se han analizado a los graduados desde el año 2005 al 2013 (137), 48 de los cuales se encuentran laborando en el campo textil y de modas. Así se han establecido las bases conceptuales de moda cuencana.

Palabras clave:

Diseño - Cuenca – graduados UDA - criterios conceptuales.

Bianca Mosquera
Firma Autor.

Código: 48561.

Jelisa Augustin
Firma profesor.

ABSTRACT

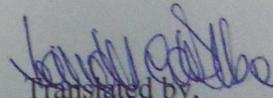
Fashion in Cuenca: Concepts and production of local designers

In the following graduation project we have investigated, analyzed, and identified a criteria in local fashion from the design point of view and from methodologies used by professionals in fashion graduated from *Universidad del Azuay* and who are dedicated to the production of fashion in the city of Cuenca. We have analyzed the work done by graduates from 2005 to 2013 (137), 48 of whom are working in the field of textiles and fashion. Therefore, as a result we have established in this way the conceptual foundations of Cuenca fashion.

Keywords: Design, Cuenca, Graduate, UDA, Conceptual Criteria

Bianca Mosquera
Author




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Introducción.

En el siguiente proyecto de graduación se investiga, analiza e identifica un criterio de moda local a partir del pensamiento de diseño y metodologías utilizadas de los profesionales en moda graduados en la Universidad del Azuay que se dedican a la producción de moda en la ciudad de Cuenca. Se ha realizado un seguimiento del trabajo que realizan los 137 graduados desde el año 2005 al 2013, 48 de los cuales se encuentran laborando en el campo textil y de modas.

El objetivo principal de este estudio es el ubicar los criterios de moda que manejan los diseñadores cuencanos con el fin de reconocer la moda que se está produciendo en la ciudad.

Este proyecto de investigación se presenta en tres capítulos donde se desarrollan y cumplen tres objetivos:

Identificar los conceptos y producción de moda de los diseñadores cuencanos: metodologías, técnicas y procesos, mercado y factores económicos, culturales y sociales que influyen en sus propuestas.

Reconocer los tiempos, momentos y criterios de la moda internacional que retoman los diseñadores cuencanos para su trabajo.

Ubicar los criterios conceptuales que permitan sentar las bases para a futuro construir un pensamiento de moda local.

El primer capítulo es un registro de los conceptos y metodologías básicas sobre la moda y el diseño de modas. Esta información es la base para el desarrollo de la investigación porque se dará a conocer los criterios generales y universales sobre los que la moda global se desenvuelve. Se analizan algunos autores cuyo pensamiento se vincula directamente con la moda y brindan aportes a su desarrollo. Así, se tratarán temas como: la moda, su historia a través del tiempo, la globalización de la moda, el diseño y el proceso creativo que se realiza al momento de diseñar.

El segundo capítulo inicia con una breve reseña de la moda en la ciudad de Cuenca y cómo ha influido la Universidad del Azuay en la misma. Posteriormente se registra los criterios y la producción de los diseñadores de moda que laboran en la ciudad. Para una mayor comprensión, se ha clasificado a los diseñadores en tres grupos según su tipo de trabajo:

Autónomo: diseñadores que producen moda bajo su propio nombre.

Bajo dependencia: diseñadores que se encuentran laborando para una empresa textil o de modas local y no cuentan de una marca propia.

Comerciantes – importadores: Aquellos diseñadores que se dedican a la comercialización de prendas y accesorios de marcas o diseñadores extranjeros.

Y en el último capítulo se encuentra un análisis de los datos obtenidos, en base al cual se construyen criterios que representan el estado de la Moda en Cuenca. Para lograr una comprensión más sencilla sobre este análisis se utilizarán herramientas gráficas complementadas por su debida interpretación y una reflexión por parte de la autora.



Capítulo 1

Moda, Diseño y Producción.

En este capítulo se registrarán los conceptos y metodologías básicos sobre la moda y el diseño de modas de diferentes autores, cuyo pensamiento se vincula directamente con la moda a nivel global brindando importantes puntos de vista para mejorar la comprensión con respecto al tema.

Esta información es muy importante para el desarrollo de la investigación de este proyecto porque se dará a conocer los criterios base sobre las que la moda global se desenvuelve. De esta manera se clarificarán los conceptos y variables con los que

se realizará la investigación posterior en el presente proyecto, cuyo objetivo es el ubicar los criterios de moda con los que los diseñadores locales producen moda. realizará la investigación posterior en el presente proyecto, cuyo objetivo es el ubicar los criterios de moda con los que los diseñadores locales producen moda.

1.1 La producción de modas y el papel del diseñador.

Actualmente, la moda es una de las industrias más importantes en el mundo entero que convierte a la población en personajes fundamentales dentro de su crecimiento como elementos de consumo de la misma. Según el Diccionario de la Real Academia Española el término moda se define como: "uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos." (DRAE, 2013) Esta definición nos da una idea limitada de lo que la moda implica, y para dar una verdadera definición se debería analizar todos los factores que influyen para que una costumbre en este caso al vestir en un lugar determinado pueda ser catalogada como moda.

Para entender lo que la moda en realidad se debe analizar los diversos conceptos de este comenzando en las raíces del término en sí. Así, etimológicamente el término moda, proviene del latín "modus" que significa elección, refiriéndose a costumbres en el modo de vestir dentro de una sociedad en un lugar determinado que varíen notoriamente o no en las diferentes etapas de la vida.

Para comenzar el análisis de los diferentes conceptos que envuelven al significado de la moda, tomaremos un concepto básico de Larissa Lando, autora de "Diseño de Modas: Conceptos Básicos", quien dice que la moda se podría tomar como un concepto aplicable a diferentes fenómenos de la actividad humana, que

está expuesto a cambios constantes en cuanto a criterios propuestos por un referente. Lo que quiere decir que el término moda se usa para sintetizar en una palabra todos los cambios de apariencia que se van produciendo dentro de un grupo de individuos que toman por decisión propia seguir un referente el cual introduce una nueva costumbre por un tiempo delimitado.

Por otra parte tenemos un concepto más complejo de lo que la moda implica según el sociólogo Georg Simmel. "La moda es imitación de un modelo dado, lo que satisface la necesidad de apoyarse en la sociedad librándose del tormento de decidir, transfiriendo a los demás las exigencias de ser originales, reduciendo la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla. Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar, a destacarse." (Jorge, 2000, págs. 237 - 250)

Para sintetizar lo dicho anteriormente, Simmel afirma que "La moda, es hija tanto del pensamiento como de la estupidez" (Simmel, 1988); esto quiere decir que la moda sirve para integrar a los individuos y hacerlos sentirse pertenecientes a un grupo, al mismo tiempo que busca diferenciar y hacer sobresalir a cada individuo de dicho grupo. Analizando detenidamente este concepto que para Simmel es el punto de partida para comprender a la moda en la modernidad y postmodernidad, se llega a la conclusión de que lo que quiere decir es que el individuo está clasificado en dos grupos distantes. Al mencionar "el pensamiento" se refiere al grupo de individuos que crean su personalidad intentando no imitar la de otros; y al referirse a "la estupidez", habla de aquellos que imitan

lo que más les atrae de una sociedad, sin un estilo propio y que son fáciles de manipular. Sin embargo estos dos grupos se pueden conjugar en una misma persona que se contradice a sí misma. A pesar que este concepto fue dado en el siglo XX se puede apreciar que en la actualidad algunos elementos o la esencia del mismo se han conservado y se han ido acoplado a la sociedad que se desenvuelve en el momento.

Se dice que la moda nace de la diferenciación de clases sociales como un deseo de querer demostrar la separación que existe entre ellas. De esta forma, las clases sociales altas y con un poder adquisitivo mayor son las encargadas de imponer una moda o estilo hasta que las clases sociales más bajas comienzan a imitarlas, es ahí cuando se cree "necesario" buscar una nueva moda para poder diferenciarse de aquel grupo imitador.

Según Simmel, estos ciclos cada vez se vuelven y volverán más cortos para así dejar una incertidumbre y las ansias de saber qué es lo que le sigue a continuación. Actualmente los consumidores se han visto envueltos en una relación de dependencia en cuanto al cambio de la moda, creando un público que está siempre pendiente de los cambios que se realizan y que se ofrece voluntaria e inconscientemente a cooperar en la inserción de nuevos estilos dentro de su grupo social.

Otro punto de vista sobre lo que la moda significa realmente lo da José Gaspar Birlanga doctor en Filosofía y profesor de Estética y teoría de las Artes en la Universidad Autónoma de Madrid quien brinda un comentario de cómo la moda debe de ser vista en la actualidad.

"Frente a la idea de la moda como algo trivial, banal y superficial, se propone analizarla en el contexto de la vida y de la cultura de la modernidad. La moda revela otra significación bien distinta cuando se relacionan las distintas perspectivas de análisis: bien sea filosófico, estético, sociológico, psicológico... La moda, como discurso que nos afecta personal y socialmente en el contexto de la modernidad, revela su capacidad de crítica respecto a aquellos valores que ya no se consideran vigentes. Como caja de resonancia de los cambios más profundos de una época, expresa también los nuevos valores. La naturaleza narrativa de la moda, su complejidad y su carácter polifacético requieren una consideración multidisciplinar desde la que acceder al discurso que traza tanto desde el individuo como desde el grupo social; tanto desde la consideración antropológica como desde la sociológica; tanto desde la vida metropolitana y desde la economía monetaria hasta la estetización de lo real. Si bien de manera efímera y cambiante, la moda atraviesa, como constante, los tiempos modernos." (Birlanga, 2007, págs. 499 - 532)

Este concepto se ha ido desarrollando hasta llegar a considerar la moda como un elemento cultural multidisciplinario y un fenómeno polifacético dentro de la sociedad moderna ya que se le puede

“La moda, es hija tanto del pensamiento como de la estupidez”

- Georg Simmel

dar distintos significados de acuerdo a diferentes puntos de vista, estos pueden ser estéticos, fisiológicos, sociológicos, ergonómicos, psicológicos, etc. Todos estos factores influyen para que la moda sea, como ya se mencionó antes un proceso que se asocia con la expresión individual y social; y los cambios que presenta en un grupo social ya sea en la concepción de la moda o vivencia de la misma. Este proceso ha llevado a que la moda se muestre como parte de la historia de una sociedad; es decir que si la moda es el reflejo de varios elementos que dan identidad a un grupo determinado esta puede contar el desarrollo de la misma a través del tiempo, sus características, ideologías, entre otros.

Según lo anteriormente analizado, existen rasgos notorios que caracterizan más específicamente a la moda haciendo que, la idea de que moda es "la manera de vestir de una persona", quede desplazada por un concepto más complejo. A continuación describiremos dichos rasgos, los cuales son: social, variabilidad y la diferenciación entre imitación e innovación.

Social, como ya se ha venido recalando, la moda se crea, desarrolla y evoluciona en un grupo de individuos, convirtiendo así a la sociedad en pieza fundamental para la moda; la pluralidad y al mismo tiempo homogeneidad que se presenta dentro de un grupo social es el que vuelve al ciclo de moda más dinámico ya que las discusiones e interrogantes que se presentan en el grupo permiten que la moda siempre encuentre como un tema fresco del cual todos sean capaces de opinar y compartir.

Variabilidad, variación de la moda: se podría decir que es

consecuencia de las discusiones ocasionadas por la sociedad envuelta en la moda. Esta variación hace referencia a los cambios que se producen al renovar la moda dentro de un ciclo constante y periódico que ha sido marcado referentes mundiales de moda, estas son las temporadas mercantiles que se han transformado en temporadas de presentación de moda presentadas dos veces al año como primavera – verano y otoño – invierno. Es aquí donde la moda cambia, ya que se proponen nuevos colores, formas, estilos, conceptos e identidades.

Sin embargo, actualmente se ha perdido la importancia en cuanto al tiempo en el que algo se encuentra de moda, la cual es la razón para que muchos diseñadores y empresas a cargo de marcar tendencias tomen rasgos y elementos de modas pasadas insertándolas en el medio y presentándolas como nuevas; de esta manera volvemos a considerar a la moda como un proceso cíclico que se repite en diferentes tiempos.

Diferencia entre imitación e innovación, la moda es considerada mundialmente como un medio receptor y emisor ya que lo que ella recoge se convierte en un elemento importante en el mercado el cual es transmitido al público como un objeto que impacta a sus sensibilidades. Entonces, al momento de recoger elementos para convertirlos en moda se pueden discernir entre lo que en realidad se está innovando y lo que regresa a la moda como una copia o imitación. Aunque es esencial que la moda se esté innovando constantemente también es necesario que la imitación de modas pasadas que han tenido una buena acogida sean utilizadas pero no como una imitación total sino como una inserción y complemento en la moda que se está desarrollando.

El público receptor es el encargado de imitar las modas propuestas; en su mayoría las aceptan ya que están conforme a su gusto que es el que rige a la elección del consumidor.

Pueden influir varios factores al momento de adquirir una moda pero si no impacta el gusto del público al que se dirige dicha moda se ve desechada prematuramente; esta es una de las razones por las que es importante imitar rasgos pasados porque se asegura que causará un impacto en el consumidor que lo llevará a adquirir un nuevo pensamiento con respecto a la moda de su medio. Si bien se ha dicho que el consumidor elige la moda llevado por su gusto, la moda en sí debe ser trabajada de tal forma que el gusto personal de la o las personas que la están creando no influya directamente sino se encuentre perceptible como una esencia de la personalidad de sus creadores.

Dado el sentido estético y expresivo de la moda, el diseñador es el principal responsable de la producción creativa y artística dentro de la industria, la misma que se realiza personalmente o bajo su consentimiento y supervisión. Son los encargados de presentar al público el resultado final de un largo proceso investigativo y creativo en el cual se recopila toda la información para poder satisfacer las necesidades de un mercado también previamente analizado y escogido, insertando en él el ingenio del diseñador.

Es importante que el diseñador esté consciente de la competencia que posee en su medio y también que la copia y falta de originalidad

en muchos casos generan pérdidas y más que nada manchan su propio nombre o marca. Así que, el diseñador debe estar en constante mejora e investigación para así poder anticiparse con más seguridad a una ganancia o fracaso.

Existen muchos aspectos que el diseñador debe tomar en cuenta en el momento que va a diseñar; uno de ellos es el nivel socio-económico del mercado al que se dirige. Depende de esto, se pueden elegir distintos tipos de materiales y técnicas de confección, en sí el diseño varía mucho según este factor ya que las necesidades de los diferentes grupos sociales son distintas y en algunos casos completamente diferentes. Una mala dirección en el diseño puede provocar que no sea acogida por el mercado y retirada del mismo en un lapso de tiempo que no era el esperado; se dice que la clase media dentro de las sociedades es la que decide si una moda trasciende o no ya que es donde se encuentra la mayoría de la población.

El conocimiento sobre la tecnología con la que se cuenta es un punto clave al momento de diseñar; ya que por un lado tenemos la libertad que el imaginario del diseñador crea al momento del diseño y por el otro las limitaciones que la tecnología puede presentar al momento de la confección. Una tecnología no adecuada puede causar que el diseño sufra cambios tan drásticos que el resultado final sea completamente diferente al planteado en un comienzo; puede que el resultado sea el deseado pero ergonómicamente.

Otro factor que el diseñador debe tener en cuenta es el hecho

que la moda se ha globalizado. Este fenómeno presenta dos caras la primera es la facilidad con la que una moda se puede transmitir rápidamente llegando a más personas y por otro lado ha causado la pérdida de la identidad en la vestimenta de muchas culturas pequeñas que han sido consumidas por potencias mundiales.

1.2 Recorrido del diseño profesional de modas a través del tiempo.

Se cree importante realizar un recorrido desde los comienzos de la historia de la moda para entender claramente como esta ha ido tomando lugar a nivel mundial hasta llegar al impacto que ha tomado actualmente y como se ha posicionado como una de las industrias mundiales más poderosas en el campo económico y social.

El uso de vestimenta siempre se vio marcado por la posición socio-económica del individuo que la esté utilizando. Tal que la clase social adinerada era la única que contaba con vestimenta especial que se podría decir "diseñada" para ellos, que constaba de adornos y materiales de mejor calidad a costos elevadísimos convirtiendo a la moda en un lujo; y dejaba al resto de la población sin la posibilidad de conseguir una de estas prendas, forzándolos a utilizar vestimenta sin gusto ni diferenciación entre ella casi como

un uniforme.

La historia dice que la moda se definió como tal en la segunda mitad del siglo XV, cuando la economía llegó a mantenerse estable dentro de las diferentes sociedades, siendo el pueblo capaz de invertir un poco más de sus ingresos en la vestimenta lo que llevaría a imitar a la nobleza a su manera, introduciendo su estilo de vida. De esta manera, los cambios en la vestimenta comienzan a realizarse de una manera más seguida, mejorando los materiales y técnicas que se utilizaban para su confección siendo la sofisticación el objetivo principal a seguir, conjuntamente con la conservación del lujo en las clases sociales altas pero viéndose cada vez más alcanzable para el resto de la sociedad .

Sin embargo, el término moda es utilizado por primera vez dentro de las cortes francesas en el siglo XVII, cuando las mujeres calificaban un vestido del agrado común como "á la mode" (Wiktionary, 2014) difundiéndose poco a poco al resto de la sociedad, continente y trascendiendo al resto del mundo.

En el siglo XIX, aparece el primer diseñador de moda que firmó sus creaciones. El británico Charles Frederick Worth, ganó fama trabajando como modisto en las cortes francesas e inglesas, convirtió el vestir de una simple forma de expresión de estatus a un negocio con buenos resultados ya que contaba con una base sólida desde hace más de cien años atrás en la cual, la gente, que se convertiría en el mercado, no se había dado cuenta de la dependencia que ellos mismos habrían creado hacia dicha expresión al vestir.

Charles Worth, abrió el camino a muchos otros diseñadores talentosos para que muestren su obra. Algunos de ellos han puesto su nombre en alto y han trascendido en el tiempo ya que el aporte de sus criterios ha transformado a la moda hasta llegar a convertirla en lo que nosotros conocemos actualmente.

Pero es importante mencionar a quien realmente marcó un cambio radical en lo que la moda consistía: Paul Poiret. Este modisto francés tuvo como maestro y mentor al mismo Charles Worth para quien trabajó durante algunos años antes de independizarse y comenzar a diseñar bajo su propia firma. Ha sido considerado el "Rey de la Moda" y comparado con Picasso (Patner, 2007) por los cambios drásticos que realizó dentro de la moda que en ese entonces se conocía como normal. El aporte más importante que realizó Poiret fue la liberación del cuerpo femenino desprendiéndose del corset. Esta revolución no solo cambió la manera de vestir de las mujeres sino también cambió su estilo de vida ya que la manera de moverse de las mujeres se facilitó y mejoró su aporte y rendimiento en diferentes actividades.

Así, se han marcado a través del tiempo hasta la actualidad

“La moda, reivindica el derecho individual de valorizar lo efímero.”

- Coco Chanel

nombres como Coco Chanel, Madeleine Vionnet, Nina Ricci, Jacques Doucet se los considera diseñadores que han impuesto una moda clásica ya que han marcado un estilo que se mantiene sin cambios significativos únicamente innovando y acoplándose al tiempo y la sociedad; Christian Dior, Versace, Valentino, quienes a su tiempo marcaron cambios importantes en los parámetros fijados anteriormente en la moda y se los considera como diseñadores modernos; y por último los diseñadores y firmas de moda contemporáneos que se encuentran innovando el mundo de la moda a nivel mundial como son Dolce & Gabbana, Carolina Herrera, Alexander McQueen, Michael Kors, Marc Jacobs, Armani, entre otros.

Estos son algunos de los diseñadores y casas de moda que destacan en el mundo y la industria actualmente y exponen un concepto que identifica al diseñador y su obra posicionándolos como referentes mundiales que imponen la moda que la sociedad recibe y participa de ella.

1.3 La globalización de la moda.

En las últimas décadas la economía mundial ha presentado un avance informacional y global; el ser informacional significa que cada empresa, industria, etc, dependen de su capacidad para producir y vender conociendo la competencia que se tiene; por otro lado el ser global es encontrarse en un medio en el cual no solo la empresa sino también el producto, materiales, mano de obra, gestión y publicidad se encuentran en una organización predeterminada. (Martinez Barreiro, 2006) Este fenómeno económico da paso a poder hablar sobre una globalización también en la moda ya que según Singleton (2000) la industria textil posee una existencia efímera ya que es reemplazada constantemente por nuevas industrias con ideas más innovadoras.

La globalización mundial ha producido un cambio en cuanto a la economía y a los medios de comunicación quienes son los encargados de realizar la producción y distribución de un estilo de vida. Estos cambios no solo se han hecho en la comunicación y economía sino también en el ámbito personal, donde un individuo se ve relacionado con este y se deja moldear fácilmente, un ejemplo claro de esta influencia se lo puede apreciar al momento en el que el individuo elige como vestirse.

Así mismo, la moda se ve entrelazada con la globalización ya que cruza fronteras a nivel mundial y la población está al tanto de nuevas tecnologías y tendencias; ya que actualmente, los archivos,

imágenes y productos se dispersan por el mundo a una velocidad mayor que la normal llegando hasta casi todos los rincones del planeta con una carga de información actualizada.

Por esta razón, la moda ha sufrido cambios notorios en su estructura principal ya que la industria textil necesita subsistir en el mundo para lo que se ha tenido que ir acoplando a las necesidades del mercado que ha llevado a la creación de industrias poderosas que producen moda en serie, como es el claro ejemplo de la empresa estadounidense Gap, creada en el año de 1969 en San Francisco por Don y Doris Fisher; se ha convertido en la transnacional más importante en cuanto a la producción en serie de ropa. A esta le han seguido transnacionales a nivel mundial con igual importancia que se han dedicado a comerciar ropa para todo tipo de público como Tommy Hilfiger, ZARA, Abercrombie, American Eagle, Old Navy, Aeropostal, Forever 21, Carters, Childrens Place, entre otras.

En la actualidad la sociedad ha sido bombardeada por información y publicidad de dichas transnacionales que han provocado en las personas el deseo de mantenerse al tanto sobre las corrientes y tendencias que se encuentran relativamente al alcance del consumidor, siendo la moda el principal objeto a venderse ya que el marketing la ha pintado como un elemento necesario en una persona para ser aceptado dentro de un grupo social.

1.4 El proceso creativo en el diseño de modas.

El proceso creativo dentro del diseño es una de las partes más importantes dentro de la producción de moda, ya que aparte de analizar los factores de los que hablamos anteriormente, organiza de una manera clara y eficaz todos los elementos a utilizar en la realización de un diseño dejándolos expuestos para no obviar ninguno de ellos. Para lograr un proceso productivo óptimo existen herramientas útiles y elementos que componen un plan de trabajo completo.

Para realizar de una manera más ordenada este plan de trabajo mencionado, en la moda se ha creado una herramienta básica llamada comúnmente como "brief de diseño" o planeación de diseño. Para entender lo que esto significa a continuación tenemos un breve concepto sobre este término empleado: "Un brief de diseño es un documento integral que reúne los parámetros con los que un diseñador o un departamento de diseño empieza a elaborar una pieza gráfica. Este documento es esencial en todo el proceso de la cadena y garantiza al diseñador una idea clara de lo que debe hacer y le permite planear su trabajo desde conceptos concretos." (Red Gráfica, 2014)

Mantener un plan de diseño facilita llevar las guías correctas al momento de la producción, dentro de este se hacen preguntas como: ¿Qué se va a hacer?, ¿Para quién está dirigido el diseño?, ¿Cómo se va a realizar?, ¿De qué va a estar hecho?, ¿Para

cuándo?. Se obtiene cada detalle sea grande o pequeño para que nada se pierda en el proceso.

En la página 27 del libro "1 Brief, 50 Designers, 50 Solutions in Fashion Design" se encuentra un listado de algunos temas sobre los que el diseñador debería hacer una búsqueda y adjuntarlo en su brief de proceso creativo. Esta lista es:

Búsqueda de materiales:

- Telas
- Composición de la tela.
- Color.
- Estampados y otros terminados.

Búsqueda de conceptos:

- Influencias culturales.
- Influencias históricas.
- Tendencias.

Búsqueda de tendencias:

- Tendencias en internet.
- Tendencias en revistas y libros.
- Tendencias en empresas especializadas.
- Cool hunting.

Aparte de todas estas búsquedas, como parte del proceso creativo, el diseñador debe adjuntar los bocetos y muestras de acabados que desea aplicar en el diseño final, de igual manera muestras de insumos y otros materiales.



Capítulo 2

La Moda en Cuenca.

Así como en el resto del mundo, debido a la globalización en la que se ve envuelta la industria de la moda; en estos últimos años ha tomado un lugar importante y de renombre en la ciudad de Cuenca, lo que hace necesario un estudio exhaustivo de la moda para entender su desarrollo en nuestra sociedad, como se ha consolidado dicha actividad de crear moda y cómo se la maneja para darle una identidad propia; para lo que es importante estudiar la moda vista a través de los actores que la producen, el concepto, criterios y argumentos que generan al realizar sus creaciones; y las corrientes que se desprenden de tal proceso creativo. La intención de realizar este proyecto nace de la necesidad de un estudio local

sobre la moda, ya que hasta el momento no se ha analizado a la producción de moda local desde un punto de vista más profundo donde los actores creadores de moda son quienes aportan sus criterios para construir un pensamiento de moda en Cuenca.

“El diseño en Cuenca ha tomado posición, y es reconocido; en algunos casos desde el anonimato, los diseñadores han dado vida real a objetos e imágenes que hoy hablan solas y lo hacen desde el buen diseño, configuran con imágenes y productos la vida cotidiana y son parte ya de nuestra vida e historia. El diseño ha dado claras muestras de fortalecer y reavivar la cultura local en un claro vínculo con el trabajo artesanal y en la recuperación de valores para reafirmar nuestra identidad.” (Malo, UDA 40 años, 2008, pág. 164)

Desde hace casi 29 años, la Escuela de Diseño de la Universidad del Azuay, ha venido trabajando para crear diseño en Cuenca y el país, ya que se consideraron todos los factores que volvían a la ciudad de Cuenca con fuertes vínculos con las artes plásticas, la artesanía y una industria creciente, en un punto estratégico para que el diseño se pueda desarrollar beneficiosa y reconocidamente.

En el año 2001, la Escuela de Diseño cambió su malla curricular para ofrecer diseñadores especializados por áreas en lugar de diseñadores generalistas quienes se venían introduciendo desde el año de 1984. Así de esta manera, se comenzó a ofrecer Diseño de Objetos, Diseño Gráfico y Diseño Textil y Moda como carrera de estudio especializado.

La escuela de Diseño Textil y de Modas de la Universidad del Azuay, cumple un papel importante en el desarrollo del diseño de moda en la ciudad ya que es la única escuela local que brinda a la comunidad el estudio y capacitación en el diseño de modas; así existe un registro de 134 diseñadores graduados (UDA, 2013) de los

cuales aproximadamente 30 tienen marca propia, producen moda localmente y han sido reconocidos nacional y en algunos casos internacionalmente, los mismos que tienen diferentes conceptos y estilos; de ellos podemos reconocer ciertos nombres que ya han sido reconocidos y galardonados como Diego Peña, uno de los primeros diseñadores de modas graduados y pioneros en el campo laboral; Silvia Zeas, que con sus diseños intenta devolver la carga cultural a la moda que produce; Pedro Cueva, recientemente ganó una presea en un Miami Fashion Week, Alexandra Donoso, Pablo Ampuero, Danny Arias, Yolima Carrasco, Lula Martinez, entre otros, son algunos de los diseñadores que están laborando en el área de la moda independientemente y de quienes tenemos material para dar breves descripciones de cada uno de ellos.

“De alguna manera los primeros diseñadores abrieron el camino para lo que hoy no sólo se aprecia como valor agregado, sino como el valor esencial del producto: el diseño. No basta con las ideas bonitas, el ágil dibujo y el buen gusto, el diseño debe ser asumido por un profesional; la gente hoy conoce y exige diseño.” (Malo, UDA 40 años, 2008, pág. 164)

“De alguna manera los primeros diseñadores abrieron el camino para lo que hoy no sólo se aprecia como valor agregado, sino como el valor esencial del producto: el diseño...”

- Genoveva Malo.

Pero ¿Cuál es la visión de estos actores que crean la moda en la ciudad? ¿Están creando un concepto definido en sus obras? ¿Podemos con solo decir sus nombres identificar sus criterios de diseño?

Este estudio pretende dejar al descubierto de una manera clara el pensamiento y producción de los diseñadores acerca de sus obras, corrientes, y estilos que marcan su moda en la ciudad de Cuenca. Todo esto en pro de que la moda no sea “moda por moda” sino la expresión de una identidad y un pensamiento que es el motor de todo un proceso creativo.

Se persigue con la presente aportar con un registro y análisis minucioso sobre el concepto y producción de los diseñadores cuencanos que sirva como una herramienta para el desempeño de su profesión y que además beneficie directamente al diseñador, diseño y consumidor, de igual manera que exponga con claridad los criterios que se manejan localmente para crear moda.

2.1 Diseñadores de Moda en Cuenca.

Para conocer el diseño y producción de moda en Cuenca, se realiza el presente estudio desde el punto de vista de los diseñadores de moda locales que se han graduado en la Universidad del Azuay.

En este capítulo se documentará el trabajo que se encuentran realizando actualmente dichos diseñadores, de igual manera se registrarán los conceptos y puntos de vista que poseen con respecto a la moda en Cuenca para así tener una idea mas clara de lo que se está produciendo localmente y cómo ha llegado a tener importancia dentro de la industria de moda.

Al final, analizaremos la información obtenida para poder sacar conclusiones sobre el proyecto.

A continuación explicaremos las variables a tomar en cuenta dentro de la recolección de datos y análisis de los mismos.

Pensamiento:

Conceptos y criterios: el registro de los diferentes pensamientos y puntos de vista que los diseñadores poseen acerca de la moda global y local. De igual manera, se registrarán los criterios que los diseñadores poseen al diseñar. Estos datos se dividirán en dos partes: Criterios sobre moda y cómo ve la moda en Cuenca.

Proceso de diseño:

Inspiración: la fuente de donde surgen las ideas al momento de diseñar.

Referentes: si existe algún diseñador o marca de moda específico del cual tome rasgos o estilos.

Tendencias: saber si el diseñador se encuentra siguiendo tendencias de moda mundiales para mantenerse actualizado y si las está comparando con las tendencias utilizadas en el medio local.

Cabe recalcar, que los referentes y tendencias del diseñador son elementos importantes dentro de nuestro estudio ya que con dicha información se podría comparar la manera en la que ellos producen moda con la que se produce mundialmente y a gran escala.

Producción:

Confección y acabados: es necesario saber si el diseñador participa en la confección de sus diseños para poder comprender en el estado en que se encuentra establecido y sus actividades en todo el plan de diseño, es decir que según estos datos se podría clarificar si el diseñador se encuentra comenzando su propia firma o producción, o si posee experiencia que le permite únicamente el supervisar el proceso de confección rigiéndose a ser el encargado del proceso creativo en su diseño.

Ventas:

Distribución: el medio por el que los diseñadores comercializan sus creaciones, se registrará si el diseñador cuenta con un espacio físico (almacén, showroom, etc.) con su ubicación o la manera en la que exponen sus prendas.

Publicidad: son las maneras en las que el diseñador exhibe y promociona sus productos a la sociedad por medios de comunicación.

Para facilitar la clasificación de los diseñadores profesionales que laboran se han tomado tres términos con los cuales se los denomina en el resto del capítulo. Estos términos son:

Autónomo: aquellos diseñadores que laboran bajo su propia firma o marca.

Bajo dependencia laboral: aquellos diseñadores que se encuentran laborando para una empresa textil o de modas local y no cuentan de una marca propia. En este grupo también se incluyen a los diseñadores que aportan a la moda de una manera indirecta, como es el caso de los docentes, ya que no producen moda pero imparten conocimientos a otros para que ellos puedan crear.

Comerciantes – importadores: Aquellos diseñadores que comercializan moda extranjera.

Para conseguir dicha información, se ha realizado una investigación de campo en la cual se localizaron a los diseñadores graduados que se encuentren actualmente laborando en la industria textil y de modas local. Para esto, se tomaron un total de 134 diseñadores correspondientes a los titulados en la Universidad del Azuay desde el año 2005 hasta el año 2013, de los cuales se obtuvieron los siguientes datos expresados en tablas donde se indica por promoción los diseñadores que laboran en el campo de la moda conjuntamente con su tipo de trabajo.

2005	Trabajo		
	Autónomo	Bajo Dependencia	Comerciante
Diego Peña	DP Designer Store		
2006			
Alexandra Donoso	Alexandra Donoso		
Ruth Galindo	Fit		
Gabriela González	Gabriela González		
Paola Machaso	Gemely's		
Jasmina Mancheno	Mina Accesorios		
Silvia Zeas	Silvia Zeas		
2007			
Lourdes Martínez	Lula Martínez		
Carolina Meneses	Carolina Meneses	Ministerio de Industrias	
Claudia Polo	Claudia Polo Galería		
2008			
Vanesa Trujillo	Vanesa Trujillo		
2009			
Cindy Céleri	Cindy		
Sebastián Quezada	Bolsón Bolsos		
Salomé Vélez	Uniformes		
Freddy Romero	FRZ		
Fernanda Cabrera		Uniformes empresariales	
2010			
Danny Arias	Danny Arias		
Ma. Carmen Trelles		Universidad del Azuay	
Pablo Ampuero	Ampuero		
Angélica Brito	Malenka		
Mónica Vivar	Mónica Vivar		
2011			
José Altamirano	Joshelo		
Yolima Carrasco	YC		
Cristina Díaz			Clementina
Andrea González		Trapitos	
Belén Gordillo	Belén Gordillo		
Carolina Vázquez			Clementina
Jessie Ochoa	Jessie Ochoa		
Paul Suárez	Mónica Vivar		
2012			
Karla Abad	Karla Abad		
Ma. José Azúa	Ma. José Azúa		
Cristina Bedoya		Daniella's Collection	
Karina Crespo	Cresspo		
Paulina Enderica	Pauline		
Christian López	Lutgardo		
Ximena Mogrovejo	Mena Mö		
Geovanna Pesántez		Trazos	
Mónica Valdez	Mónica Valdez		
Andrea Wilches	Andrea Wilches		
Fernanda Rojas		Daveros	
2013			
Isabel Borrero	Yana		
Génesis Cobos		Centro Textil UDA	
Belén Cordero	beCo		
Camila Miranda	Limón Accesorios		
Gabriela Valdivieso	Gabriela Valdivieso		
Nicol Valencia	Bla		
Sofía Vázquez		Indurop	

Por lo tanto, se cuenta con 47 diseñadores graduados que laboran en la producción de moda a nivel local de los cuales se analizarán 33. Se tenía como objetivo el registrar y analizar al total de dichos diseñadores (48); pero lamentablemente 14 de ellos no estuvieron dispuestos a cooperar.

Para poder registrar el trabajo y pensamiento de este universo más definido de diseñadores, se ha trabajado mediante encuestas que recogieron datos cuantitativos y cualitativos. Así se realizaron tres modelos de encuesta a cada tipo de diseñador identificado en el estudio (Anexos 1), en la cual se registran datos generales de cada uno de ellos y su opinión con respecto a la moda local. Conjuntamente se registró fotográficamente la producción de un grupo de diseñadores que se ha establecido sólidamente en el campo laboral, el mismo que se ha utilizado para complementar el perfil de cada profesional expuesto a través de este capítulo.

Las encuestas fueron realizadas por la autora del proyecto desde el mes de Marzo hasta los primeros días del mes de Junio. En este transcurso se entrevistó personalmente a una gran cantidad de diseñadores en su lugar de trabajo; sin embargo 8 diseñadores, fueron entrevistados vía internet (Mail, redes sociales, Skype) debido a la falta de disponibilidad en su tiempo.

Todas las imágenes que se utilizan en este documento han sido recolectadas por la autora con la debida autorización de cada uno de los diseñadores entrevistados y en ciertos casos de los profesionales que realizaron publicidad para las marcas de estos diseñadores.



2.2.1 Diseñadores Autónomos.



Imagen 1: Dis. Diego Peña

Diego Peña

“Siempre quise marcar una diferencia”



Imagen 2: Logo dP

Promoción 2005.

Años de trabajo: 2006 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal para hombres y mujeres.
- Alta costura para pasarela.

Entrevista realizada personalmente, el 05/03/2014



Imagen 3: Colección hombres 2013

Criterios sobre moda.

Prin cipalmente el diseñador cree que la moda está relacionada directamente con la sociedad, donde cumple un tiempo de duración determinado que ha sido marcado por el mercado y los actores productores de moda.

El concepto que utiliza al momento de diseñar, lo considera como propio ya que es el resultado de su personalidad y corrientes extranjeras que han influido en él como la corriente musical del rock y todo lo que esta engloba. Este rasgo ha causado que su identidad como diseñador y sus creaciones sean fácilmente diferenciadas en la industria de moda local y nacional; y que con el paso del tiempo no ha cambiado en gran manera el estilo sino ha seguido con este proceso de innovación e inserción de corrientes de moda ya sean actuales o pasadas creando una variación en sus diseños.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que la moda que se produce en la ciudad se encuentra estancada ya que el mercado local no está abierto a nuevas propuestas de diseño de moda presentadas localmente lo que provoca la comercialización de productos extranjeros que llegan en masa a precios asequibles, que se convierte en el principal causante de que los costos al momento de producir en la industria local sean elevados eliminando la oportunidad de competencia con dichas empresas extranjeras que producen en serie y poseen una mejor tecnología.

Proceso de diseño. Inspiración.

Su inspiración nace cada día por lo que no se puede decir que toma un elemento de inspiración fijo cuando se dedica a diseñar. Cree que la inspiración surge en el momento menos pensado y que se debe aprovechar dicho momento para plasmar sobre papel las ideas que corren por la mente.

Tendencias

Según el diseñador, es muy importante estar al tanto de las tendencias que se manejan mundialmente en el tiempo actual, una tarea a la cual no considera difícil ya que por los medios de comunicación que se tienen al alcance la moda exterior llega de una manera más rápida y eficaz al alcance de quien la necesite.



Imagen 5: Patrones de los diseños de dP.



Imagen 4: Saco perteneciente a la colección del 2013

Referentes

Toma como referente principal al diseñador Alexander McQueen, catalogado como un diseñador contemporáneo quien le sirve como guía al momento de diseñar para pasarela; y como segundo referente a la casa de moda italiana Dolce & Gabbana de igual manera contemporánea para diseñar su línea comercial.

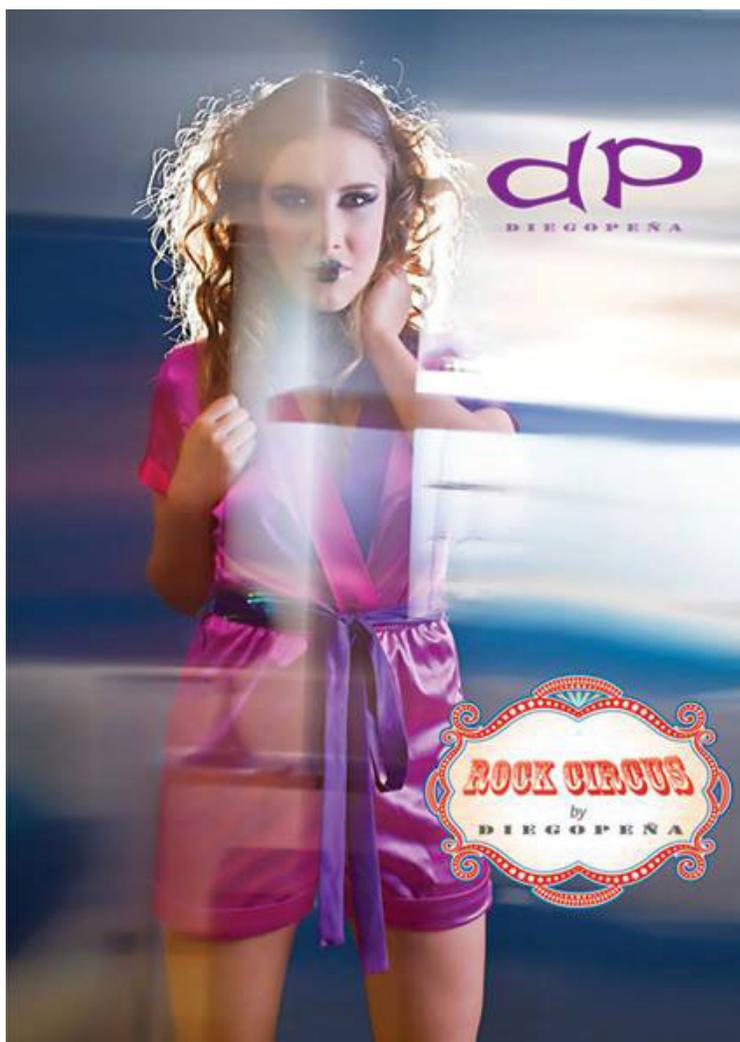


Imagen 6: Publicidad para Rock Circus by Diego Peña.



Imagen 7: Diseño ganador en República Dominicana.

Bocetos.

El diseñador utiliza bocetos exclusivamente para la creación de colecciones para pasarela o editorial, dichos bocetos son realizados con carboncillo, marcadores, pinturas y acuarelas siempre con rasgos sueltos sobre la plantilla de un figurín base para no invertir mucho tiempo en ellos. En cuanto a la línea comercial, no realiza bocetos ya que los modelos ya han sido pre seleccionados y solo se realizan cambios en los detalles y acabados.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas. Considera la elaboración de fichas técnicas como un gasto de tiempo y en vez de estas utiliza fichas de producción donde solo se encuentran las medidas del cliente y unos pocos detalles que diferencien a la prenda. Esto se debe a la cercanía con su taller de producción donde puede supervisar todo el proceso y hacer las correcciones correspondientes a su debido tiempo.

Confección y acabados.

Posee su propio taller de producción donde laboran permanentemente cuatro costureras y posee dos obreros que realizan trabajos eventuales. Como se dijo anteriormente, el diseñador cumple el trabajo de supervisar el proceso de confección pero no interviene en el mismo más que para hacer correcciones y cambios.

De igual manera, el diseñador solo supervisa los acabados donde revisa que la prenda no posea errores, se encuentre limpia y lista para ser entregada.

Venta.

El diseñador posee un showroom propio donde expone su trabajo el mismo que está a la venta, sin embargo gracias a la fama y reconocimiento que ha generado a lo largo de su carrera profesional, realiza trabajos bajo pedido para clientes en las ciudades de Guayaquil y Quito.

DP Designers Store.

Av. 12 de Abril y Gilberto Gatto esq. Sector coliseo Jefferson Pérez.
Cuenca, Ecuador.

Publicidad.

Actualmente se promociona por redes sociales donde muestra un poco de su trabajo y mantiene contacto directo con sus clientes. No utiliza otros medios de publicidad ya que considera que todos los reconocimientos y exposiciones que ha realizado anteriormente generaron la publicidad suficiente como para mantenerse hasta la actualidad, sin embargo participa en eventos de moda no tan frecuente como en el pasado pero le sirve para que su nombre siga impactando en el público.



Imagen 8: Colección femenina Rock Circus.



Imagen 9: Dis. Ruth Galindo junto a su ex-socia la Dis. Daniela López



Imagen 10: Logo Fit.

Ruth Galindo

“La moda mueve a masas”

Promoción 2006.

Años de trabajo: 2005 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal para mujeres.

Entrevista realizada personalmente, el 17/06/2014

Criterios sobre moda.

Para la diseñadora, la moda es toda la indumentaria actual que se utiliza por un gran número de seguidores y que por lo general es pasajero.

Lo que la diseñadora desea resaltar con sus diseños es la elegancia y sensualidad de la silueta femenina.



Imagen 12: Escaparate de Fit Tienda de Diseño, en el mes de Abril del 2014.



Imagen 11: Vestidos realizados por la diseñadora.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Expresa que actualmente se ha visto un gran avance en la producción de moda local ya que existen muchos nuevos diseñadores que han aportado con ideas innovadoras en sus diseños.

Sin embargo, la diseñadora cree que aún no existe un estilo propio en el diseño cuencano debido a los medios de comunicación que poseemos a nuestro alcance. Esto provoca que la producción de moda local sea una copia de lo que se ve en el extranjero.

Proceso de diseño. Inspiración.

No tiene una inspiración definida para sus diseños.

Tendencias

Cree que es muy importante estar al tanto de las tendencias que se utilizan al rededor del mundo porque se debe identificar al diseño en el contexto global, de no ser así la producción de moda que se realiza se encontraría desactualizada.

Referentes

No posee referentes.

Bocetos.

Son parte importante en todo el proceso de producción ya que de este depende si el diseño es el resultado pensado. Por eso un boceto debe de ser explícito y se lo debe entender.

Fichas técnicas.

No realiza fichas técnicas.

Confección y acabados.

Posee su propio taller de producción donde se encuentran costureras trabajando en el patronaje y confección de las prendas.

La diseñadora se encarga en ciertos casos de los acabados en prendas de alta costura como vestidos de gala o de novia, sin embargo las costureras son las que se dedican con mayor frecuencia a esto.

Venta.

Posee un showroom donde exhibe sus diseños y recibe a sus clientes.

Publicidad.

Utiliza redes sociales para su publicidad.

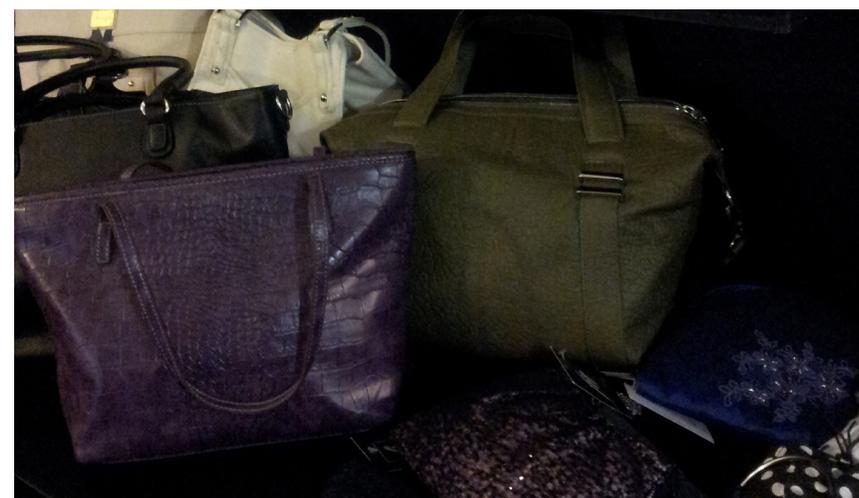


Imagen 13: Bolsos en stock en Fit.

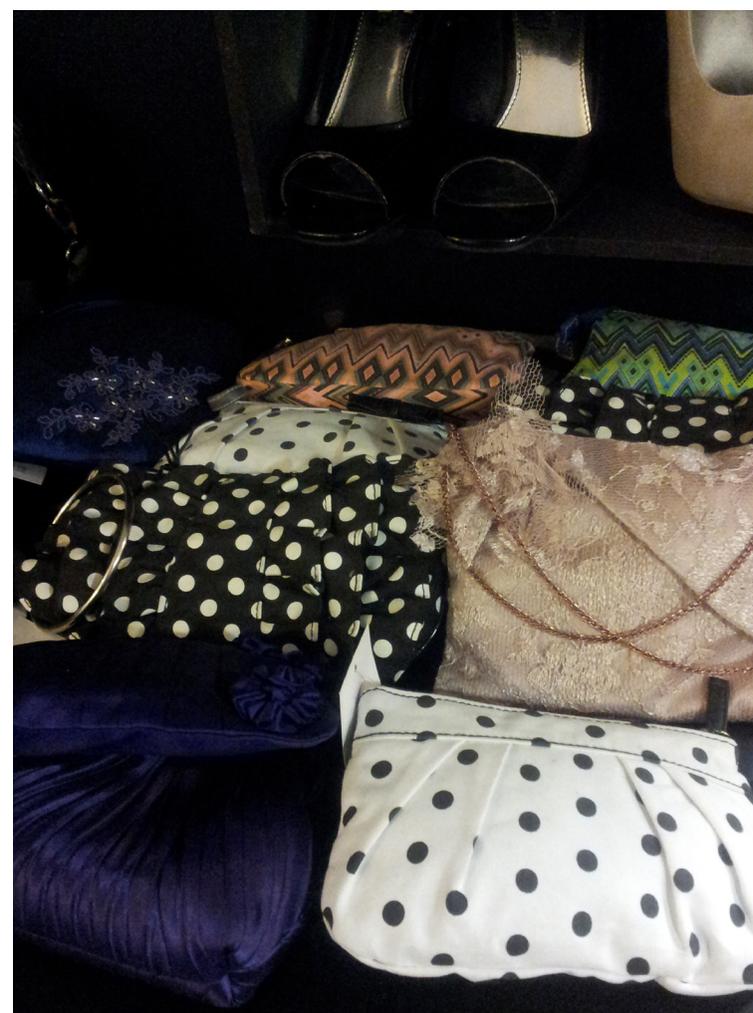


Imagen 14: Algunos de los diseños creados por Fit.



Imagen 15: Dis. Gabriela González.

Gabriela González

“La moda no se luce si no existe seguridad”

Promoción 2006.

Años de trabajo: 2006 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal para mujeres.

Entrevista realizada vía internet, el 14/05/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora considera que la moda es el conjunto de elementos que una persona utiliza diariamente para pertenecer a un grupo dentro de su medio.

En sus diseños desea expresar la belleza que una mujer posee interiormente a través de la seguridad que muestra al usar una prenda.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que la moda en la ciudad se encuentra en un proceso de crecimiento porque los diseñadores aún se encuentran experimentando en la manera que producen moda y no se ha encontrado una identidad propia para el diseño.

Espera que en un futuro cercano el diseño de modas local sea reconocido a nivel nacional por su innovación y calidad.



Imagen 16: Vestidos para el Festival de la Lira.

Proceso de diseño. Inspiración.

No tiene una inspiración definida para sus diseños.

Tendencias

Se actualiza sobre las tendencias de moda que se están ocupando en el momento.

Referentes

No posee referentes.

Bocetos.

Siempre realiza bocetos para sus diseños.

Fichas técnicas.

No realiza fichas técnicas.

Confección y acabados.

Ella es la encargada de la confección de sus diseños ya que posee un taller propio en su domicilio.

Considera que los acabados de una prenda son una parte esencial en el diseño ya que en su mayoría es ahí donde se encuentra la mayor carga conceptual de la prenda.



Imagen 17: La diseñadora realizando bocetos.



Imagen 18: La diseñadora en el proceso de confección.

Venta.

Todo su trabajo se realiza bajo pedido, por lo que no posee un showroom donde exhibe su trabajo.

Publicidad.

Utiliza redes sociales para publicitar el trabajo que realiza, utiliza las referencias de sus clientes como medio de publicidad.



Imagen 19 y 20: Diseños de Gabriela González.



Imagen 21: Diseñadora Silvia Zeas

Sivia Zeas

“Nuestra identidad cultural nos identifica como diseñadores ecuatorianos alrededor del mundo”



Imagen 22: Logo SZ

Promoción 2006.

Años de trabajo: 2006 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa formal para mujeres.
- Alta costura para pasarela y reinas de belleza.

Entrevista realizada personalmente, el 17/03/2014

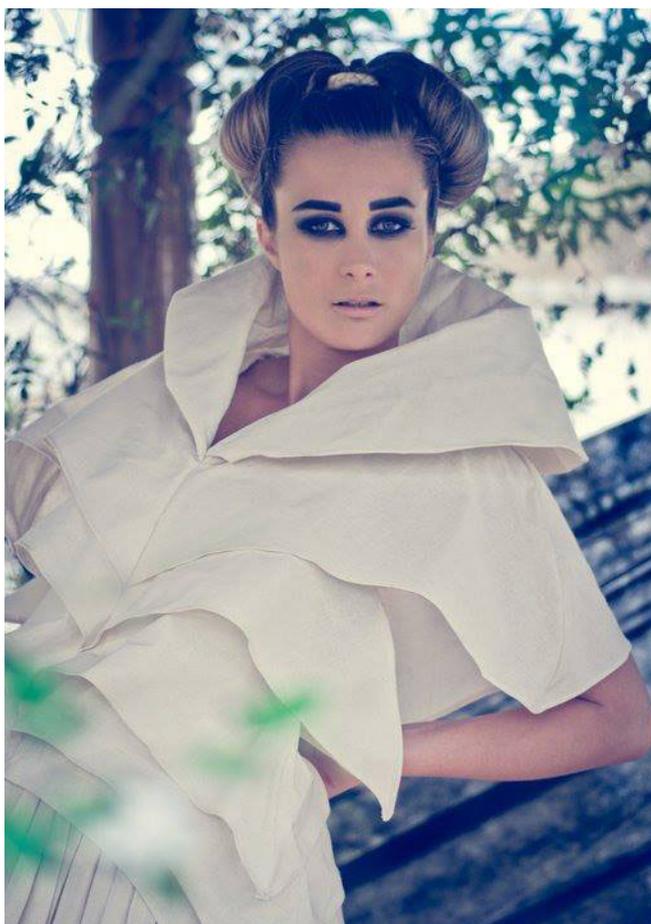


Imagen 23: Diseño para Fashion Makers.

Criterios sobre moda.

Lo que desea transmitir mediante sus diseños es identidad; por eso toma varias culturas del país como base de sus diseños, al mismo tiempo intenta integrar a los artesanos locales para que la carga conceptual de sus diseños sea aún más grande y porque considera que al trabajar con artesanos se aprenden muchas cosas que sirven al momento de diseñar. Cree que se debería explotar más la inserción de la identidad cultural que se posee a nivel local y nacional dentro del diseño, porque es un elemento que distingue a la cultura y que puede servir de gran manera para que la moda se distinga si se la logra trabajar equilibradamente.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La moda es un estilo basado en una tendencia que se convierte en la manera de expresión de una persona; dicho estilo convierte a un individuo en parte de un grupo dentro de la sociedad en el cual existen otros con afinidades y gustos semejantes.

La moda cuencana se encuentra en una etapa de crecimiento la cual debe ser guiada correctamente para no retroceder en el avance, ya que se está reconociendo el trabajo que cumple el diseñador dentro de la producción de moda local. Actualmente se han presentado muchas oportunidades para el avance del diseño de modas por parte del gobierno y los diseñadores deberían aprovecharlas para sacar adelante la moda local y su nombre como diseñador. Sin embargo, la moda local y su producción no pueden competir con la moda que viene del exterior ya que sus costos son más baratos, existe una mayor variedad y la calidad sobrepasa a la local, por lo que encuentra como única solución el crear diseños innovadores que deslumbren y reemplacen a la producción extranjera.

Proceso de diseño. Inspiración.

Se inspira en varias culturas del país, tomando elementos gráficos, técnicas y tecnologías usadas en la vestimenta o de artesanías y objetos que se creen en las culturas a las que está estudiando.

Tendencias

Se considera que la mezcla de las tendencias que actualmente se manejan en el mundo, con las tendencias locales sería la solución para la falta de identidad en el diseño.

Referentes

De igual manera, la diseñadora toma como referentes a diferentes culturas del país.

Bocetos.

La diseñadora realiza bocetos rápidos cuando un cliente hace un pedido especial, esto le ayuda a captar las ideas que los clientes tienen y al mismo tiempo puede plasmar sus ideas propias. Dichos bocetos los realiza a carboncillo y pinturas.

Fichas técnicas.

No realiza fichas técnicas, porque el taller de confección se encuentra en su showroom entonces ella es quien da las explicaciones para la confección de las prendas.



Imagen 24: Boceto de la diseñadora.



Imagen 25: Escaparate del atelier de Silvia Zeas.



Imagen 26: Colección para Inspirato Corpo.

Confección y acabados.

Posee su propio taller de producción donde laboran permanentemente 2 costureras quienes son las encargadas de la confección. La diseñadora se limita a supervisar el proceso para poder solucionar problemas rápidamente y estar pendiente si hace falta algún material.

Es la encargada de revisar que los acabados se encuentren listos para que la prenda sea entregada y en ciertos casos ella realiza algunos acabados.



Imagen 27: Diseño de un vestido para coctel 2014.



Imagen 28: Producción publicitaria para Vanidades.

Venta.

La diseñadora posee su taller/atelier donde expone su trabajo y recibe clientes que piden diseños exclusivos. Los diseños que vende, en su mayoría están dirigidos al mercado local, pero existen casos en los que recibe pedidos de otras ciudades del país, entre los cuales se puede encontrar indumentaria para reinas de belleza.

Silvia Zeas Fashion Designer.

Presidente Cordova 6-45 y Hermano Miguel , Cuenca

Publicidad.

La diseñadora ha ocupado muchos medios de comunicación para promocionar su trabajo y carrera, como son la prensa y redes sociales.



Imagen 29: Colección para Miami Fashion Week.



Imagen 30: Producción publicitaria para Vanidades.



Imagen 31: Diseñadora Jasmina Manceno.

Jasmina Mancheno

“Busco satisfacer las necesidades de mis clientes”



Imagen 32: Logo de Mina Accesorios

Promoción 2007.

Años de trabajo: 2007 – 2014

Diseño / Producción:

- Accesorios para mujer

Entrevista realizada personalmente, el 07/06/2014

Criterios sobre moda.

La Moda son tendencias, gustos que la gente adopta como propios para sentirse aceptado en grupo.

Expresa que siempre busca la comodidad y facilidad de lucir bien, sin necesidad de recargar con ropa o accesorios a una persona. Desea proponer productos que marquen un estilo diferente que sea fresco y llevadero para las mujeres cuencanas.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La diseñadora cree que no se puede hablar en Cuenca de "moda", porque la producción local es una copia. Aún no existen propuestas propias que hayan marcado un estilo en el medio local. Sin embargo, ya se pueden ver marcas locales que generan moda; les ha costado mucho posicionarse en el medio, pero con las nuevas generaciones de graduados se han aceptado nuevas propuestas de diseño.

En un futuro, la diseñadora espera que la moda en Cuenca acabe con los prejuicios existentes en la sociedad como el preferir productos extranjeros. Para esto, se necesita que los diseñadores cuencanos trabajen en grupo para sacar la moda adelante. Se debe estar consiente que en la práctica laboral el compañerismo entre productores es necesaria.

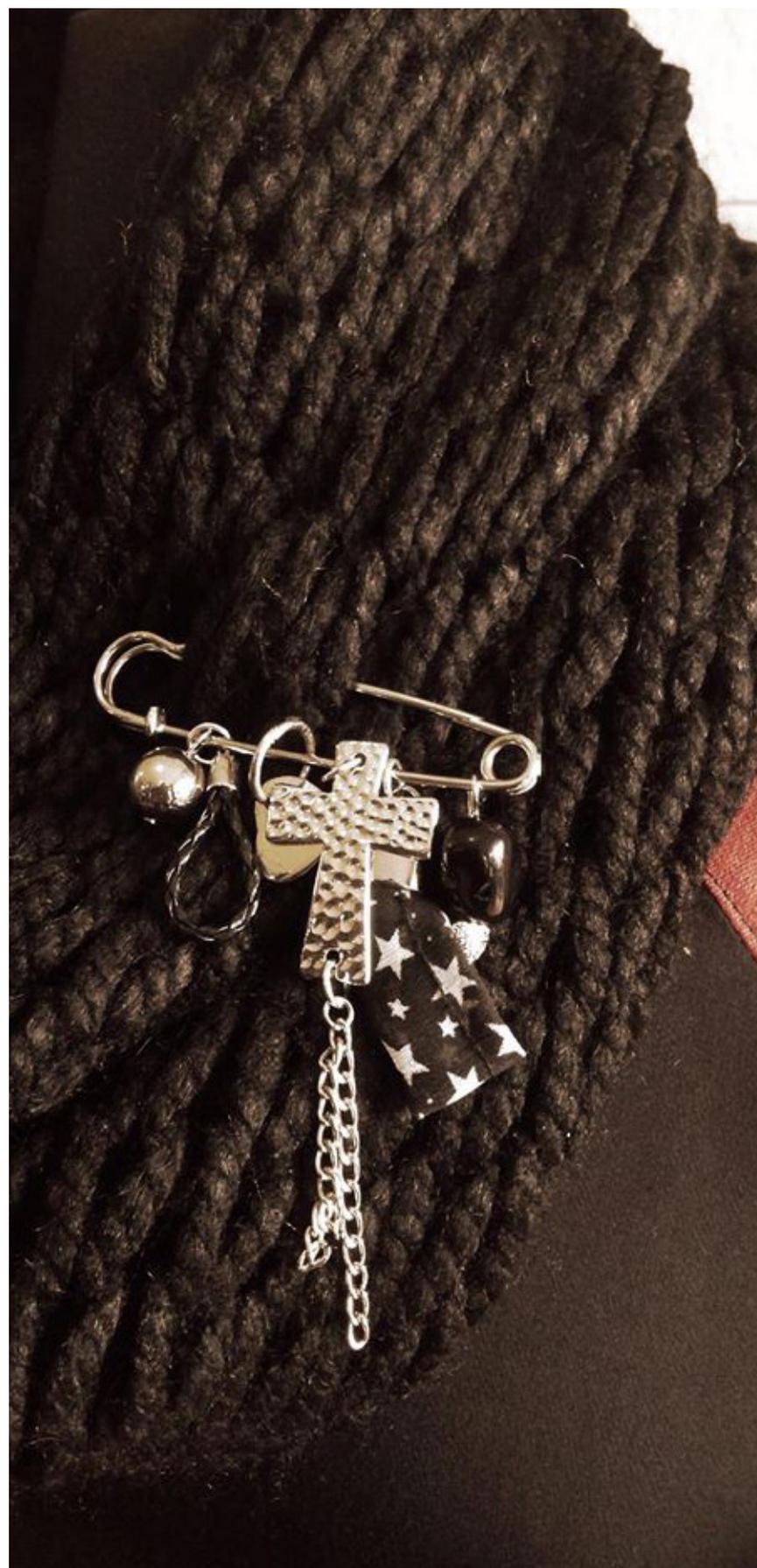


Imagen 33: Bufanda con broche diseñado por Mina Accesorios.

Proceso de diseño. Inspiración.

Al hablar de inspiración considera que en el proceso de diseño el primer paso es buscar los colores, las texturas, y armar un concepto de lo que se quiere mostrar en los productos; pero sin alejarse del concepto de la marca. Esto es considerado por la diseñadora como su inspiración.

Tendencias

Es importante saber las tendencias mundiales y locales, por lo que siempre se está conociendo el trabajo que se realiza en el resto de la ciudad, que se usa localmente. Porque es importante considerar que no siempre las tendencias mundiales tiene aceptación en nuestro medio.

Referentes

No posee un referente definido.



Imagen 34: Patrones realizados por la diseñadora.



Imagen 35: Colección para inauguración de Bolsón Bolsos y Accesorios.

Imagen 37: Cuenca Moda 2013.

Bocetos.

Realiza bocetos para todos sus diseños.

Fichas técnicas.

No realiza fichas técnicas.

Confección y acabados.

La diseñadora está encargada de todo el proceso de ensamblaje de sus accesorios, por lo que expresa que al mismo tiempo realiza y examina los acabados que van a llevar sus productos.



Imagen 36: Detalles de las prendas realizadas por Mina Accesorios.



Imagen 38: Publicidad para la marca en el año 2014.



Imagen 39: Diseños para la venta en Bolsón Bolsos.

Venta.

La diseñadora posee su taller/atelier donde expone su trabajo y recibe clientes que piden diseños exclusivos. Los diseños que vende, en su mayoría están dirigidos al mercado local, pero existen casos en los que recibe pedidos de otras ciudades del país, entre los cuales se puede encontrar indumentaria para reinas de belleza.

Bolsón bolsos y accesorios.

Francisco Moscoso 2-170 y Miguel Moreno (edificio El Colibrí), Cuenca - Ecuador.

Publicidad.

La marca de la diseñadora es publicitada por redes sociales, donde se publican fotografías de sus productos y promociones de los mismos, igualmente se anuncian nuevas colecciones o ferias en las que la diseñadora estará presente con sus diseños.



Imagen 40: Colección de ropa y accesorios para Cuenca Moda 2013.



Imagen 41: Diseñadora Lula Martínez.



Imagen 42: Logo de la marca.

Lula Martínez

“Mi pasión es crear moda”

Promoción 2007.

Años de trabajo: 2008 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa casual femenina
- Alta costura

Entrevista realizada personalmente, el 16/04/2014



Imagen 43: La diseñadora en su taller de producción.

Criterios sobre moda.

Según la diseñadora, la moda es la manera de reflejar lo que se siente y lo que se es interiormente. Para un diseñador debe ser el reflejo de su estilo y gustos combinado con los de su cliente y el entorno global.

La moda no es solo un ciclo superficial de consumo para la diseñadora, ya que al momento de diseñar se identifica con su cliente y piensa como él para crear el diseño más apropiado que lo haga destellar en el medio. Así que lo que desea con sus diseños es el lograr que la persona que los use cree un sentimiento que lo conecte con la prenda.

Cómo ve la moda en Cuenca.

El campo para la moda cuencana se ha abierto grandemente, se puede notar en ciertos círculos sociales el interés por verse bien y su satisfacción al hablar de la producción de moda que se realiza en Cuenca.

La gente prefiere tener una prenda exclusiva diseñada a sus medidas a comprar una ya hecha que posiblemente necesite ser arreglada para que luzca en su cuerpo. Entonces se busca a un diseñador para que aporte con ideas y sugerencias sobre la mejor opción de vestir, convirtiéndose así no solo en un productor de moda sino también un asesor de imagen.

Aún existen muchas falencias en el campo de la moda y cree que se debe a la competencia entre los diseñadores locales, quienes no llevan esta de una manera sana sino como una manera de "defender sus diseños". Si los diseñadores se unieran y trabajaran juntos con un solo fin, el diseño cuencano tomaría más fuerza y orden para poder competir con otras potencias de moda mundiales.

Proceso de diseño. Inspiración.

Cambia de acuerdo al diseño.

Tendencias

Le sirven las tendencias que se manejan internacionalmente para poder tomar rasgos y estilos para sus propios diseños y que estos no se vean desubicados en el entorno global de moda.

Referentes

No posee referentes de diseño. Expresa que su único referente al diseñar es la silueta de la persona a la que se dirige.

Bocetos.

Siempre realiza bocetos, ya que considera que es importante que el cliente pueda observar y dar ideas sobre el diseño que desea.

Fichas técnicas.

Cuando realiza diseños bajo pedido, no realiza fichas técnicas; pero al momento de diseñar colecciones realiza fichas de diseño que en su mayoría son copias de sus bocetos con detalles como los materiales, insumos, colores, etc.



Imagen 44: Bocetos que se presentan a un cliente antes de la confección.



Imagen 45: Patrones de un vestido de novia.



Imagen 46: Modelado en maniquí.

Confección y acabados.

La diseñadora está encargada de todo el proceso de ensamblaje de sus accesorios, por lo que expresa que al mismo tiempo realiza y examina los acabados que van a llevar sus productos.

Venta.

La diseñadora posee su taller/atelier donde expone su trabajo y recibe clientes que piden diseños exclusivos. Los diseños que vende, en su mayoría están dirigidos al mercado local, pero existen casos en los que recibe pedidos de otras ciudades del país, entre los cuales se puede encontrar indumentaria para reinas de belleza.

Lula Martínez.

Latinoamérica y Remigio Crespo , Cuenca - Ecuador.

Publicidad.

La publicidad que realiza la diseñadora es mediante redes sociales, ya que expresa que su mercado potencial frecuenta estos medios y se puede interactuar con ellos.



Imagen 47: Diseños de exhibición en Lula Martínez.



Imagen 48: Colección Beso de Cereza, expuesta en la inauguración del atelier.



Imagen 49: Diseñadora Carolina Meneses.



Imagen 50: Logo Carolina Meneses.

Carolina Meneses

“Busco satisfacer las necesidades de mis clientes”

Promoción 2007.

Años de trabajo: 2005 – 2014

Diseño / Producción:

- Diseño de calzado
- Desarrollo de proyectos

Entrevista realizada vía internet, el 07/06/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora considera a la moda como un proceso temporal de una acción, producto o corriente estética. Un modelo a seguir para poseer un estilo de vida que encaje en una sociedad específica.

En cuanto a su manera de crear moda, desea crear una identidad en sus diseños con la que la sociedad cuencana se sienta a gusto.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que hoy es el momento para que los diseñadores se muestren su talento, como generadores de moda. El gobierno apoya el desarrollo industrial nacional por ello es un momento importante para los diseñadores para demostrar el trabajo y venderse no como personas que dibujan bonito si no como profesionales en la generación de moda.

La moda en Cuenca es valorada de una mejor manera con el transcurso del tiempo, sin embargo existe diseñadores generadores de copias que aportan a la pérdida de identidad del diseño cuencano y aportan a la compra de productos extranjeros.



Imagen 51: La diseñadora luciendo sus creaciones.

Proceso de diseño. Inspiración.

Cambia de acuerdo al diseño. Siempre toma un referente diferente al momento de la planeación de un diseño.

Tendencias

El trabajo de la diseñadora es adquirido por empresas locales y nacionales, por lo que sus productos deben ser innovadores para competir con productos extranjeros. Siempre se analiza la tendencia y son los departamentos de ventas de cada empresa los que proveen información de mercado y la tendencia del consumidor.

Es de suma importancia analizar las tendencias internacionales porque nuestro país no es generador de tendencia, mercados como Brazil y Colombia transfieren las tendencias europeas y las transforman en corrientes latinas más acorde a nuestro mercado, por ello es importante identificar las tendencias para direccionar de forma correcta a nuestros clientes.



Imagen 52: Bocetos de los zapatos realizados por Carolina Meneses.



Imagen 53: Zapatos flat inspirados en los tejidos otavaleños.

Referentes

No posee un referente definido.

Bocetos.

Realiza bocetos a nivel de lápiz, pinturas y acuarelas.

Fichas técnicas.

Realiza fichas técnicas porque considera importante su presencia en el proceso de confección.

Confección y acabados.

No interviene en la confección y acabados porque posee tres obreros en su taller quienes se encargan de todo el proceso.



Imagen 54: La diseñadora confeccionando sus diseños.



Imagen 55: Botines inspirados en los tejidos otavaleños.

Venta.

Distribuye sus productos a empresas a nivel nacional que realizan pedidos personalizados para cada una de ellas. Al mismo tiempo participa en ferias para exhibir sus productos y venderlos al por menor.

Publicidad.

Se publicita por medio de redes sociales y por referencias de sus clientes.



Imagen 56: Botines inspirados en los tejidos otavaleños.



Imagen 57: Diseñador Sebastián Quezada.

Sebastián Quezada

“La moda es simplemente una forma de expresión”

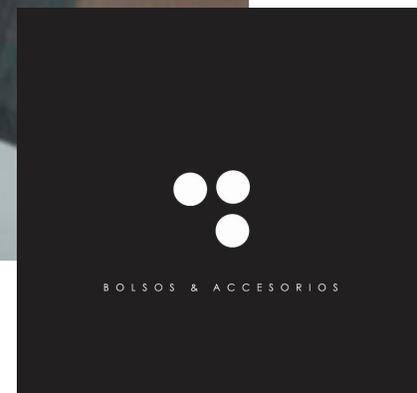


Imagen 58: Logo de Bolsón Bolsos y Accesorios.

Promoción 2009.

Años de trabajo: 2010 – 2014

Diseño / Producción:

- Marroquinería y accesorios.

Entrevista realizada personalmente, el 21/04/2014



Imagen 59: Publicidad para Bolsón Bolsos.

Criterios sobre moda.

Para el diseñador, la moda es una forma de expresión; puede ser de un pensamiento, estado de ánimo, ideología o gustos.

Al diseñar, desea que sus productos sean cómodos y atractivos al momento de ser utilizados, para así crear una nueva manera de ver a los bolsos no como un accesorio sino parte indispensable de un estilo.

Quiere que sus diseños sean diferentes en cuanto al impacto que causen en el medio ambiente, por eso busca nuevos materiales que sean amigables y desea transmitir el mismo pensamiento al mercado adquiriente.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La moda cuencana se encuentra en pleno crecimiento. Cree que a los diseñadores locales aún les falta el arriesgarse en cuanto a las propuestas que exponen al mercado.

El verdadero problema que preocupa al diseñador es que la sociedad cuencana no tiene claro el concepto real de la moda y lo que este implica. Es decir que la gente cuencana piensa que la moda es el vestir bonito pero se acomoda en un estilo y al ser una sociedad conservadora no recibe nuevas propuestas ni cambios.

Proceso de diseño. Inspiración.

Cambia de acuerdo al diseño. Son necesidades y elementos de la vida cotidiana.

Tendencias

Sigue tendencias utilizadas a nivel global, como colores, formas, materiales, y conceptos.

Referentes

No posee referentes.

Bocetos.

La producción de bocetos es mínima porque le gusta experimentar con los materiales y de ahí sacar diseños nuevos.



Imagen 60: Comienzo del proceso creativo del diseñador.

Fichas técnicas.

No realiza fichas técnicas, porque él es partícipe de la confección y las personas a las que se les encarga la confección eventualmente, acuden al taller del diseñador.

Confección y acabados.

El diseñador interviene en gran parte de la confección de los productos, sin embargo posee personal de apoyo que arma los productos en el taller del diseñador en ciertas ocasiones.

Considera que los acabados de un diseño son muy importantes ya que el cliente se fija primero en eso, así que se ocupa de que el producto tenga un acabado de muy buena calidad sin fallas perceptibles.



Imagen 61: Proceso de confección de los productos.



Imagen 63: Publicidad realizada para Bolsón Bolsos en el año 2014.



Imagen 62: Diseños de venta en Bolsón Bolsos y Accesorios.

Venta.

Posee su propio taller/showroom conjuntamente con la diseñadora Jasmina Mancheno, donde venden productos de la marca del diseñador, Bolsón, y los accesorios creados por la diseñadora, Mina accesorios. También participan y organizan ferias de diseño donde exhiben y venden sus diseños junto con los de otros diseñadores locales.

Bolsón bolsos y accesorios.

Francisco Moscoso 2-170 y Miguel Moreno (edificio El Colibrí), Cuenca - Ecuador.

Publicidad.

Las redes sociales le sirven para publicitar su marca y también las referencias que recibe por parte de sus clientes.



Imagen 64: Bolso con materiales sintéticos.



Imagen 66: Mamushka 2014.



Imagen 65: Producción publicitaria de Subte de la Chuna.



Imagen 67: Cuenca Moda 2013.



Imagen 68: Diseñadora Salomé Vélez.

Salomé Vélez

“Debemos trabajar arduamente para lograr posicionarnos en el mercado”

Promoción 2009.

Años de trabajo: 2010 – 2014

Diseño / Producción:

- Producción de uniformes bajo pedido.

Entrevista realizada vía internet, el 02/06/2014

Criterios sobre moda.

La moda es considerada por la diseñadora como lo que marca tendencia para un determinado grupo de personas situadas en un espacio físico específico.

Expresa que no le agrada diseñar moda porque el mercado local no aprecia el trabajo que se realiza, esta es la razón por la que se dedica a la producción de uniformes empresariales y de vez en cuando realiza diseños para familiares o amigos.

Proceso de diseño. Inspiración.

No posee inspiración.

Tendencias

Se basa en tendencias extranjeras para tomar detalles e insertarlos en sus diseños.

Referentes

No posee referentes.

Bocetos.

Realiza bocetos para todos sus diseños. Las técnicas usadas no son definidas.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Como expresó anteriormente, cree que el mercado cuencano no acepta la producción de moda local ni la valora, siendo así que la mayoría de diseñadores realizan copias de prendas mas no diseños nuevos o propios.

Espera que en un futuro, la sociedad cuencana abra su pensamiento y permita que los diseñadores creen libremente moda cuencana.

Confección y acabados.

La diseñadora terceriza todas sus producciones ya que no cuenta con el capital necesario para contratar personal, y sus pedidos son de cantidades grandes por lo cual ella no puede dedicarse a la confección.

Es la encargada de la revisión de todos los acabados y la limpieza de las prendas para dar el visto bueno a que sean empaquetadas y entregadas.

Venta.

Vende sus productos bajo pedido a pequeñas y medianas industrias locales.

Publicidad.

No tiene publicidad pero utiliza redes sociales para contactarse con sus clientes y ellos con ella.



FRZ

Imagen 69: Diseñador Freddy Romero junto a las Diseñadoras
Silvia Zeas y Ximena Mogrovejo.

Freddy Romero

Imagen 70: Logo de la marca.

“La moda es un elemento de la belleza femenina”

Promoción 2009.

Años de trabajo: 2008 – 2014

Diseño / Producción:

- Vestidos de gala.
- Alta costura.
- Trajes para certámenes de belleza.

Entrevista realizada personalmente, el 18/04/2014



Imagen 71: Ilustración de moda digital realizada por el diseñador.

Criterios sobre moda.

El concepto que el diseñador le da a la moda es la belleza que una persona transmite a través del buen vestir. Son todos los rasgos y elementos utilizados por una persona en su vestimenta para diferenciarse de los demás y tomar una identidad dentro de un grupo social.

Cuando el diseñador piensa en lo que desea crear, se centra principalmente en lo que quiere que su cliente sienta al vestir sus prendas. Por esta razón se apropia del diseño y lo realiza minuciosamente.

Cómo ve la moda en Cuenca.

El diseñador, afirma que ha percibido un avance en la producción de moda desde hace seis años que se encuentra laborando en el medio. Los diseñadores se actualizan con respecto a sus propuestas y la sociedad recibe de mejor manera el trabajo de los mismos.

Aún así, a la producción de moda cuencana le falta mucho por experimentar ya que por miedo a no ser aceptada, los diseñadores en varios casos optan por copiar la moda extranjera y no aportan con identidad propia.

Proceso de diseño. Inspiración.

Su inspiración nace de su cliente. Toma como base la silueta de una mujer femenina, delicada, bella y elegante.

Tendencias

Cree que es importante tomar rasgos de tendencias actuales. Expresa que no puede basarse en tendencias locales ya que no existen muchos profesionales laborando en su área de trabajo, por lo cual sigue tendencias a nivel mundial en especial las que se dan en Europa.

Referentes

No posee un referente definido, siempre revisa a diferentes diseñadores entre ellos Elie Saab, Valentino, Chanel, entre otros.

Bocetos.

Siempre los realiza porque es la manera en la que presenta varias opciones de diseño a sus clientes. Estos son dibujados con lápiz, pinturas, acuarelas y también los realiza a nivel digital.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.



Imagen 72: Patrones de construcción de un vestido.



Imagen 73: Bocetos realizados por el diseñador.

Confección y acabados.

Tiene personal de apoyo en la confección de sus diseños pero él es quien interviene de mayor manera en el armado de los vestidos que diseña. Expresa que en su mayoría, modela las prendas sobre maniquí y sus obreras son las encargadas de juntar las piezas.

Los acabados son importantes para el diseñador ya que al ser alta costura, lo que predomina en sus prendas es el trabajo manual, por esa razón el diseñador prefiere ser él quien se encargue de realizarlos.

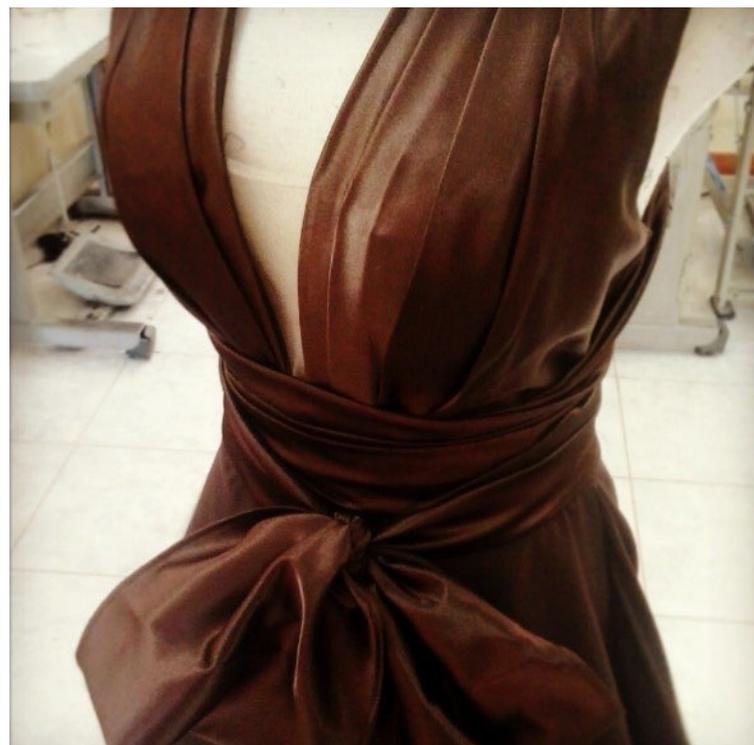


Imagen 75: Vestido de coctel Chocolate.

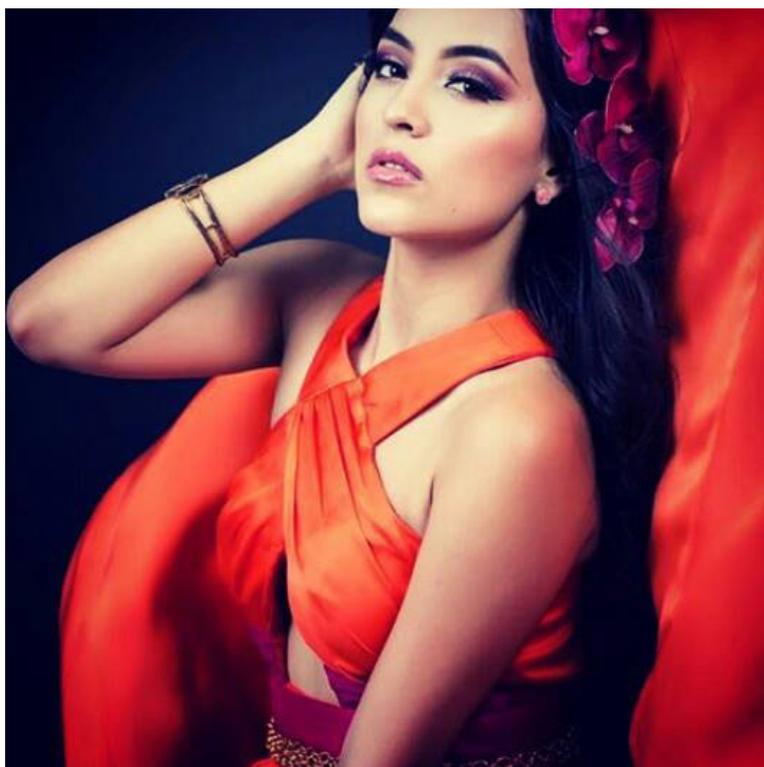


Imagen 74: Vestido para Reina de Sucúa.



Imagen 76: Entre Fusiones y Tocados.



Imagen 77: Publicidad para Reina de Sucúa 2013.



Imagen 78: Vestido de alta costura.

Imagen 79: Una de las primeras colecciones del diseñador.

Publicidad.

No utiliza publicidad, solo referencias de clientes pasados. También gana clientes al momento que lo nombran como autor de un diseño en un certamen de belleza.

Venta.

Vende sus diseños en la ciudad de Cuenca y en otras ciudades del país en especial del Oriente ecuatoriano. No posee un showroom sino se maneja por recomendaciones y ventas bajo pedido.

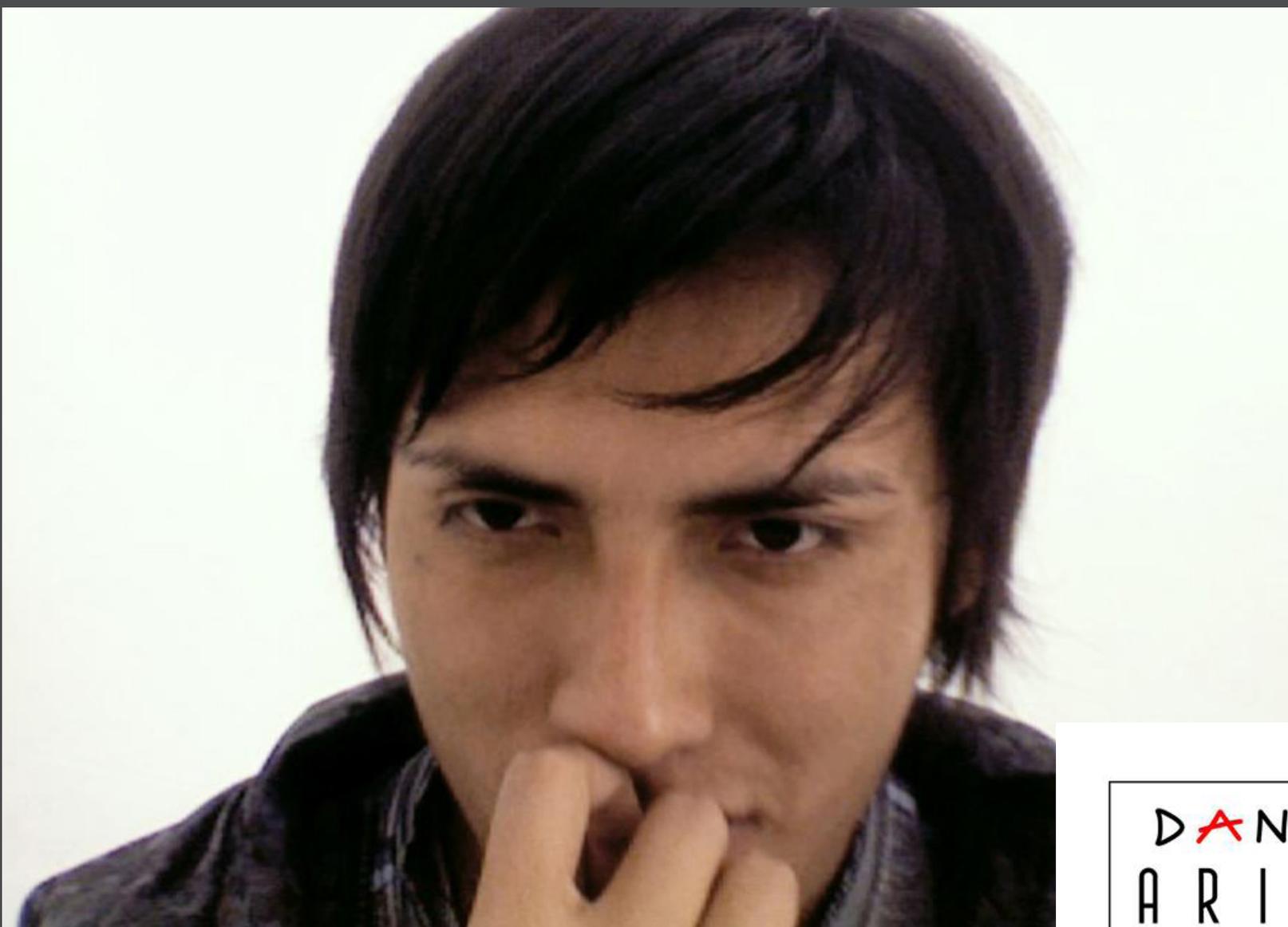


Imagen 80: Diseñador Danny Arias.



Imagen 81: Logo de la marca.

Danny Arias

“La moda debe romper barreras en el pensamiento de la sociedad”

Promoción 2010.

Años de trabajo: 2008 – 2014

Diseño / Producción:

• Ropa masculina.

Entrevista realizada personalmente el 29/05/2014



Imagen 82: Colección 2014.

Criterios sobre moda.

La moda para el diseñador, son los diferentes estilos de vestir que tienen mayor aceptación dentro de un lugar determinado. Estos estilos determinan quién es parte de un grupo y quién no; categorizando a las personas por cómo se ven, ya que en la mayoría de los casos la persona expresa su identidad a través de la manera en la que viste.

Quiere que por medio de sus diseños, se rompan ciertos estereotipos en cuanto a la manera de vestir masculina, por eso combina formas y colores que no sean frecuentados en el diseño de ropa para hombres.

Cómo ve la moda en Cuenca.

El diseñador, cree que existe un gran avance en el diseño de modas en la ciudad desde hace unos pocos años y afirma que se debe al trabajo que los diseñadores se encuentran realizando para poder sacar adelante la moda en la ciudad.

Sin embargo expresa que aún existe demasiada competencia con la producción de moda extranjera porque la sociedad cuencana le da más valor a esta que a la propia de nuestra ciudad; pero este problema puede ir desapareciendo poco a poco si los diseñadores locales unieran su trabajo para mejorar la calidad e innovar a la producción de moda cuencana.

Proceso de diseño. Inspiración.

Su inspiración cambia de acuerdo al diseño que se encuentre realizando. Pero su principal elemento dentro de la creación de sus diseños es la silueta masculina.

Tendencias

Revisa y busca nuevas tendencias que se utilicen a nivel mundial ya que es muy importante el ubicar un diseño dentro de una corriente que se conozca al rededor del mundo.

Referentes

No posee un referente definido.

Bocetos.

Realiza bocetos para todos sus diseños, algunos son más simples que otros esto se debe a que en algunos casos debe detallar acabados o formas.

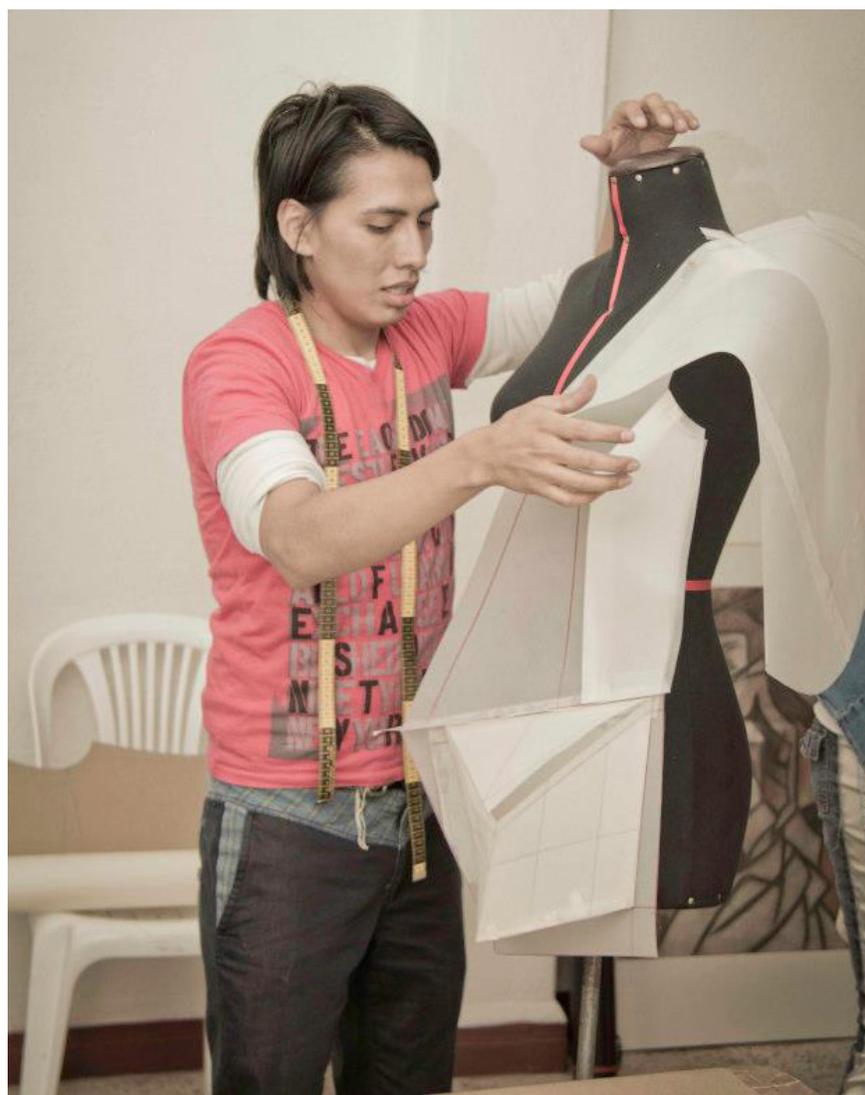


Imagen 83: Danny Arias modelando una prenda en el maniquí.



Imagen 84: Diseños de Danny Arias.



Imagen 85: Detalles de una camisa perteneciente a la colección 2014.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Interviene en el proceso de confección de sus diseños, algunas veces es el único encargado de armar las prendas. En cuanto a acabados, se encarga de que la prenda tenga la mejor calidad para poder ser entregada al cliente o puesta en exhibición. Considera que se debe revisar constantemente los acabados de las prendas ya que con el tiempo la prenda puede sufrir cambios por ende sus acabados.

Venta.

Posee un showroom donde exhibe sus diseños. También realiza diseños bajo pedido.

Danny Arias Meanswear.

Presidente Córdova 4-37 y Antonio Vargas Machuca,
Cuenca - Ecuador.

Publicidad.

Se publicita a través de redes sociales.



Imagen 86 y 87: Diseños masculinos de Danny Arias.

Imagen 88: Producción publicitaria para colección 2014.



José Altamirano

Imagen 89: Diseñador Joshelo Altamirano.

“La moda se encuentra en el buen vestir de la vida cotidiana”



Imagen 90: Logo de Joshelo Designer.

Promoción 2011

Años de trabajo: 2009 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal masculina.

Entrevista realizada personalmente, el 18/03/2014

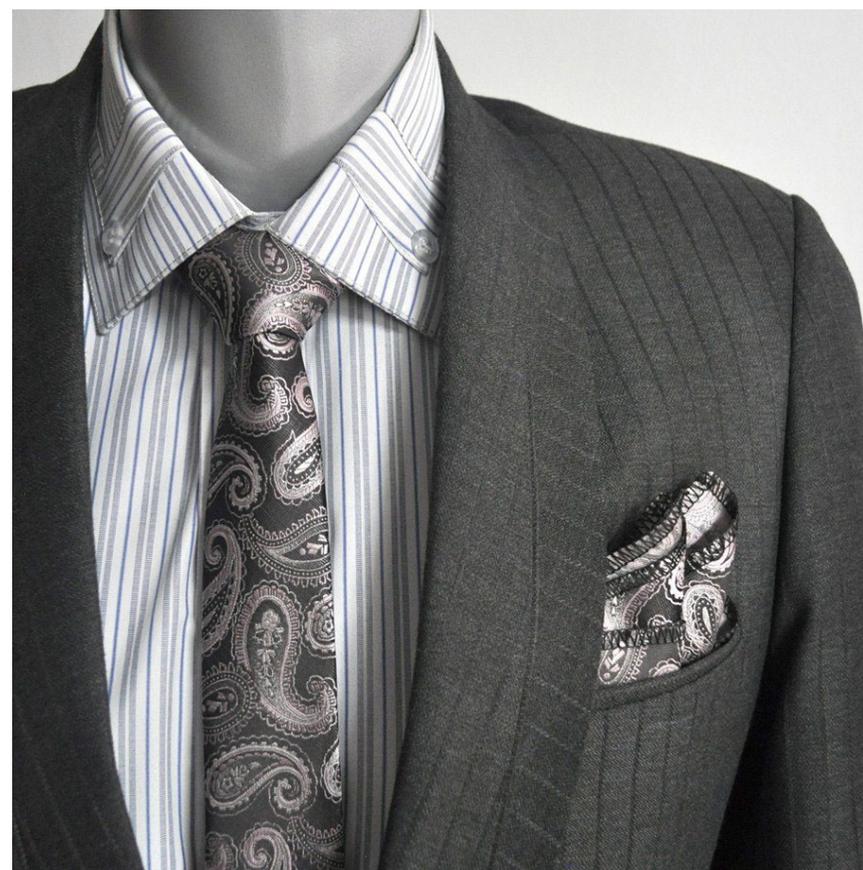
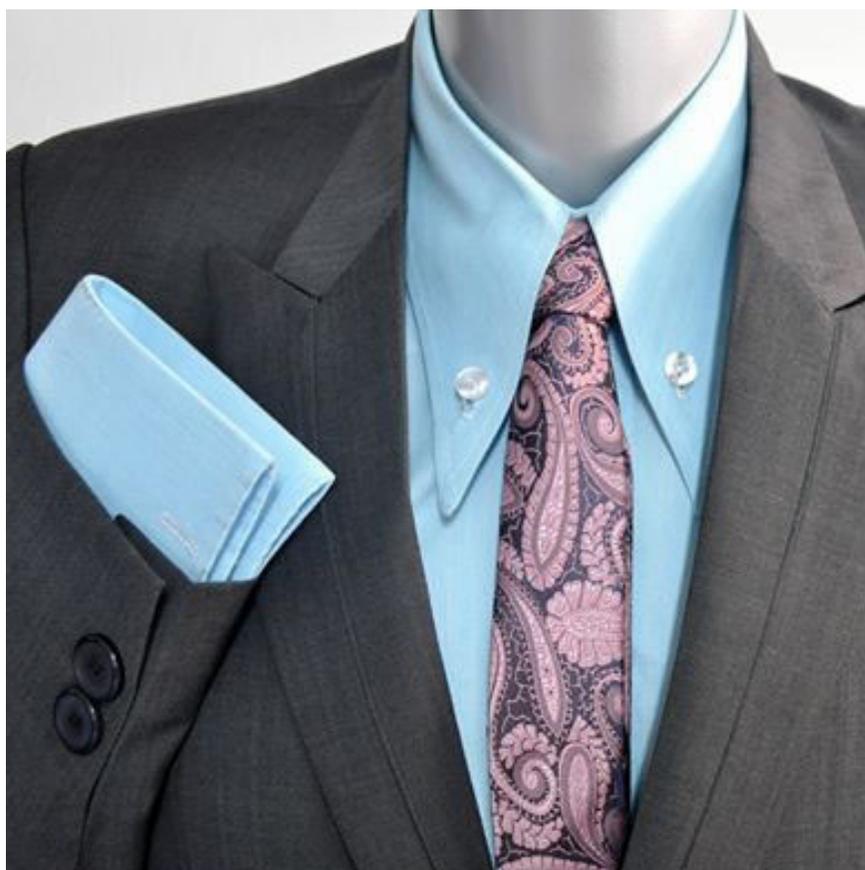


Imagen 91 y 92: Diseños de Joshelo Designer para el año 2013.

Criterios sobre moda.

El diseñador toma como significado para la moda el buen vestir en toda ocasión, ya sea en la vida cotidiana, al momento de trabajar o en una reunión formal. Esta forma de verse bien, depende de cada persona y de sus gustos convirtiendo así a la moda en un elemento subjetivo dentro de un grupo social.

Los conceptos que mantiene al diseñar son varios pero el que más sobresale es el destacar los rasgos masculinos del hombre para que éste se vea elegante y se pueda apreciar la comodidad con la que se desenvuelve.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que en Cuenca la moda ha avanzado grandemente en los últimos años, se han presentado propuestas nuevas al vestir y se ha innovado el diseño no solo en moda sino también en objetos, interiores, etc; lo que ha servido para que se valore más el trabajo del diseñador como tal y no como un artista. Sin embargo cree que aún faltan muchos espacios por llenar en la producción de moda local, comenzando por la educación que reciben los diseñadores que influye a que su pensamiento no sea maduro sino que se quede en el sueño de participar en pasarelas y llevarse toda la fama.

Proceso de diseño. Inspiración.

Se inspira en elementos de la vida cotidiana, en especial en aquellos elementos que expresan la elegancia del vestir masculino.

Tendencias

Busca tendencias que se manejan en el medio global para basarse en ellas y las combina con las necesidades que presenta el mercado local. De igual manera, se encuentra investigando sobre las prendas de vestir que no se encuentran fácilmente en el mercado local para así suplir la necesidad de muchos clientes y de paso innovar su estilo de diseño.

Referentes

No posee referentes.



www.josheloaltamirano.com



Imagen 93: Zapatos diseñados por Joshelo Altamirano.



Imagen 94: Exhibición de los diseños en La Esquina de las Artes.

Bocetos.

Realiza bocetos a nivel de lápiz, pinturas, acuarelas y marcadores.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

La diseñadora considera que es necesario estar involucrados en la confección para garantizar la calidad de las costuras y acabados en cada prenda, ya que por lo general el usuario al momento de elegir alguna prenda de un costo promedio prefiere mejores acabados y buena calidad tanto en las costuras como el material.

Venta.

Posee su propio showroom donde exhibe sus diseños y próximamente abrirá un almacén en una zona más comercial de la ciudad. La mayoría de su trabajo es bajo pedido de sus clientes.

Publicidad.

Utiliza publicidad por medio de redes sociales y se ofrece de auspiciante para algunos eventos. El diseñador expresa que la mayor publicidad que ha recibido viene de parte de sus clientes que al momento de recomendarlo difunden su trabajo.



Yolima Carrasco

Imagen 95: Diseñadora Yolima Carrasco.

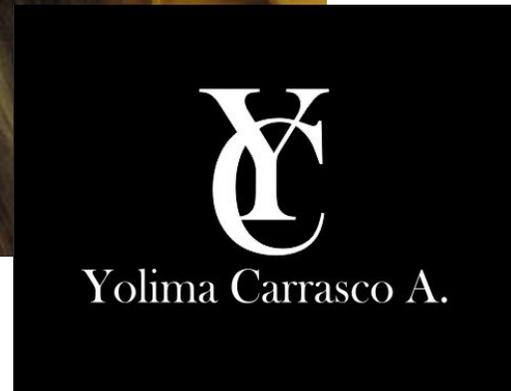


Imagen 96: Logo de la Marca.

“Los accesorios crean un toque especial en la moda”

Promoción 2011.

Años de trabajo: 2010 – 2014

Diseño / Producción:

- Producción de calzado y marroquinería.

Entrevista realizada personalmente el 13/04/2014

Entrevista realizada vía internet, el 02/06/2014



Imagen 97: Botín diseñado por Yolima Carrasco.

Crterios sobre moda.

El concepto que tiene la diseñadora sobre la moda son todas las prendas y accesorios que una persona utiliza, no se puede generalizar a la moda porque cada persona tiene un pensamiento diferente y personal sobre lo que significa.

Desea que su producción de moda refleje belleza y elegancia al momento de vestir y que sea considerada por sus clientes como un elemento que no puede faltar al momento de vestir.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Considera que la moda cuencana tiene bastantes aspectos que mejorar, uno de esos es la falta de innovación en el diseño; ya que la mayoría de diseñadores copian estilos y prendas que se las pueden encontrar en internet.

Existen también bastantes trabas para el avance de la producción de modas local, una de ellas es la falta de tecnología especial para ciertos productos y obviamente de la mano de obra especializada para la creación de los mismos.

Sin embargo, esto no debería ser una razón por la que la moda cuencana no avance, ya que la ciudad es rica en mano de obra artesanal, la misma que puede aportar con conocimientos y cooperar a revivir tradiciones.

Proceso de diseño. Inspiración.

No posee una inspiración definida, esta cambia dependiendo del diseño que realice.

Tendencias

Revisa siempre las tendencias que se manejan a nivel internacional porque considera necesario el actualizarse constantemente.

Referentes

No posee referentes.



Imagen 98: Desfile de la diseñadora.



Imagen 99: Bocetos para Q'mando Moda.

Bocetos.

Siempre realiza bocetos, en su mayoría son realizados a lápiz, pinturas y acuarelas.

Fichas técnicas.

Son necesarias para su producción porque la confección se realiza en un taller aparte. No considera sus fichas como técnicas sino de diseño donde anota detalles, algunas veces son copias de los bocetos.

Confección y acabados.

No participa en la confección ya que posee personal especializado en confección de sus prendas.

Se fija en que los acabados de las prendas tengan una buena calidad y no causen mal aspecto al producto.

Venta.

Exhibe sus productos en su almacén propio, también utiliza ferias de diseño en la ciudad para comercializarlos. Anteriormente se manejaba con ventas bajo pedido pero con la reciente apertura de su showroom, sus clientes acuden a este para adquirir los diseños.

YCA.

Gran Colombia y Tarqui, junto a la Villa Rosa



Imagen 100: Diseño para Q'mando Moda.



Imagen 101: Exhibición en La Esquina de las Artes.

Publicidad.

Utiliza publicidad por medio de redes sociales y se ofrece de auspiciante para algunos eventos. El diseñador expresa que la mayor publicidad que ha recibido viene de parte de sus clientes que al momento de recomendarlo difunden su trabajo.



Imagen 102: Diseñadora Karla Abad.



Imagen 103: Logo de Karla Abad.

Karla Abad

“La moda es sinónimo de belleza y elegancia”

Promoción 2012

Años de trabajo: 2010 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal femenina.
- Alta costura para reinas de belleza.
- Accesorios.

Entrevista realizada personalmente, el 14/03/2014

Criterios sobre moda.

Moda es el concepto de una persona y la manera en la que quiere mostrar al medio en el que se desenvuelve el individuo. Es un elemento que hace que la persona se sienta segura y confiada de sí mismo, convirtiéndose en integrante de un grupo.

Con sus creaciones, la diseñadora quiere reflejar una mujer femenina que cuida su imagen y le gusta verse bien ante los demás ya que la vestimenta refleja lo que la persona es.



Imagen 104: Bocetos para Miss Ecuador.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Considera que la ciudad de Cuenca no es un campo propicio para la moda ya que la gente aún es muy conservadora y prefiere comprar productos extranjeros que son mostrados en medios de comunicación globales y que se convierten en corrientes que acaban con una idea de moda hecha en la ciudad. Esto se debe principalmente al precio en el que se encuentran estas prendas extranjeras porque al tener bajos costos y pertenecer a marcas reconocidas mundialmente, tienen el mercado para si mismos eliminando la competencia. Sin embargo, existe un grupo pequeño de personas que están comenzando a apreciar lo que en verdad el diseño cuencano significa y se encuentran apoyando a que poco a poco este crezca y tome renombre en la ciudad.

Aun así, el diseño de modas en la ciudad está siendo confundido con una corriente artística ya que se tiene el concepto de que un diseñador es una persona con buenas habilidades al momento de dibujar que plasma dicho don en una hoja; pero no se toma el verdadero significado de "artista" cuando se habla de un diseñador de modas, porque si bien tiene habilidades en el dibujo también plasma su creatividad y detrás de esta existen conceptos, ideologías y todo un proceso de trabajo que la gente desconoce o quiere ignorar.

Proceso de diseño. Inspiración.

No tiene una inspiración definida.

Tendencias

Se actualiza constantemente con las tendencias que se encuentran en el medio global.

Referentes

Su referente principal es la casa francesa de modas Chanel.

Bocetos.

Realiza bocetos a nivel de lápiz, pinturas y marcadores. Con trazos sueltos.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas. Anota todas las especificaciones en los bocetos.



Imagen 105: Bocetos de la diseñadora en su taller.



Imagen 106: Collar diseñado con cierres.

Confección y acabados.

No participa del proceso de confección ya que posee su taller donde laboran cuatro costureras encargadas de todo el proceso, limitándose la diseñadora a supervisar cada etapa.

Venta.

La mayoría de productos se venden bajo pedido del cliente. Trabaja gran parte del año para poder exhibir un stock amplio en ferias que se realizan en la ciudad por sus fiestas que son en los meses de noviembre y abril.

Taller:

Av. 12 de Abril al lado de Marsella, sector del Coliseo Jefferson Pérez. Cuenca - Ecuador

Publicidad.

Ha utilizado muchos medios de comunicación, ha participado varias veces en programas de televisión y en revistas complementos de algunos diarios destacados a nivel local y nacional.



Imagen 107: Exhibición en La Esquina de las Artes.



Imagen 108: Diseños de Karla Abad.



Imagen 109: Diseñadora Paulina Enderica.

Paulina Enderica

“Quiero que el estilo que diseño sea descomplicado”



Imagen 110: Logo de Pauline Tienda de Diseño.

Promoción 2012

Años de trabajo: 2014

Diseño / Producción:

- Producción en serie de ropa urbana femenina.

Entrevista realizada personalmente, el 25/03/2014



Imagen 111: Publicidad para Pauline.

Criterios sobre moda.

Para la diseñadora la moda es la acción de querer encajar en algo que se ha establecido por otros, para sentirse aceptado por un grupo social. La moda es un proceso en el cual la persona elige a su gusto, en este caso vestimenta, lo lleva por un tiempo y después lo reemplaza con algo que capta su atención nuevamente y que en ciertos casos es el mismo estilo anterior con unos pocos rasgos innovados.

La diseñadora maneja un estilo al que considera "descomplicado" y así como ella viste lo que la hace sentir bien, desea diseñar una prenda que haga que su cliente experimente el mismo sentimiento. Cree que el estilo que maneja al diseñar va cambiando de acuerdo a su estilo personal y los cambios que ocurren en el medio social en el que se encuentra.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que sin duda existen muchas plazas de trabajo y al mismo tiempo mucha competencia entre los nuevos diseñadores que se aventuran a entrar al mercado local con las tiendas de ropa que importan productos extranjeros. Esto es lo que sucede actualmente en Cuenca con respecto a la moda producida localmente.

Los diseñadores cuencanos deberían tomar en cuenta la moda internacional y como esta se produce porque esto sirve para atraer gente; por ejemplo el hecho de tener modelos talla plus en las grandes industrias ha captado la atención de un mercado mas amplio donde las necesidades se suplieron al momento de agrandar las medidas de la ropa y al mismo tiempo conservando la moda en las mismas. Pero así como el estar en contacto con la moda mundial tiene ventajas también tiene sus desventajas; la principal es el consumismo desmesurado que existe hoy en día en nuestra sociedad, lo que causa que el mercado prefiera adquirir prendas extranjeras que satisfacen sus gustos y donde existe una variedad más amplia para elegir.

Proceso de diseño. Inspiración.

Se inspira en su estado de ánimo y sentimientos de cada día.

Tendencias

Busca tendencias en internet, revistas, televisión y en las calles de Cuenca.

Referentes

No tiene un referente definido.

Bocetos.

Realiza bocetos a nivel de lápiz.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas. Anota todas las especificaciones en los bocetos.

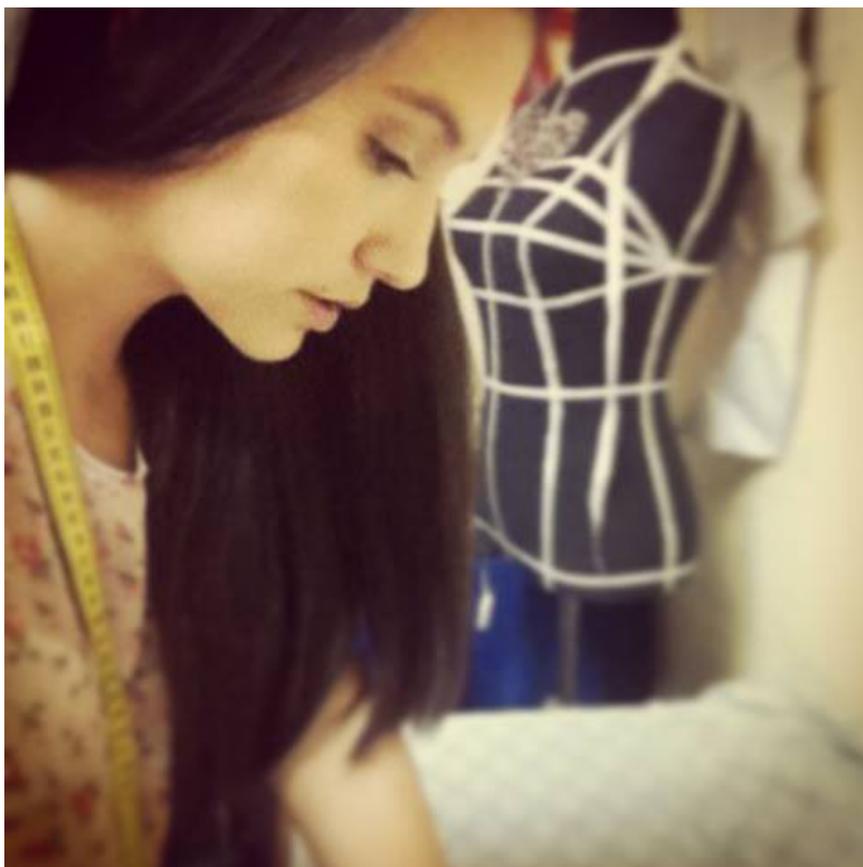


Imagen 112: Paulina Enderica confeccionando uno de sus diseños.

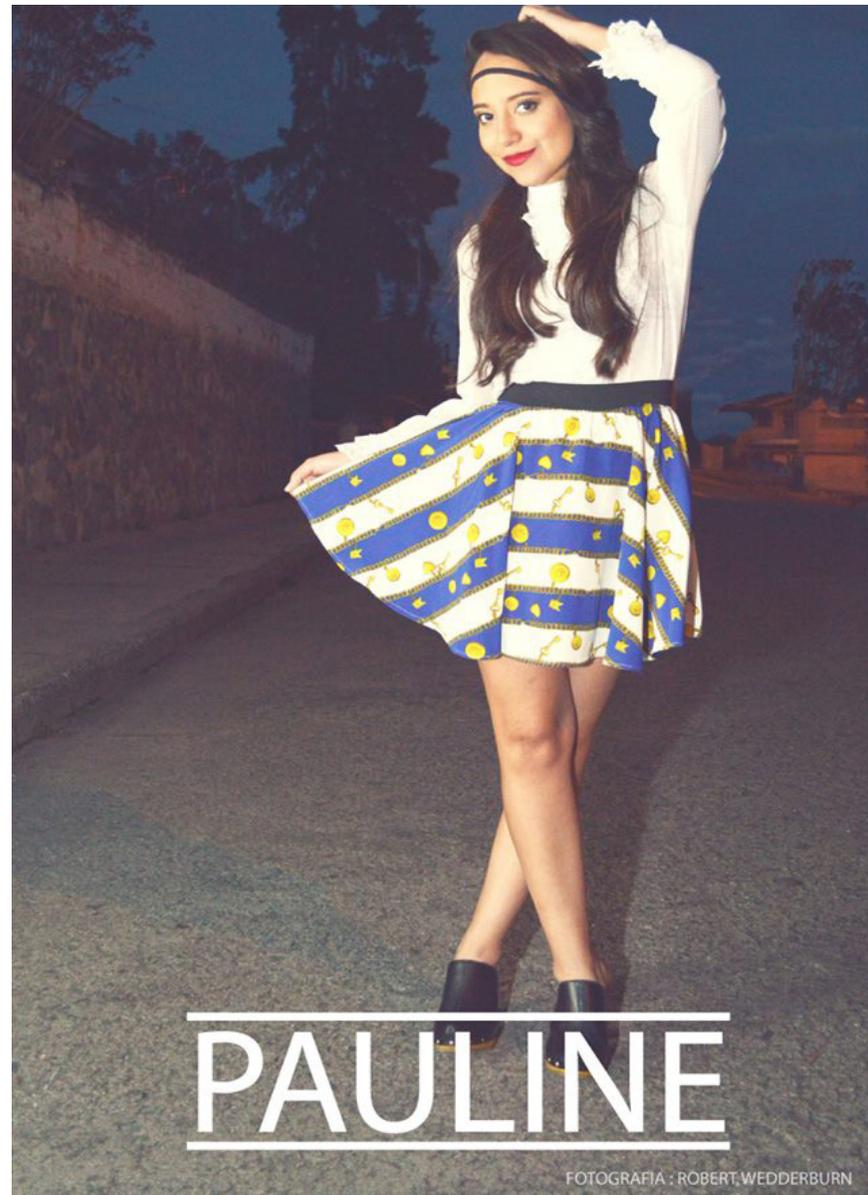


Imagen 113: Publicidad para Pauline.

Confección y acabados.

Ella es la encargada del proceso de confección y acabados; hace consultas a profesionales o expertos en el tema si necesita ayuda en algo.



Imagen 114: El estilo que la diseñadora quiere expresar en sus diseños.

Venta.

Posee su propio almacén donde posee un stock de sus diseños los cuales se exhiben para que los clientes puedan observarlos y adquirirlos fácilmente.

Pauline:

Jaime Roldós y Huayna Capac, Edificio El Consorcio. Cuenca - Ecuador

Publicidad.

Hasta el momento no ha utilizado ningún recurso publicitario, pero en un futuro desea buscar un especialista en marketing que le ayude con la publicidad de su marca.



Imagen 115: Diseñador Christian López.

Christian López

“Necesitamos un plus en la moda que creamos”

Promoción 2012.

Años de trabajo: 2011 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa formal femenina
- Alta costura para reinas de belleza.

Entrevista realizada personalmente, el 04/04/2014

Criterios sobre moda.

La moda es un proceso cíclico que puede ser predecible, es decir todo lo que un día se encuentra de moda puede desaparecer y volver a surgir de una nueva manera con otros elementos que se acoplen al tiempo en el que vive la sociedad a la que está dirigida.

La elegancia y la sobriedad es lo que el diseñador usa como concepto principal para la creación de sus diseños. Con esto quiere que sus diseños muestren la belleza que se encuentra oculta en todas las mujeres expresando seguridad, confianza y comodidad en si mismas.

Cómo ve la moda en Cuenca.

En Cuenca, la moda ha existido siempre y ha tenido desde sus comienzos influencias extranjeras. Esta influencias han dado a la moda en la ciudad un toque único y una identidad diferente ya que la mezcla de todos los elementos demuestran el mestizaje de la cultura que se posee en el medio reflejados también en la manera de vestir.

La etapa en donde se encuentra la moda local actualmente, es la indicada para que nuevos diseñadores renueven los conceptos, ideologías y pensamientos en los que se basa la sociedad cuencana para aceptar la moda; dejando atrás la idea de copiar la moda extranjera y mas bien tomar los elementos mas significativos para que con la inserción de elementos propios crear una moda innovadora que trascienda en el tiempo y espacio.



Imagen 116: Producción de moda para Daniela Armijos.

Proceso de diseño. Inspiración.

La inspiración solo llega en el momento menos pensado, y es ahí cuando el diseñador toma todas las ideas que pueda para poder comenzar un proceso creativo que le llevará al resultado final que es el prototipo de una prenda bien pensada.

Tendencias

Al encontrarse en un mundo globalizado donde se encuentra información mundial actualizada, no se puede descuidar la búsqueda de nuevas tendencias en cuanto a forma, estilo, materiales y colores. Se encuentra revisando revistas reconocidas, sitios web de diseñadores y casas de moda, y blogs de moda donde se encuentre toda la información que necesita para que su diseño sea actual.



Imagen 118: Traje típico para Reina de Gualaceo.



Imagen 117: Traje típico para Reina de Gualaceo.

Referentes

Su referente principal es Coco Chanel.

Bocetos.

Utiliza bocetos a nivel de lápiz y pinturas.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.



Imagen 119: Traje de alta costura para Alta Moda 2012.

Venta.

No posee un showroom, vende sus productos bajo pedido.

Publicidad.

No utiliza ningún medio de comunicación para publicitarse. La fama que ha ganado se debe a las recomendaciones que ha recibido de sus clientes.

Confección y acabados.

Supervisa la confección ya que terceriza sus diseños a costureras y sastres de su confianza.

Es el encargado de realizar los acabados de las prendas. En su mayoría son bordados a mano de piedras y cristales.



Imagen 120: Diseñadora Karina Crespo.

Karina Crespo

“No solo los diseñadores son importantes, sino también sus marcas”



cresspo[®]

Imagen 121: Logo de la marca.

Promoción 2012.

Años de trabajo: 2013 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa urbana y casual para mujeres.

Entrevista realizada personalmente, el 08/04/2014



Imagen 122: Publicidad para la inauguración de Cresspo.

Criterios sobre moda.

La moda es un elemento esencial en cada individuo que lo convierte en parte de un grupo o sociedad definida y marcada por los mismos gustos de sus integrantes. Es un medio por el cual un individuo puede expresar su estilo de vida, pensamientos, creencias y estados de ánimo; sin embargo, es la moda la que genera una ruptura y con ella un cambio en la persona al momento de impactar sus sensibilidades, logrando que los conocimientos anteriormente obtenidos se vean cuestionados por otros innovados y mejores.

Dentro de la moda mundial, no solo los diseñadores son reconocidos sino también las casas de modas y las marcas. Lo que la diseñadora quiere llegar a crear es una marca de moda en serie

que sea reconocida y comparada con transnacionales famosas, porque cree que al mismo tiempo de que la moda es exclusiva debe ser también comercial y estar al alcance de todos. Dentro de su marca quiere reflejar la seguridad y confianza que las mujeres expresan al sentirse bellas utilizando prendas que les agraden.

Cómo ve la moda en Cuenca.

En la moda cuencana no existe una variedad de productos para escoger, y los que invaden el mercado son extranjeros. La principal causa de esto es que el costo y la calidad de la producción local de ropa ha ganado en tiempos pasados la mala fama de no ser productos de excelencia o novedosos; este problema abrió las puertas a la producción extranjera a posicionarse en el

medio como la mejor y la única opción al momento de adquirir vestimenta, volviendo un campo cerrado para la producción y venta de ropa local y nacional.

También ha influido mucho el hecho que la mayoría de actores productores de moda local se limitan a copiar tendencias extranjeras sin dar una identidad al diseño propio.



Imagen 123: Publicidad para Cresspo.

Proceso de diseño. Inspiración.

Se inspira en la vida cotidiana y en el glamour escondido en ella.

Tendencias

Busca tendencias en moda urbana que se manejan a nivel mundial y las compara con las tendencias que se utilizan en la sociedad cuencana.

Referentes

Forever 21 es su marca favorita para tomar como referente.

Bocetos.

Bocetos rápidos a nivel de lápiz y les da color con pinturas.

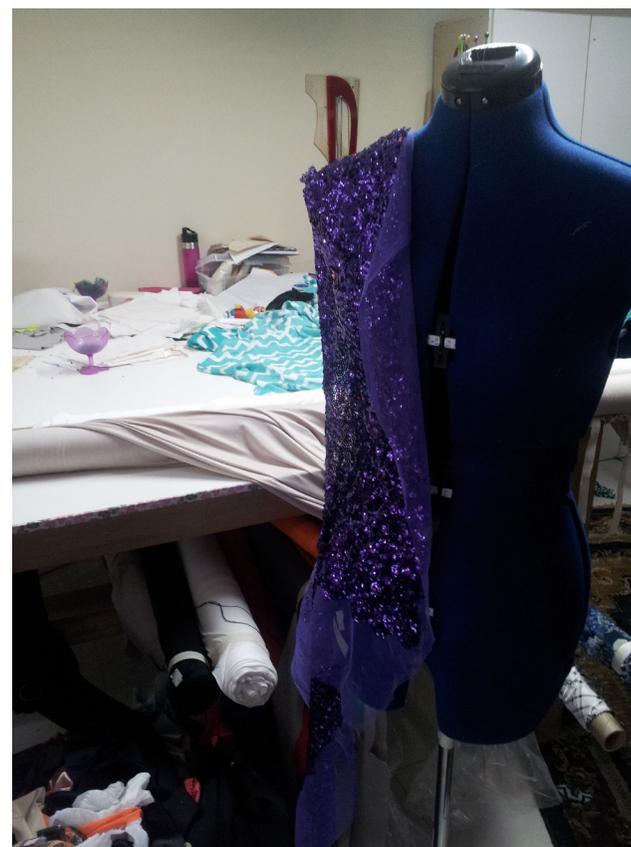


Imagen 124: Taller de producción de la diseñadora.



Imagen 125: Boceto de la diseñadora



Imagen126: Diseños en exhibición en Cresspo.

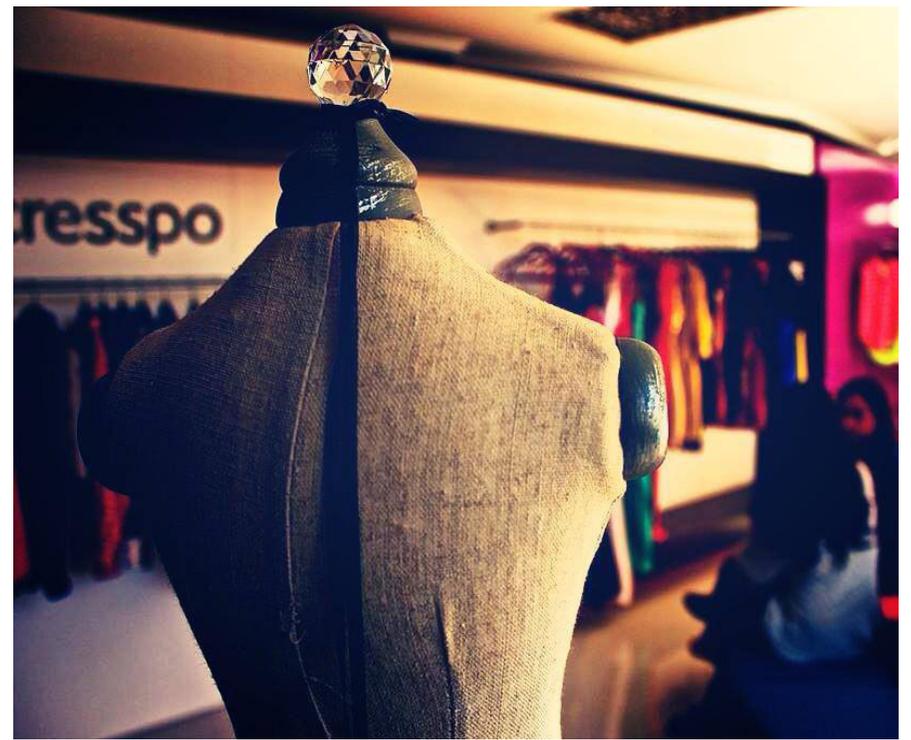


Imagen 127: Instalaciones de Cresspo.

Confección y acabados.

Posee un taller propio donde trabajan dos costureras a las cuales ella supervisa y da direcciones sobre la confección.

En su mayoría son sus empleadas las que realizan los acabados pero existe excepciones donde ella aporta con su mano de obra; y antes de etiquetar o empacar los productos revisa que los acabados sean de una muy buena calidad.

Venta.

Inauguró su taller y showroom propio hace unos pocos meses, donde expone sus diseños y los vende al público cuencano.

Cresspo:

Cornelio Merchán y José Peralta.

Publicidad.

La imagen de su marca es lo más importante para la publicidad que realiza por lo que ha invertido en la imagen corporativa como tarjetas de presentación, flyers, fotografías y empaques. Al ser una ciudad relativamente pequeña, su publicidad se basa en las referencias de sus clientes y utiliza las redes sociales para mostrar su marca al resto de la sociedad cuencana y otros usuarios a nivel mundial que naveguen en búsqueda de marcas nuevas.



Imagen 128: Publicidad para la marca.



Imagen 129: Diseñadora Ximena Mogrovejo.

Ximena Mogrovejo

“La moda que yo creo refleja un estilo urbano, dinámico e informal”



Imagen 130: Logo de Mena Mõ.

Promoción 2012.

Años de trabajo: 2012 – 2014

Diseño / Producción:

• Ropa casual para mujer

Entrevista realizada personalmente, el 13/05/2014

Criterios sobre moda.

Expresa que la moda es un medio personal de expresión cotidiano a través de la indumentaria.

Con sus diseños quiere expresar frescura e innovación, mediante un estilo urbano, dinámico e informal. Porque la moda debe de ser atractiva para quien la usa pero también debe hacer sentir comodidad y confianza al mercado al que se dirige.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que la moda en la ciudad se encuentra en un proceso de definición, en medio de la generación de la identidad como ciudad y como creativos. Las personas que actualmente trabajan en el medio de la moda local se proyectan experiencias propias bajo la influencia inevitable de la comunicación global.

Con el paso del tiempo, la calidad e innovación del diseño cuencano aumentará para posicionarlo como un referente a seguir a nivel nacional e internacional.



Imagen 131 Mamushka 2014.

Proceso de diseño. Inspiración.

Usa temas que le llaman la atención y le causan curiosidad; en su mayoría son formas y texturas obtenidas de la naturaleza.

Tendencias

Busca diseñadores actuales que experimentan el sistema de patronaje y proponen nuevas formas de expresión en la silueta y texturas aplicadas.

Referentes

No posee un referente definido.

Bocetos.

No dedica mucho tiempo a bocetar sus diseños, por lo que los realiza a nivel de lápiz con rasgos sueltos.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.



Imagen 133: Comienzo del proceso creativo de la diseñadora.

Confección y acabados.

No participa en la confección ya que solicita los servicios de pequeños talleres de costura a los cuales contrata por obra.

La diseñadora se ocupa de los acabados de la prenda, porque cree importante que los detalles se encuentren casi perfectos para dar una buena impresión al cliente.

Venta.

La diseñadora exhibe sus productos en tiendas y talleres de colegas amigos, como es el caso de "Bolsón bolsos y accesorios" de Sebastián Quezada y Jasmina Mancheno; también utiliza ferias de diseño realizadas en la ciudad para vender sus productos.



Imagen 132: La diseñadora ajustando un vestido antes del desfile. Imagen 134 Diseño en pasarela.

Publicidad.

La diseñadora expresa que al encontrarse incursionando recientemente en el campo laboral, no publicita su trabajo a gran escala.

Utiliza redes sociales y referencias de clientes y amigos.



Imagen 135: Cuenca Moda 2013.



menc 
DISEÑO DE MODAS

Sus propuestas de diseño son el resultado de la fascinación por experimentar, transformar y crear textiles con materiales y técnicas artesanales como fieltro y tintura a base de materiales naturales.

Imagen 136: Publicidad para Mamushka 2014.

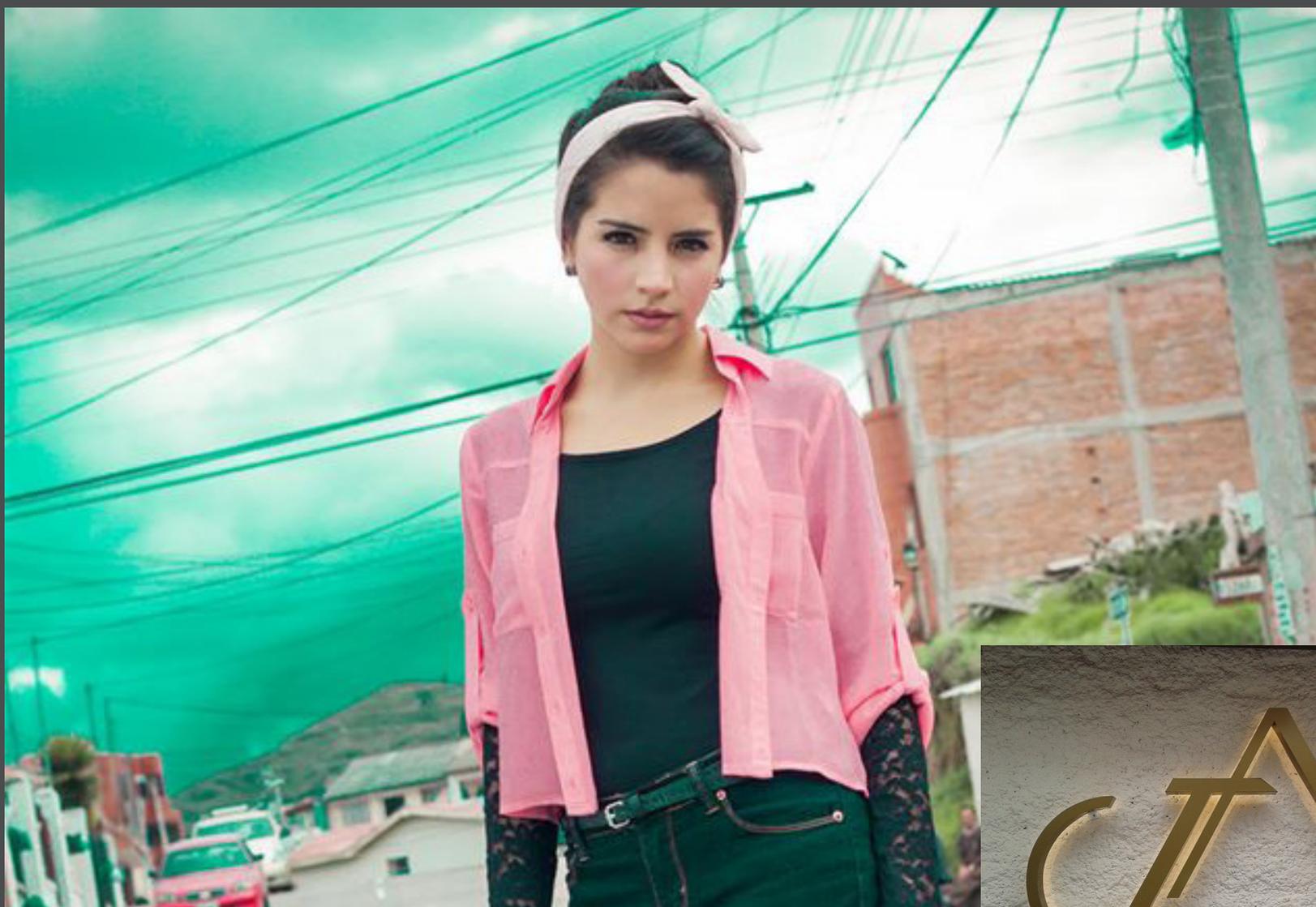


Imagen 137: Diseñadora Ma. José Azúa.

María José Azúa

“La moda se encuentra en el buen vestir de la vida cotidiana”



Imagen 138: Logo de la Marca.

Promoción 2012.

Años de trabajo: 2013 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa urbana y casual para mujeres.

Entrevista realizada personalmente, el 16/05/2014



Imagen 139: Publicidad para Marsella Textiles y Complementos.

Criterios sobre moda.

La moda que la diseñadora crea tiene que ser dirigida a una mujer real, no al estereotipo de mujer perfecta que se ha planteado en el entorno mundial. Combina rasgos de dulzura, belleza y delicadeza propios de una mujer para crear un estilo elegante y sobrio el cual transmite la seguridad y confianza de la persona que viste esta moda.

En cuanto a la moda global, opina que es un proceso que cambia constantemente porque dentro del público al que está dirigida, crea el deseo de innovar y mejorar lo que se tiene al alcance. Esto produce que la vitalidad de la moda permanezca siempre en el medio porque al momento de innovarla se convierte en una nueva versión de moda la cual en muchos casos posee rasgos de otras pasadas.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La moda en Cuenca se encuentra en un proceso de innovación y crecimiento, donde se ha comenzado a valorar el proceso creativo que conlleva el diseñar moda y que al mismo tiempo se trabaja arduamente para que la producción de moda cuencana sea reconocida no solo como el buen gusto por el vestir sino como una moda conceptual que tenga un significado e identidad propia.

Sin embargo, el fácil acercamiento que posee el mercado local hacia la moda extranjera provoca que la producción creada en la ciudad se vea minimizada perdiendo ventaja en el campo mercantil; pero con los avances que se han logrado y seguirán lográndose por parte de los diseñadores de modas, este fenómeno / problema disminuirá notoriamente al punto de ser la producción de moda local la preferida por el consumidor en Cuenca y fuera de ella.

Proceso de diseño. Inspiración.

Al diseñar, más que una inspiración toma como base para todas sus creaciones un estilo sobrio y elegante. De aquí usa varios rasgos que identifiquen a dicho estilo en sus prendas.

Tendencias

Se actualiza constantemente en cuanto a las tendencias que se manejan a nivel global y las fusiona con el estilo y tendencias llevados en la ciudad.

Referentes

No tiene referentes definidos, toma a varios diseñadores y casas de moda como referentes los cuales varían constantemente.

Bocetos.

Bocetos rápidos a nivel de carboncillo o lápiz.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Posee su taller propio, donde ella es la encargada del patronaje y la confección de sus diseños.

Al igual que la confección, se encarga de que los acabados sean los mejores con técnicas y materiales de una excelente calidad.



Imagen 140: Colección 2014.



Imagen 141: Desfile en la antigua Corte de Justicia de Cuenca.

Imagen 142: María José Azúa luciendo sus diseños.

Imagen 143 y 144: Diseños de la colección 2014.

Venta.

Actualmente, posee su taller atelier, donde exhibe sus diseños y los vende. Al estar comenzando dentro del campo profesional, solo vende para el mercado cuencano pero espera en un futuro expandirse al resto del país.

María José Azúa.

Av. Escandón 3-79 y José Astudillo.

Publicidad.

Por el momento se publicita por redes sociales, tiene en proyectos buscar más publicidad para lo cual comenta que la calidad debe de ser la mejor ya que debe impactar los sentidos del consumidor.

Imagen 145: Diseños de la colección 2014.





Imagen 146: Diseñadora Verónica Castro.

Verónica Castro

“La elegancia y la belleza interna de una mujer es la verdadera expresión de moda”

Promoción 2012

Años de trabajo: 2012 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa casual en serie

Entrevista realizada vía internet, el 21/05/2014

Criterios sobre moda.

Para la diseñadora, la moda es un conjunto de prendas o elementos que se ponen en boga en un momento determinado y que marcan la identidad de un grupo de personas.

Como concepto que mueve a sus diseños tiene el rescatar la elegancia y feminidad de la mujer y expresarla en el modo de vestir que la misma desea llevar en la vida cotidiana.

Proceso de diseño. Inspiración.

Toma la inspiración como parte principal para la creación de productos innovadores; así, toma elementos varios como la elegancia, sobriedad, etc; que le sirven de fuente de inspiración sin embargo esta cambia de acuerdo al diseño que esté realizando.

Tendencias

Analiza los rasgos mas importantes utilizados en las tendencias mundiales y los inserta en las tendencias utilizadas en el medio local.

Referentes

No posee referentes.

Bocetos.

Realiza bocetos no muy trabajados con rasgos leves para no ocupar mucho tiempo en esta parte del proceso.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Considera que la moda en Cuenca no tiene un avance rápido ya que es considerada como una expresión artística dirigida a un grupo elitista dentro de la sociedad.

También ha influido el hecho de que el diseño cuencano ha presentado baja calidad y falta de originalidad en los diseños que empresas textiles de producción en masa no han realizado en tiempos pasados.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

La diseñadora considera que es necesario estar involucrados en la confección para garantizar la calidad de las costuras y acabados en cada prenda, ya que por lo general el usuario al momento de elegir alguna prenda de un costo promedio prefiere mejores acabados y buena calidad tanto en las costuras como el material.

Venta.

Distribuye sus diseños a varios almacenes comerciales ubicados en el centro de la ciudad.

Publicidad.

No realiza publicidad.

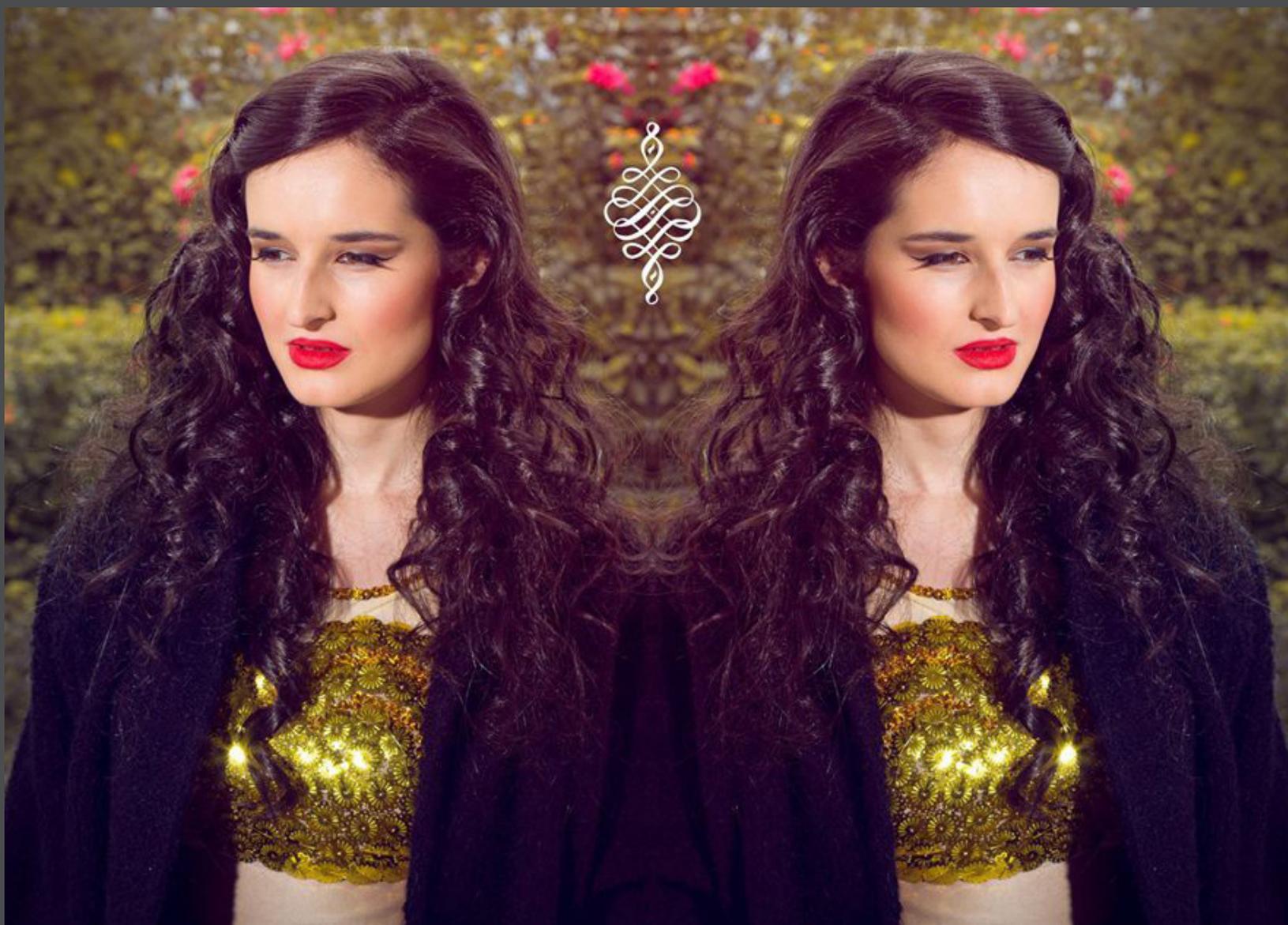


Imagen 147: Diseñadora Isabel Borrero.

Isabel Borrero

“La moda debería ser el punto de equilibrio entre lo que impone el mundo y el gusto del diseñador”

Promoción 2013

Años de trabajo: 2013 – 2014

Diseño / Producción:

- Producción de moda para editorial y publicidad.
- Ropa semi formal e informal femenina.

Entrevista realizada personalmente, el 07/03/2014

Criterios sobre moda.

Para la diseñadora, la moda es un proceso en el cual se presenta una propuesta de cambio en el estilo de vestir en una persona la cual involucra no solo su apariencia sino una manera de vivir, pero esta propuesta no puede ser del todo estrambótica ya que primero se debe analizar a la sociedad y mercado a la cual se dirige para así crear un equilibrio que no cause un impacto negativo en los integrantes de dicha sociedad. Afirma que el concepto de moda es mucho más profundo que el que se conoce popularmente, ya que detrás de una presentación bien elaborada de una prenda o producto, de una pasarela deslumbrante o una exposición impactante se encuentra todo un proceso creativo de búsqueda, integración de varias ideologías y el equilibrar distintos rasgos distintivos de modas globales para que se acoplen al gusto en común de un público al cual se eligió después de analizarlo.

Al momento de diseñar intenta crear un equilibrio entre la simplicidad y la carga de elementos en sus creaciones ya que por gustos personales aplica minuciosos detalles en una cantidad extensa. Piensa que su estilo es reflejado en el diseño como una esencia imperceptible ya que tiene que moldearlo conforme a las necesidades del mercado. Se proyecta en un futuro, el crear su propia marca bajo el nombre de "Yana" palabra en quechua (kechwa) que significa negro en castellano; la razón para utilizar este nombre es la identidad que la diseñadora posee en cuanto a su estilo ya que considera al color negro como un hilo conductor que se mantiene en todas sus creaciones y conceptos.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La moda en Cuenca, se encuentra en un proceso de crecimiento en el cual se cuenta con mucho talento y habilidad en cuanto a los diseñadores y mano de obra que se puede encontrar en la ciudad, al mismo tiempo que cursa una etapa de publicitarse a sí misma y a los avances que ha logrado para poder tomar un lugar importante dentro de la crítica local, nacional e internacional.

Sin embargo, existe la lucha constante con la demanda de productos a bajos costos con una calidad casi impecable que se puede adquirir fácilmente en tiendas de comercialización de moda extranjera que se encuentra esparcidas en la ciudad. Es difícil competir contra una gran variedad y stock de productos que no por tener una excelente calidad son reconocidos sino por el nombre de la marca que llevan, la cual ha sido insertada en nuestra sociedad por medio de la globalización tecnológica mundial que facilita el alcance de nuevas tendencias y modas en cuestión de segundos. Pero por mas que sea un proceso lento, duro y tedioso, los diseñadores locales actualmente están abriendo paso a nuevas ideas en cuanto al pensamiento consumista de la sociedad, volviéndolos mas ávidos al momento de recibir nuevas propuestas. El problema es que los diseñadores están presentando propuestas muy extravagantes propias de pasarelas las cuales el público que no conoce profundamente conceptos de moda, no

los entiende y llevan el mal concepto de considerar la moda solo como una expresión artística que es alcanzable para un grupo elitista en la sociedad.



Imagen 148: La diseñadora realizando bocetos.

Proceso de diseño. Inspiración.

Su inspiración no puede ser definida ya que cambia dependiendo de lo que quiera diseñar en el momento.

Tendencias

Considera importante la búsqueda de tendencias mundiales, no solo limitándose a un diseñador sino a varios de donde se puedan tomar diferentes rasgos para crear un diseño innovador.

Referentes

No posee un referente definido.

Bocetos.

Realiza bocetos no muy trabajados con rasgos leves de color a base de lápiz, pinturas y acuarela.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Ella es la encargada de la confección y acabados de los diseños.

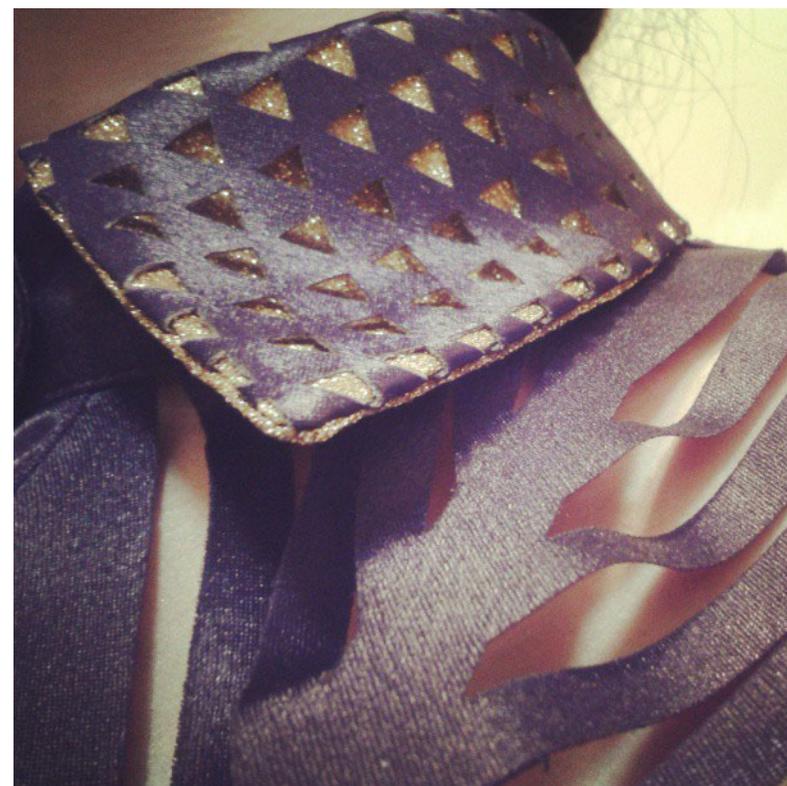


Imagen 149: Detalle constructivo de un diseño de Isabel Borrero.



Imagen 150: Producción Isabella.



Imagen 151: Producción fotográfica dirigida por la diseñadora.

Venta.

Vende sus productos bajo pedido.

Publicidad.

Conjuntamente con el diseñador David Gutierrez produce su propia publicidad para medios de comunicación por editorial.



Imagen 152: Diseños para Reina de Cuenca 2013.

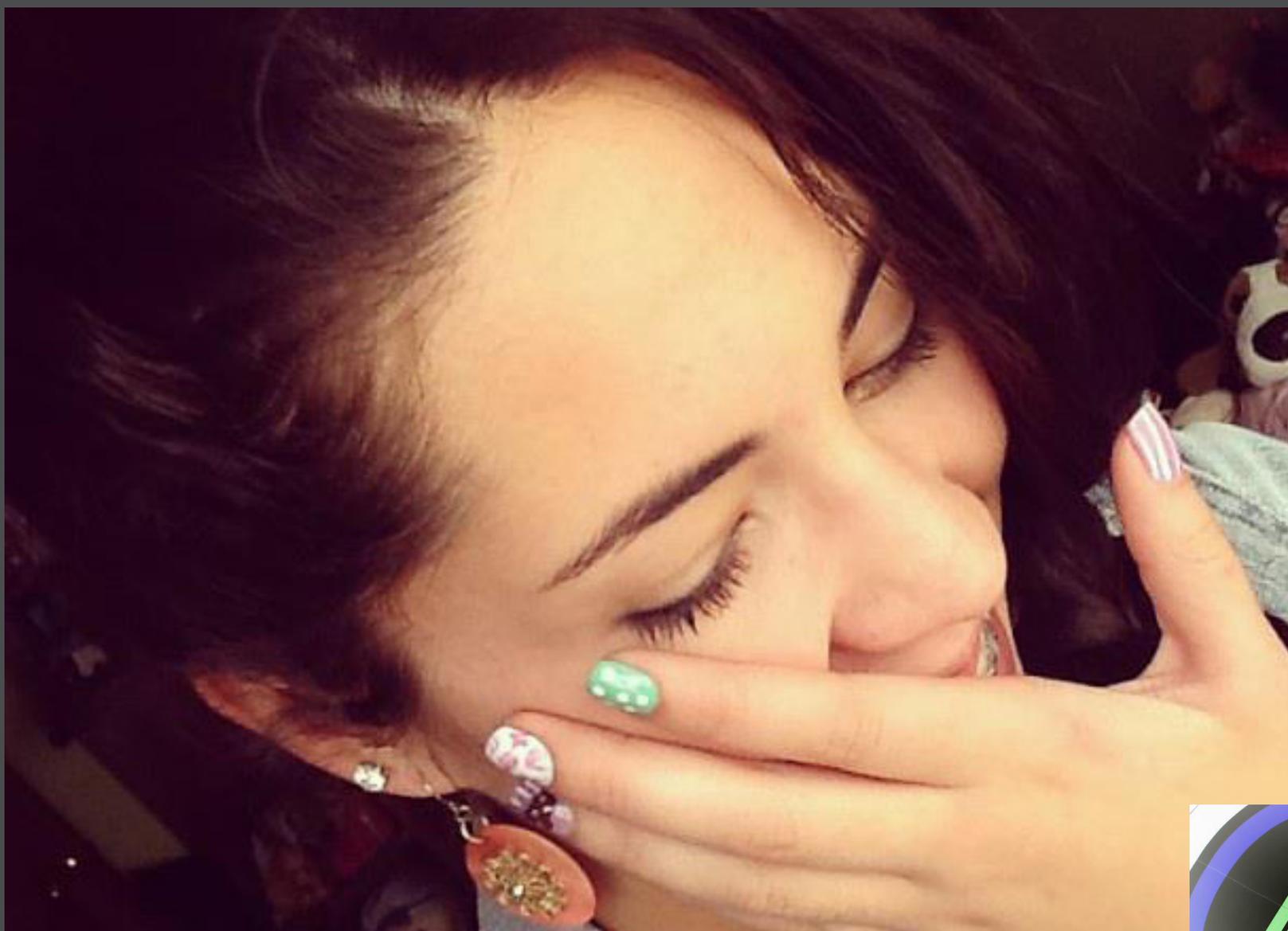


Imagen 153: Diseñadora Belén Cordero.

Belén Cordero

“La moda personaliza el estilo de cada persona”



Imagen 154: Logo de beCo.

Promoción 2013.

Años de trabajo: 2011 – 2014

Diseño / Producción:

- Ilustración manual en zapatos y camisetas.

Entrevista realizada personalmente, el 12/03/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora considera que la moda es una característica que define a la sociedad y las clases sociales que se encuentran dentro de ella; apegándose a la teoría de que la moda es el resultado de la diferenciación de clases sociales donde se puede apreciar un cambio en el estilo de vida reflejado por ejemplo en el material y calidad de una prenda de vestir.

La idea principal de la diseñadora es que la moda no solo se encuentra en la producción de prendas de vestir sino también en la personalización mediante la ilustración y experimentación de las mismas. Es así que la ilustración es la herramienta que utiliza para rediseñar las tendencias existentes en el medio, convirtiendo accesorios o prendas de vestir básicas como son las camisetas en diseños innovadores con un toque personal que caracteriza a quien los utilice como un individuo que quiere sobresalir de entre los demás pero al mismo tiempo desea pertenecer a un grupo donde su identidad sea apoyada.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que la moda producida en la ciudad de Cuenca se ha desarrollado notoriamente en los últimos años, abriendo paso a nuevos actores constructivos dentro de la industria de moda local quienes basándose en la moda que se maneja a nivel global han podido y podrán darle una identidad propia al diseño local.



Imagen 155: Zapatos de la colección 2013.

Proceso de diseño. Inspiración.

La inspiración con la que crea sus diseños es el deseo de ser diferente que es propio en la juventud.

Tendencias

En la producción de la diseñadora se puede identificar claramente el uso de las tendencias existentes en el medio, ya que retoma varios patrones de estampados utilizados en las prendas que se encuentran de moda en el momento, al igual que los colores e incluso temáticas que marcan tendencia en el vestir.



Imagen 156: Belén Cordero realizando un diseño.



Imagen 157: Bocetos para GringoTree.

Referentes

Sus referentes principales son las marcas argentinas 47 Street y Pinta tu Pinta, de donde toma como referencia el estilo de los productos que estas marcas reflejan. Sin embargo, se mantiene en constante búsqueda de referentes ya que cada una de las marcas y diseñadores a los cuales sigue tienen diferentes elementos que le sirven para la deconstrucción de sus diseños.

Bocetos.

No acostumbra a realizar bocetos ya que considera que la espontaneidad al pintar las prendas es el elemento que las vuelven únicas; pero existen algunos casos donde posee una idea clara o un modelo definido antes de comenzar con la ilustración.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Los zapatos y las camisetas que la diseñadora utiliza son adquiridas de industrias nacionales como Venus o Teleshop.

Se podría considerar que el trabajo de la diseñadora se desenvuelve en los acabados de una prenda ya que es ahí donde ella aplica los diseños que vuelven a la prenda en un objeto innovador.



Imagen 159: Camiseta colección 2013.



Imagen 158: Camisetas pintadas a mano.

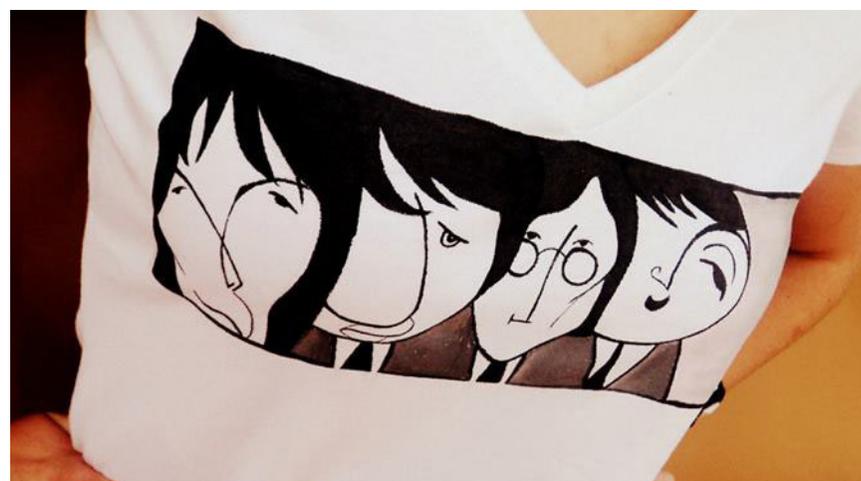


Imagen 160: Camiseta Beatles.

Venta.

Los productos pueden ser encontrados en las tiendas de moda cuencanas: Anacleta Coqueta y Cu Gallery; donde la diseñadora vende sus diseños a consignación. Pero la mayoría de su producción es vendida bajo pedido del cliente, actualmente también recibe pedidos de otras ciudades del país.

Publicidad.

Las redes sociales son el principal medio de publicidad para la marca, por medio de las mismas promociona y vende sus productos.



Imagen 161: Camisetas crop.



Imagen 162: Camiseta Tribal.



Imagen 163: Zapatos Pink Painter.



Imagen 165: Logo de Limón Accesorios.

Imagen 164: Diseñadora Camila Miranda.

Camila Miranda

“Todo lo que nos rodea se puede convertir en moda”

Promoción 2013

Años de trabajo: 2013 – 2014

Diseño / Producción:

- Accesorios con porcelana.

Entrevista realizada personalmente, el 11/03/2014

Criterios sobre moda.

Los accesorios son un complemento importante y necesario para marcar una moda o tendencia. Su concepto principal es el que todo puede convertirse en moda si se sabe utilizar de la manera correcta, es así que sus diseños son la transformación de elementos de la vida cotidiana en accesorios que brindan un toque extra al estilo que la persona quiere expresar.

Bajo su perspectiva, la moda se encuentra en medio de la sociedad y nace en cada persona. La búsqueda de sentirse identificado dentro de un grupo social es la que ha creado el fenómeno que llamamos moda, es decir si dentro de la sociedad todos pensarán de la misma manera, el modo de vestir no difiriera por ende no existiría el deseo de buscar algo nuevo; pero es la discusión que se genera dentro de un medio la que lleva a que el modo de vestir cambie constantemente e inflencie directamente al estilo de vida de las personas, estos cambios son los que consideramos moda.

Cómo ve la moda en Cuenca.

En cuanto a la moda cuencana, no posee una identidad propia sino que llega a ser una copia de las tendencias extranjeras que llegan fácilmente a la sociedad por diferentes medios de comunicación. El ingreso de prendas de vestir extranjeras disminuyen la producción local subiendo el valor monetario a cada prenda, que es una desventaja enorme para la moda local ya que no tiene las posibilidades de competir con productos más baratos, de mejor calidad y con más carga de diseño.



Imagen 166: Aretes diseñados por Camila Miranda.

Proceso de diseño. Inspiración.

La inspiración nace del vivir diario. Cualquier elemento que se encuentre en la cotidianidad puede ser retomado como un accesorio, así que la inspiración nace del observar detenidamente nuestro alrededor. De igual manera toma como inspiración las temáticas de películas, literatura, series, entre otros que se encuentren en auge.

Tendencias

No sigue tendencias.

Referentes

No tiene referentes definidos.

Bocetos.

No realiza bocetos.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Ella es la encargada de la confección de los accesorios, es decir ella modela las figuras que desea crear en porcelana y posteriormente las pinta. Como es un proceso sencillo y no realiza una producción en masa, la diseñadora no necesita de maquinaria industrial sino utiliza instrumentos caseros.

Se encarga de que las piezas de porcelana no tengan fallas, manchas o se encuentren quebradas para proceder al empaquetado el cual realiza ella misma.

Venta.

Vende sus productos bajo pedido del cliente y posee stock en exhibición en la tienda cuencana CuGallery.

Publicidad.

Al ser una marca que se encuentra abriéndose campo en la ciudad, la única publicidad que utiliza es mediante redes sociales ya que por razones económicas no posee el capital para utilizar otros medios publicitarios y de marketing.



Imagen 167: Collar de piedras sintéticas.



Imagen 168: Collar diseñado para Navidad 2013.



Imagen 169: Llaveros de Limón Accesorios.



Gabriela Valdivieso

Imagen 170: Diseñadora Gabriela Valdivieso.



Imagen 171: Logo de la marca.

“La imagen de la persona es su carta de presentación al mundo”

Promoción 2013

Años de trabajo: 2006 – 2014

Diseño / Producción:

- Ropa semi formal y formal femenina.
- Asesoramiento de imagen.

Entrevista realizada personalmente, el 14/03/2014



Imagen 172: Etiquetas de las prendas.

Criterios sobre moda.

La moda es considerada por la diseñadora como la identidad de la persona que ha sido creada a través de su manera de verse ante otras personas, la carta de presentación que se posee para ser juzgado por primera vez por desconocidos y el sello de identidad con el que relacionados, amigos y familia reconocen a una persona. No solo engloba la vestimenta sino un sin número de características y elementos que se adhieren al individuo de acuerdo a su afinidad y gusto.

Lo que más le gusta al momento de diseñar es saber que las personas a las que va a vestir confían en ella para que tome rienda con su apariencia, expresa que le gusta que las personas se vean elegantes y que reflejen belleza al vestir prendas que hagan resaltar sus cualidades físicas.



Imagen 173: Diseños para Navidad 2013.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que en la ciudad la moda se está demostrando recientemente ya que debido a la cultura y creencias de la sociedad cuencana, siempre han existido parámetros de comportamiento mas que nada en la juventud los cuales se consideraban como modelos a seguir lo que hacía que en generaciones pasadas las personas sean mas conservadoras y sujetas a este estilo de vida, sin embargo con el paso del tiempo se ha ido rompiendo esta barrera de libertad y gracias a la tecnología que ahora está al alcance de todos la moda ha ido llegando a la ciudad como un fenómeno que todos quieren seguir recalando en su mayoría jóvenes, pero aún se mantiene ese recato y pudor como una esencia en la moda cuencana que es una característica que se ve reflejada en lo que ahora llamamos estilo sobrio y elegante, que si se lo explota de una buena manera podría llegar a ser un símbolo de identificación de la moda loca. También se podría decir que la gente ha tomado más conciencia al momento de vestirse de una manera u otra.

Proceso de diseño. Inspiración.

La inspiración de la diseñadora cambia de acuerdo a la persona para la que está diseñando.

Tendencias

Se encuentra buscando actualizaciones sobre tendencias actuales constantemente para innovar sus diseños.

Referentes

Su referente principal es el diseñador Ellie Saab.



Imagen 174: Bocetos de la diseñadora.



Imagen 175: Patrones para los diseños.

Bocetos.

Cree que es muy importante realizar bocetos antes de definir los diseños finales. Utiliza una gran gama de opciones para realizar sus bocetos entre los cuales están lápiz, carboncillo, pinturas, acuarelas, acrílicos y en ciertos casos tableta digital.



Imagen 176: Blusa diseñada por Gabriela Valdivieso.

Fichas técnicas.

No realiza ficha técnicas.

Confección y acabados.

Ella es la encargada de la confección y acabados de los diseños, cuenta con la ayuda de una costurera que va al taller de la diseñadora ubicado en su domicilio cuando es necesario.

Venta.

Vende sus productos bajo pedido.

Publicidad.

Actualmente no publicita su marca y trabajo porque tiene planes de viajar al extranjero para realizar estudios de especialización.



Imagen 177 y 178: Vestido para la candidata a Reina de Cuenca 2013, Daniela Morejón.



Imagen 179: Diseñadora Nicol Valencia.

Nicol Valencia

“La moda también debe tener una buena imagen”

Promoción 2013.

Años de trabajo: 2013 – 2014

Diseño / Producción:

- Producción de moda para editorial.

Entrevista realizada vía internet, el 17/05/2014



Imagen 180: Producción de niños para Bla.

Criterios sobre moda.

Dice que la moda son todos los rasgos que una persona adopta con respecto a una tendencia mundial y que se vuelve parte de su estilo de vida. La imagen de una persona es su presentación ante el resto del medio, por lo que se ve obligado a utilizar prendas que lo identifiquen con dicho grupo.

Por el momento se encuentra trabajando en la producción de moda para editorial y publicidad, ya que piensa que es una manera importante donde puede transmitir el verdadero significado de la moda y mejora el avance de producción local. Así como una persona debe presentarse ante los demás con una buena imagen,

creo que la producción de moda debe ser presentada con un alta calidad.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que la moda en Cuenca ha tomado impulso desde los últimos años, porque los diseñadores han propuesto nuevas ideas y estilos que no han sido muy chocantes para el público, lo que ha causado que sean bien recibidas en la sociedad.

Por otro lado, se sigue luchando contra la moda extranjera que impone su estilo y obliga a la producción local a copiar todos

los rasgos que exhibe. Es así como los diseñadores cuencanos se limitan a copiar prendas provenientes de países conocidos como primermundistas, sin embargo la calidad de dichas copias no supera a las prendas extranjeras.

Se vive un proceso de cambio y de concientización sobre la preferencia por los productos nacionales, que es un factor bueno para la producción de modas ya que se facilitan y brindan nuevas opciones para que esta industria avance. Así que, se tiene la esperanza que en unos años, la moda cuencana avance notoriamente y se posicione como un referente a seguir nacional e internacionalmente.

Proceso de diseño. Inspiración.

No posee inspiración.

Tendencias

Busca tendencias en cuanto a la publicidad de moda que se realiza a nivel mundial. Se fija en composición, colores, poses, entre otros.

Referentes

No posee referentes.



Imagen 181: Producción realizada para Bla.

Bocetos.

No realiza bocetos de cómo podría quedar una fotografía, pero si lo piensa y guarda en su memoria.

Fichas técnicas.

No son necesarias para su trabajo.

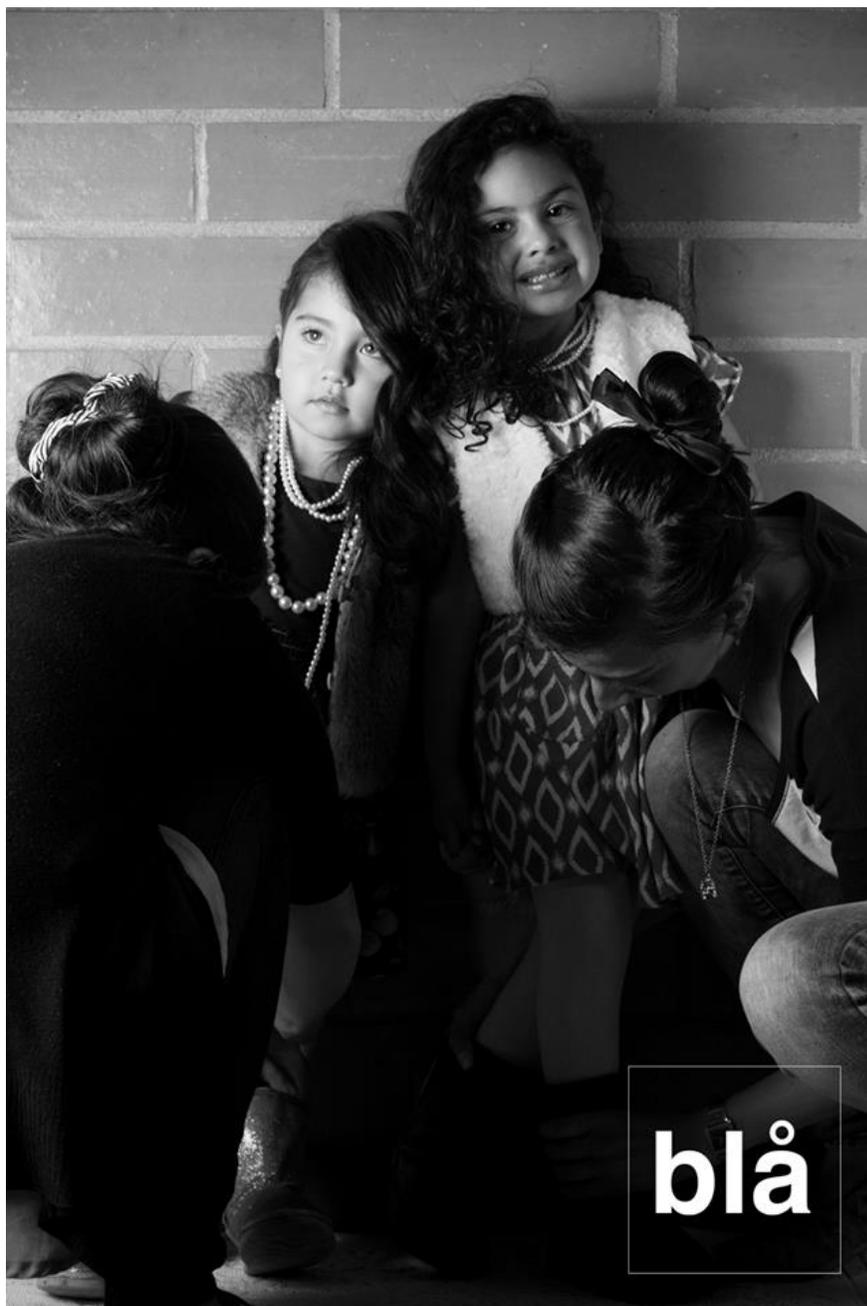


Imagen 182: La diseñadora interviniendo en la producción fotográfica.



Imagen 183: Producción fotográfica para Bla.

Labor dentro de la producción publicitaria y de editorial.

La diseñadora es una asistente de producción y estilismo, es decir que ella está encargada en que la en la fotografía se de importancia ya sea a las prendas o a la modelo. Sin embargo, debe supervisar que todos los detalles se encuentren bien colocados en el área de enfoque de la cámara.



Imagen 184 y 185: Producciones fotográficas donde ha intervenido la diseñadora.



2.1.2 Diseñadores Bajo Dependencia Laboral.



Imagen 186: Diseñadora Fernanda Rojas.

Fernanda Rojas

“La industria textil está descuidada por parte de los diseñadores”

Promoción 2012

Años de trabajo: 2011 – 2014

Empresa en la que trabaja: Daveros

Cargo / Actividades: Diseñadora y patronista.

Producción / Diseño:

- Diseño y confección de uniformes empresariales.

Entrevista realizada personalmente, el 09/05/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora piensa que la moda es un conjunto de elementos que caracterizan un estilo de vida y se relacionan directamente con la manera de vestir de la persona. Esta manera de que se difunden y logran permanecer en el mercado por un ciclo determinado de tiempo.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Considera la moda en Cuenca existe gracias al clima de la ciudad ya que se puede observar la versatilidad de las prendas de vestir y sus accesorios. Sin embargo esta moda no es propia sino una imitación de lo que está sucediendo globalmente y para complementar la idea de la diseñadora de que el clima es un factor principal, al no tener la ciudad cuatro estaciones marcadas como en el hemisferio norte es mucho más fácil para la sociedad tomar diversos elementos no solo de una tendencia sino de varias y mantenerlas por un tiempo indefinido durante el año. Así podríamos decir que la moda en Cuenca crea una identidad a base de la copia y la combinación de corrientes extranjeras.

Por otra parte considera que la ciudad está llena de diseñadores de moda con mucho talento pero que no se están dando a conocer de la manera en la que la sociedad necesita llenarse de información, es decir el mercado local se ve bombardeado por publicidad y marketing de transnacionales extranjeras que producen ropa en masa a costos más bajos sin tener producción local que intente competir contra estas; a lo que se le suma la falta de innovación y calidad por parte de la industria textil. Por esta razón, el mercado cuencano no ha creado aun el interés por la

producción local y nacional ya que estéticamente se ve atraído por lo que globalmente se impone y económicamente prefiere invertir en prendas con mejor calidad sin importar si son producidas en masa.

Proceso de diseño.

La diseñadora aporta con sus conocimientos en diseño mediante la búsqueda de tendencias, inserción de rasgos de modas externas con la combinación de elementos propios y con técnicas de confección.

Bocetos.

No realiza bocetos.

Fichas técnicas.

Realiza fichas técnicas donde especifica todos los detalles del diseño.

Confección y acabados.

Supervisa en todo el proceso de confección e interviene en el mismo con su mano de obra o con aclaraciones sobre el diseño.

Venta.

Daveros, es una empresa que diseña y confecciona uniformes empresariales para clientes locales y a nivel nacional. Toda su producción la realizan bajo pedido y la distribuyen directamente a la empresa que la solicita.

Publicidad.

La empresa no utiliza muchos medios de comunicación para promocionarse.



Imagen 187: Diseñadora Andrea González.

Andrea González

“La elegancia y la comodidad son los ejes principales para diseñar moda”

Promoción 2011

Años de trabajo: 2011 – 2014

Empresa en la que trabaja: Trapitos

Cargo / Actividades: Diseñadora, patronista.

Producción / Diseño:

- Uniformes empresariales e institucionales.

Entrevista realizada personalmente, el 17/05/2014

Criterios sobre moda.

Actualmente, trabaja bajo dependencia laboral donde se rige al concepto de la empresa donde trabaja y este es la producción y réplica de uniformes escolares y empresariales donde no existen variantes en el diseño sino ya ha sido marcado y utilizado como modelo base. Sin embargo, como concepto personal, la diseñadora tiene la elegancia y comodidad como ejes principales en el proceso de diseño, con el cual aparte de suplir las necesidades ergonómicas y de función en su diseño, desea satisfacer el gusto del cliente mediante la estética de sus creaciones.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Desde tiempos pasados, la producción de modas en Cuenca no ha podido tomar lugar en el mercado local y nacional, siendo la producción extranjera la que más sobresale y acaba con la competencia en grandes escalas. Este problema se debe al alcance que los medios de comunicación tienen sobre la sociedad en cuanto a la moda, ya que en especial el internet está lleno de información mundial actualizada que proporciona todo lo necesario a las personas para estar al tanto de lo que sucede en la moda actual; influyendo así en sus preferencias, exigencias y gustos.

No solo se puede culpar al mercado, sino también a los diseñadores de modas y otros productores de moda quienes no han presentado una verdadera innovación en el diseño sino se han limitado en copiar modas extranjeras bajo la excusa de que se basan en tendencias que son acogidas por la sociedad.

Proceso de diseño.

La diseñadora aporta con sus conocimientos en diseño mediante la búsqueda de tendencias, inserción de rasgos de modas externas con la combinación de elementos propios y con técnicas de confección.

Bocetos.

No realiza bocetos. Se dedica a patronar las órdenes de producción en el programa digital Rich Peace, donde también realiza el tendido de las piezas para pasarlas a los encargados de la confección.

Fichas técnicas.

Realiza fichas técnicas en una cantidad mínima.

Confección y acabados.

No participa en ningún proceso de confección.

Venta.

Trapitos, es una micro empresa cuencana que posee su taller de producción y su almacén de ventas en el mismo lugar.

Publicidad.

No se ha utilizado mucha publicidad por medios de comunicación ya que las instituciones que realizan sus uniformes en la empresa, son los encargados de difundir el trabajo de dicha industria; también al estar presente en el mercado por mas de una década ha ganado cierto tipo de fama dentro de la sociedad cuencana.



Imagen 188: Diseñadora Geovanna Pesántez.

Geovanna Pesántez

“La moda es lo que te acomoda”

Promoción 2012

Años de trabajo: 2012 – 2014

Empresa en la que trabaja: Trazos

Cargo / Actividades: Diseñadora.

Producción / Diseño:

- Ropa de hogar.

Entrevista realizada vía internet, el 21/03/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora considera que “moda es lo que te acomoda”, esto quiere decir que la moda debe ser toda la vestimenta e indumentaria que haga sentir conforme y a gusto al cliente consigo mismo; así mediante la forma en la que una persona se refleja hacia los demás se puede conocer su forma de ser y pensar. La moda brinda una identidad única a quien la esté utilizando sin limitar dicha forma de expresión en un individuo o grupo social.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que en la actualidad la moda que se está produciendo en la ciudad de Cuenca ha tomado mayor fuerza y reconocimiento a nivel local y nacional. Dentro de la sociedad, que en este caso es el mercado con el que cuenta la moda se encuentra en una búsqueda constante de mejorar su apariencia y de verse bien; muchos de ellos están evitando seguir a modas extranjeras inculcando el buscar una identidad propia en cuanto a la vestimenta. Esto se debe al trabajo de los diseñadores jóvenes que han propuesto nuevos esquemas y han brindado ideas más frescas de lo que se trata la moda.

En cuanto al área de trabajo en el que la diseñadora se encuentra laborando, afirma que de igual manera que en el diseño de vestimenta el avance del diseño de ropa de hogar ha tomado un impulso grande en cuanto a producción y ventas a nivel nacional. Esta área de trabajo no ha sido muy bien identificada por los diseñadores de modas y textiles quienes hasta cierto punto la han considerado menos importante en relación al diseño de

vestimenta y accesorios; sin embargo el diseño de ropa de hogar sigue manteniéndose en el área textil y marca moda ya que para su creación se necesita estar al tanto de las tendencias que se manejan mundialmente en la moda en general.

Proceso de diseño.

Es la única encargada del diseño dentro de la empresa, considera que es muy importante la búsqueda y actualización constante de tendencias, conceptos y referentes que se están manejando a nivel mundial.

Bocetos.

No realiza bocetos. .

Fichas técnicas.

Especifica todos los detalles del diseño como telas, colores y acabados.

Confección y acabados.

Revisa el producto final para ver si concuerda con el diseño que se propuso.

Venta.

Trazos, es una industria textil local que vende sus productos en la ciudad y fuera de ella. Posee un showroom de exposición y ventas en el parque industrial y distribuye sus productos a empresas y locales comerciales de indumentaria de hogar.

Publicidad.

Se publicitan por medios de comunicación como prensa, radio y televisión.

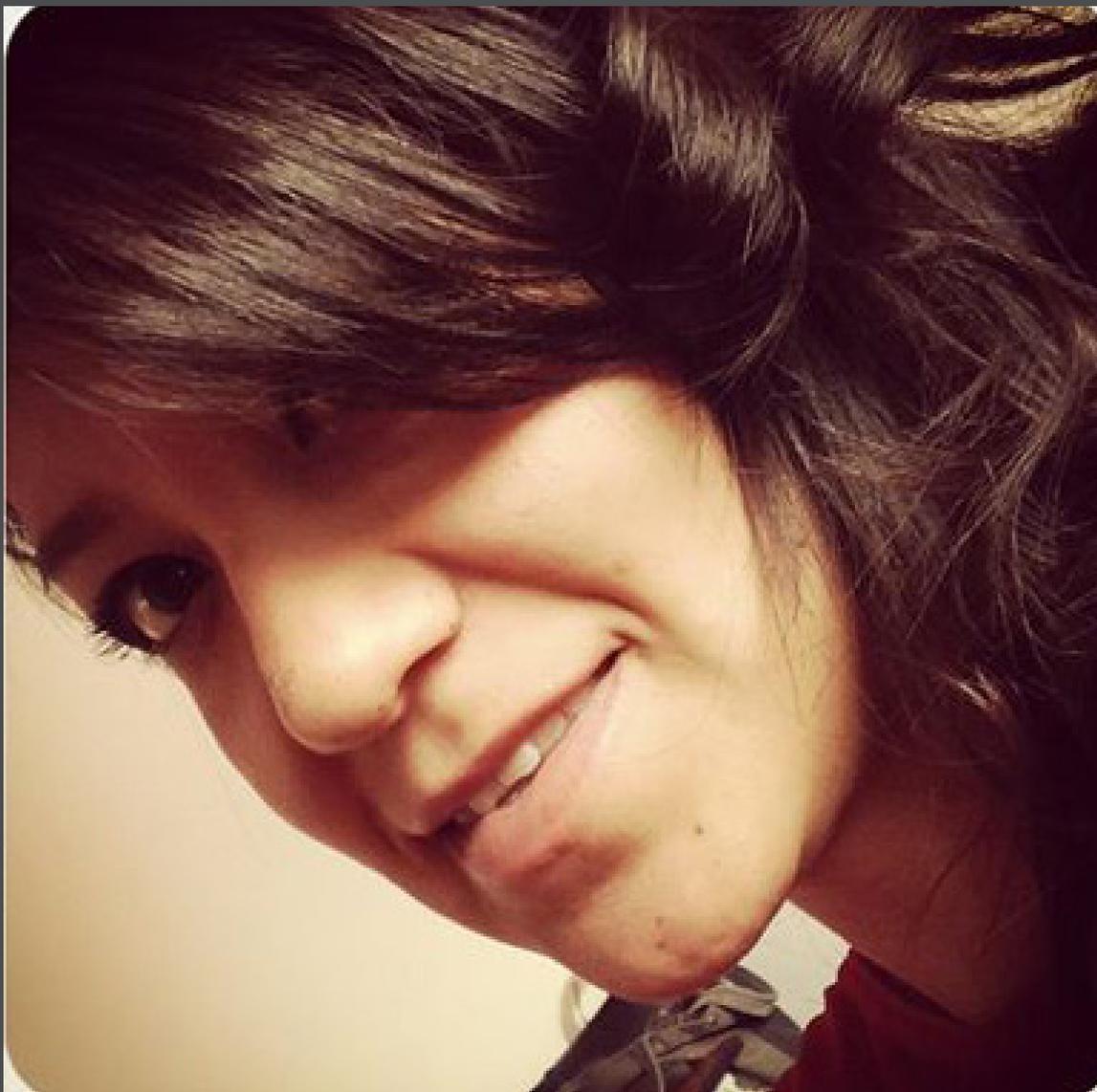


Imagen 189: Diseñadora Cristina Bedoya.

Cristina Bedoya

“Constantemente, la moda evoluciona y se innova”

Promoción 2012

Años de trabajo: 2011 – 2014

Empresa en la que trabaja: *Daniella's Collection*

Cargo / Actividades: Diseñadora, patronista.

Producción / Diseño:

- Uniformes empresariales
- Ropa formal femenina y masculina.

Entrevista realizada vía internet, el 24/04/2014

Criterios sobre moda.

La moda es un proceso que evoluciona y se innova constantemente; está dirigida a grupos específicos dentro de una sociedad los cuales aceptan o desechan el concepto de la tendencia que se les impone. Existen varios elementos que se conservan en cada temporada de moda, los cuales son considerados clásicos y se introducen en nuevas tendencias creando una nueva moda.

Dentro de una relación laboral bajo dependencia, la diseñadora ha logrado plasmar su concepto en el que se ha establecido en la industria para la que trabaja. Este concepto que la diseñadora posee se basa en marcar la diferencia en un diseño por medio de pequeños detalles que convierten a una prenda en única y diferente de las demás, esto conjuntamente con la elegancia y la comodidad que se pretende expresar, convierte al diseño en innovador y complejo.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La moda local ha crecido de una manera notoria, el mercado valora el trabajo del diseñador de modas y ha eliminado en gran manera el pensamiento de que el diseño de modas es arte. El problema principal que se mantiene en el medio local es la invasión de información y de productos extranjeros que cada vez aumenta en la ciudad mermando las ventajas competitivas de la producción local. Es un fenómeno que ha influido mucho en el campo textil y de modas en la ciudad pero no se lo puede considerar la causa principal para que el diseño en si no sea innovador sino se base en una copia con malos acabados.

Proceso de diseño.

Trabaja bajo un proceso definido, el cual elimina la búsqueda de inspiración, referentes y tendencias; en vez de esto se limita solo a la búsqueda de tendencias actuales a nivel global y local.

Bocetos.

No dedica mucho tiempo a bocetar, realiza dibujos de las ideas que tiene para el diseño con rasgos sueltos a nivel de lápiz.

Fichas técnicas.

Las fichas técnicas son una herramienta fundamental al momento de la confección por lo cual dedica bastante tiempo y especifica todos los detalles.

Confección y acabados.

Participa en el proceso de confección como supervisora, donde hace aclaraciones y controla todo el proceso.

Revisa los acabados para corregir imperfecciones o aprobar una prenda para que pase a la venta.

Venta.

Los diseños que realiza son vendidos en el almacén de la empresa llamada Daniella's Collection, quienes se dirigen a un público cuencano.

Publicidad.

Esta empresa ha invertido en publicidad por medios de comunicación como radio, periódicos y otros instrumentos de marketing; de igual manera se publicitan por redes sociales.



Imagen 190: Diseñadora Génesis Cobos.

Génesis Cobos

“La moda es un ciclo de marketing”

Promoción 2013

Años de trabajo: 2013 – 2014

Empresa en la que trabaja: Centro de Diseño de la Universidad
del Azuay

Cargo / Actividades: Diseñadora, patronista, supervisora de
producción.

Producción / Diseño:

- Producción en masa bajo pedido.

Entrevista realizada personalmente, el 03/03/2014

Criterios sobre moda.

La moda en si es un ciclo que cambia constantemente y se basa en vender un producto, por lo que envuelve directamente al marketing. El éxito en este ciclo es el precio del producto ya que este puede hacer que de resultado en el mercado o sea removido del mismo sin generar ganancias, por eso se podría decir que la moda mueve a todas las industrias.

Cómo ve la moda en Cuenca.

La diseñadora considera que en la ciudad la gente confunde la moda con la alta costura, se piensa que el diseñar moda es tener buen gusto y dibujar bonito.

La industria de la moda es la segunda más importante a nivel nacional y local contando con bastantes recursos pero no se la ha potenciado como tal, esto se debe a varios factores pero uno de los mas relevantes es que los diseñadores viven encerrados en un pensamiento cuando cursan sus estudios y al momento de enfrentarse solos en el campo laboral su pensamiento "soñador" se ve derrumbado por varias razones como son la falta de materiales y tecnología adecuada; el tener que enfrentarse con la realidad de que el mercado busca productos de bajo costo pero al mismo tiempo exigen una buena calidad y sobre todo el conocer realmente cómo se maneja el ciclo de moda en la sociedad.

Proceso de diseño.

Dentro de todo el proceso de diseño, la diseñadora está pendiente de cumplir y satisfacer las necesidades del cliente, al mismo tiempo que busca tendencias globales que influyen en el diseño local, nuevas técnicas de confección y materiales que abaraten los costos pero que mantengan la calidad en el producto.

Bocetos.

No realiza bocetos.

Fichas técnicas.

Realiza fichas técnicas donde especifica todos los detalles del diseño. En estas adjunta la cantidad de material que se va a usar, la maquinaria y el tiempo en el que deberá estar terminado el producto.

Confección y acabados.

Interviene en la confección y acabados dependiendo de la tarea que se la haya encargado.

Venta.

Se manejan bajo pedido y no poseen un lugar de exposición ni stock.

Publicidad.

La publicidad que reciben por parte de la Universidad del Azuay y por el gobierno, consideran que es suficiente para la industria.



Imagen 191: Diseñadora Sofía Vázquez.

Sofía Vázquez

“La moda no solo son prendas de vestir, sino todo un estilo de vida”

Promoción 2013

Años de trabajo: 2013 – 2014

Empresa en la que trabaja: INDUROP

Cargo / Actividades: Diseñadora y patronista.

Producción / Diseño:

- Jeans.

Entrevista realizada vía internet, el 20/04/2014

Criterios sobre moda.

Para la diseñadora, la moda es una tendencia que ha sido adoptada una sociedad en cierta región o lugar por un periodo de tiempo definido, esta puede estar asociada principalmente por la vestimenta, artefactos, peinados, etc. Sin embargo esta se vuelve parte de un estilo de vida por lo cual es un elemento principal en la cotidianidad de un individuo o un grupo social.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Con el paso del tiempo los diseñadores cuencanos son cada vez más reconocidos a nivel nacional, tanto así por la creatividad que poseen y por la calidad de las prendas que elaboran. Permitiendo que poco a poco la gente vaya reconociendo y apreciando mucho más el diseño a nivel local. Actualmente la moda en Cuenca, se encuentra en este proceso de ser reconocida pero pese a que muchos diseñadores ya han trabajado e intentado sacar a la moda adelante, el mercado de la ciudad ha influenciado mucho para que se estanque ya que insisten en adquirir productos extranjeros a menor valor que los que se elaboran nacionalmente. También se podría decir que el mercado cuencano no reconozca claramente la diferencia entre un diseñador y un modisto o costurera que básicamente copian prendas que se pueden encontrar en la web o en revistas.

Proceso de diseño.

La diseñadora considera que es importante y necesario que los diseñadores también trabajen bajo dependencia en una fábrica textil, ya que se gana experiencia en el área laboral al mismo

tiempo que se aporta con conocimientos propios para mejorar sobretodo el diseño en la producción de la moda que la empresa se encuentra creando. Muchos diseñadores piensan que al trabajar para una empresa se pierde la identidad al diseñar pero han olvidado que varios diseñadores reconocidos comenzaron trabajando para alguien más donde pulieron sus habilidades y ganaron experiencia en el campo que en el momento que tomaron su propio camino les sirvió para estabilizarse más rápido y de una manera más fácil.

Bocetos.

No realiza bocetos.

Fichas técnicas.

Las fichas técnicas que realiza son la fuente de donde nace todo el proceso de confección.

Confección y acabados.

Revisa el producto final y lo compara con las fichas técnicas para comparar el resultado con el diseño propuesto; y hace anotaciones sobre cambios que le podrían servir en nuevas propuestas.

Venta.

La empresa vende sus productos al por mayor o menor a nivel local y nacional.

Publicidad.

No poseen publicidad



2.1.2 Diseñadores Comerciantes - Importadores.



Imagen 192: Diseñadora Carolina Vázquez.

Carolina Vázquez.

“Crear moda no es solo confeccionar prendas”

Promoción 2011.

Años de trabajo: 2011 – 2014

Diseño / Producción:

- Comercialización de ropa casual femenina.

Nombre de almacén:

Clementina Tienda y Estudio de Moda

Entrevista realizada personalmente el 12/06/2014

Criterios sobre moda.

Considera que la moda es un campo bastante amplio ya que no está presente solo en la vestimenta sino también en el estilo de la persona; es decir, es un elemento que define a un individuo y da al medio una concepción de lo que la persona desea expresar.

La moda está presente en el vivir diario y es un proceso cíclico cambiante que permite a la persona trascender en el tiempo con un estilo.

La diseñadora se encuentra consciente del aporte que brinda al crecimiento de moda en la ciudad, ya que el no producir prendas de vestir, no significa que no produzca moda. Los productos que comercializa son parte de su estilo propio y el de su compañera, la diseñadora Cristina Díaz, entonces considera que imponen un estilo de moda que se va insertando en la sociedad local.

Espera en un futuro el introducir su propia producción en la mercadería de su negocio para que tome el verdadero sentido de “tienda de diseño”.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Cree que al momento, la producción en la ciudad está creciendo, ya que se da cabida a nuevos diseñadores. Sin embargo, la limitación para la importación de tecnología y materiales, no permite impactar en el mercado por los costos excesivamente altos y por la falta de innovación en los diseños con respecto a la materia textil.

En cuanto al desarrollo de la industria textil en la ciudad, se ha estancado en un estilo de producción tradicional; es decir, no se concientiza sobre el impacto que se crea en el medio ambiente ni el daño que se causa en los trabajadores en la industria. La diseñadora resalta este hecho debido a que considera que es la raíz de los problemas en la moda producida localmente.

Con trabajo duro y esfuerzo, cree que en un futuro se podrá mejorar el producto y que así se llegue a valorar el diseño dentro del medio.

Cuenca tiene mucho que ofrecer para el diseño, ya que es una ciudad con mucha tradición y una excelente mano de obra artesanal que no se debería perder. Se debe trabajar para rescatar técnicas de producción y ofrecer nuevas ideas para contribuir con el desarrollo y avance de la moda cuencana.

Venta.

Posee una boutique llamada “Clementina Tienda y Estudio de Moda” en sociedad con las diseñadoras Cristina Díaz y Daniela Cárdenas, quien se encuentra realizando estudios fuera del país por el momento. En dicho almacén se exhibe la mercadería comercializada por las diseñadoras.

Publicidad.

Expresa que por el momento no necesitan publicidad ya que al ubicarse en un centro comercial con un alto auge de personas, sus clientes llegan por curiosidad y adquieren prendas.



Imagen 193: Diseñadora Cristina Díaz junto a la Diseñadora Carolina Vázquez.

Cristina Díaz

“La moda se encuentra hasta en el más mínimo detalle que nos rodea”

Promoción 2011.

Años de trabajo: 2011 – 2014

Diseño / Producción:

•Comercialización de ropa casual femenina.

Nombre de almacén:

Clementina Tienda y Estudio de Moda

Entrevista realizada personalmente, el 12/06/2014

Criterios sobre moda.

La diseñadora afirma que la moda es una manera de expresar la identidad propia de una persona. Son todos los elementos y rasgos que forman un estilo de vida y no solo en la manera de vestir.

La manera en la que ella considera que produce moda es al momento de integrar la realidad mundial a la sociedad cuencana. Cree que es importante que el mercado tenga la libertad de elegir lo que va a utilizar, por eso la diseñadora se esfuerza en captar la atención del consumidor mediante estilos nuevos y únicos para que se vayan familiarizando con la idea de utilizar productos de moda.

Tiene planes a futuro como una diseñadora con su propia producción, al mismo tiempo desea ampliar sus conocimientos en el área de la moda para poder brindar un mayor aporte a la producción local.

Cómo ve la moda en Cuenca.

Expresa su preocupación por la velocidad con la que se está expandiendo la producción de vestimenta en la ciudad. Esto quiere decir que, cree el necesario ir un poco más despacio para corregir errores en el proceso que se está llevando a cabo. Ya que la producción que se realiza en la ciudad es una copia de productos extranjeros y se los realiza con una calidad menor a estos otros.

Sin embargo, cree que el pensamiento de moda que existe actualmente en la ciudad de Cuenca, va a evolucionar aún más, y con el tiempo se va a valorar el diseño de moda local y lo que verdaderamente significa.

Venta.

Posee una boutique llamada “Clementina Tienda y Estudio de Moda” en sociedad con las diseñadoras Carolina Vázquez y Daniela Cárdenas, quien se encuentra realizando estudios fuera del país por el momento. En dicho almacén se exhibe la mercadería comercializada por las diseñadoras.

Publicidad.

Por el momento no ve necesaria el uso de medios publicitarios para su almacén, ya que la clientela llega por cuenta propia que es una de las ventajas al tener su tienda ubicada dentro de un centro comercial. Cree que en el momento que desee exhibir sus productos, hará uso de los servicios de alguna empresa de publicidad y marketing.

Capítulo 3

La Realidad de la Moda Cuencana.

Después de haber recogido y registrado la producción de 33 diseñadores de moda que se encuentran trabajando en el campo textil y de modas en la ciudad, se ha realizado un análisis con todos los resultados obtenidos. Para el cual se utilizarán las mismas variables utilizadas al momento de recoger los datos, estas son: conceptos y criterios; inspiración, referentes, tendencias; confección y acabados; distribución y publicidad.

Para una mejor comprensión del análisis que se va a realizar, se ha decidido continuar separando los diseñadores por su tipo de trabajo (autónomos, bajo dependencia, comerciantes - importadores), siendo así que cada grupo de ellos tiene un análisis por separado.

Antes que nada, se ha visto necesario exponer ciertos datos generales que se han obtenido de la investigación de campo. El objetivo de proporcionar estos datos es brindar a quien interese, una base más concisa de la realidad que se vive en la producción de moda local. Dados dichos datos, el análisis que nos compete resultará más fácil de entender facilitando el establecer las bases conceptuales necesarias para definir al diseño cuencano.

En esta gráfica, se puede observar la cantidad de diseñadores que se laboran actualmente en el campo de moda local. Se los ha separado por años de graduación con el fin de comparar entre ellos el avance o retroceso en cuanto a profesionales que laboren en su rama de estudio después de la obtención de su título. Así, se puede decir que la mayoría de diseñadores que se producen moda en este momento en la ciudad de Cuenca, son aquellos graduados desde el año 2011 hasta la actualidad.

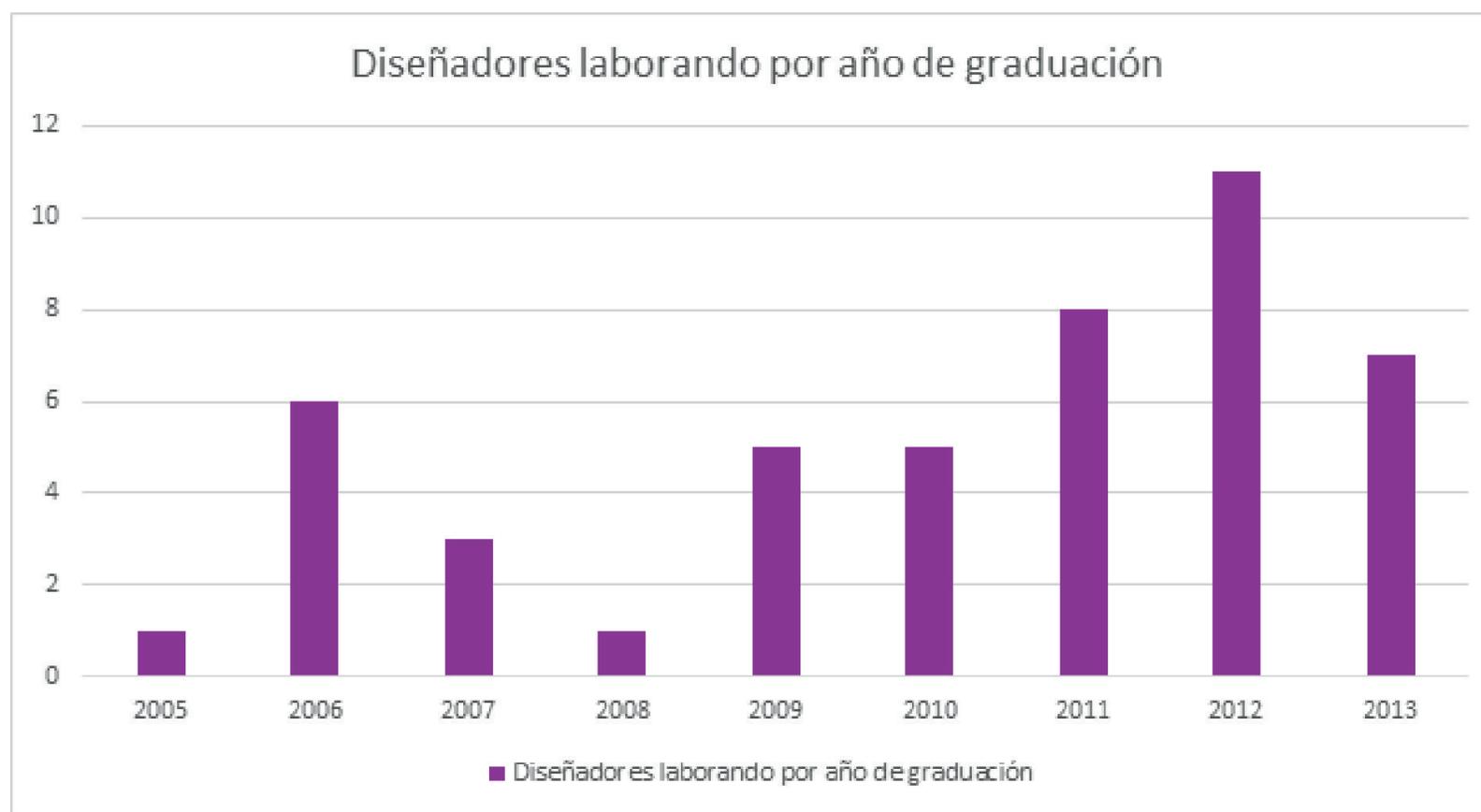


Figura 1. Clasificación de diseñadores locales por promociones que se encuentren laborando en el medio.

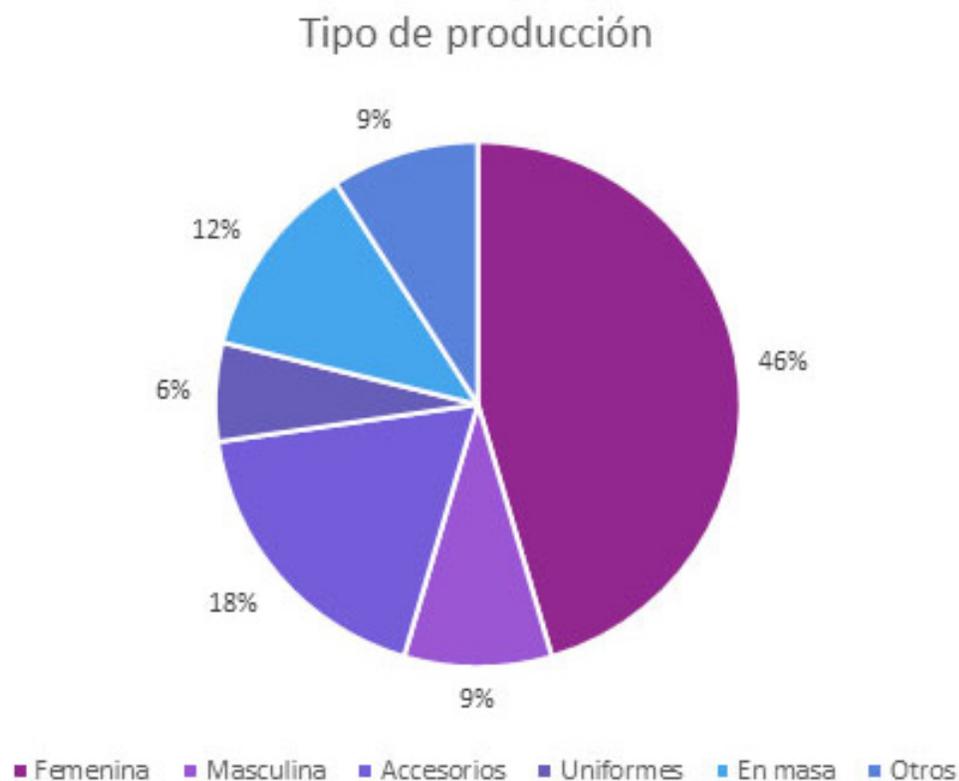


Figura 2. Tipo de producción de los diseñadores.

Esta gráfica contiene los diferentes tipos de producción que realizan los 33 diseñadores entrevistados. Se puede observar que el grupo mayoritario, 46%, de ellos realiza diseños para un mercado femenino, seguido por un 18% de productores de accesorios; dejando como minoría a la producción de indumentaria masculina con el 9%, uniformes 2% y otros tipos de producción con 6%.

De acuerdo a estos datos, se puede apreciar que existe un contraste notorio entre la producción de moda femenina con la masculina, siendo esta un área descuidada por los diseñadores cuencanos.

De igual manera existen ramas del diseño en las que no existen

diseñadores laborando como son el diseño de moda para niños y adolescentes. Cabe resaltar que dentro del grupo al que se ha denominado como "otros" dos de los tres diseñadores se dedican a la producción de moda para publicidad y editorial, y el diseñador restante diseña ropa de hogar.

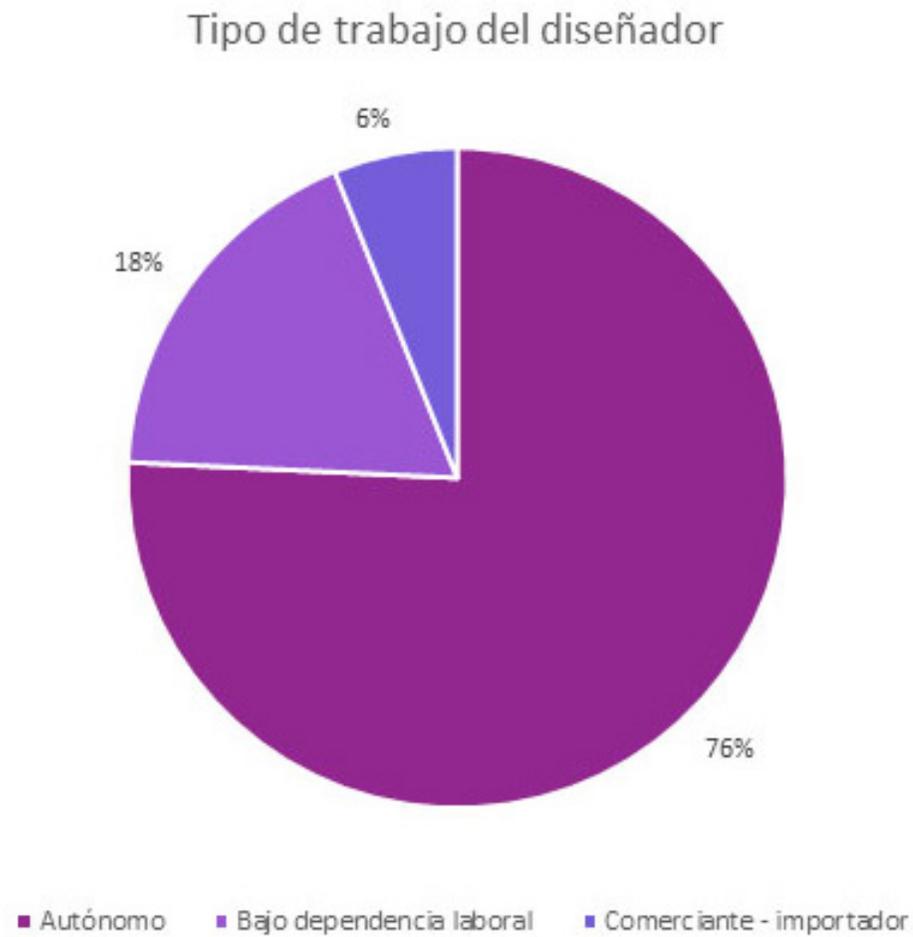


Figura3. Clasificación de diseñadores según su tipo de trabajo.

Siguiendo con el análisis de los diseñadores entrevistados, en esta gráfica se puede observar la cantidad de diseñadores que trabajan bajo su propia firma o marca; siendo este grupo el porcentaje mayoritario de diseñadores, seguido por los diseñadores que se encuentran en una relación de dependencia laboral y por último los diseñadores que se dedican a comercializar moda importada.

Esto quiere decir que la mayoría de diseñadores se encuentra produciendo moda sin tener limitaciones por parte de otros actores, así hacen predominar su estilo y aportan con sus conocimientos al diseño de modas cuencano.

Diseñadores Autónomos.

Conceptos y Criterios.

En cuanto a un concepto de moda, todos los diseñadores a los que se ha entrevistado, poseen una idea clara y concisa que coincide con las definiciones básicas de moda que son de conocimiento público a nivel mundial. Es decir, que la idea de que la moda es la manera de vestir, está presente en todas las opiniones brindadas por los entrevistados.

Sin embargo, existen ciertas variaciones y adiciones propias de cada diseñador a dicho concepto, el cual puede ser considerado como un aporte de su parte que lleve a una reflexión sobre un pensamiento más profundo sobre la moda.

Los diseñadores entrevistados concuerdan en que la moda es una expresión del ser humano con la cual se pretende crear una identidad propia dentro de un grupo social que tenga rasgos en común. Esto quiere decir que se considera a la moda como un elemento importante que se encuentra siempre presente en la sociedad convirtiendo a cada individuo en un actor - consumidor y portador de diferentes corrientes de moda.

Las ideas expresadas con respecto a que la moda es: el vestir bien, la manera de expresar el interior de una persona y el gusto que se tiene hacia cierto tipo de ropa; se relacionan más con la identidad individual de las personas y sus diferentes concepciones sobre la belleza y estética. Se establece que la moda debe trascender en el estilo de vida de una persona para así poder impactar dentro

de un grupo, ya que depende de cómo un individuo se exprese y se sienta con su apariencia para que la moda resalte ante otras personas. Si reflexionamos en estos criterios sobre moda, se puede decir que son muy subjetivos porque se basan en la psicología del ser humano. Este es un tema complejo y muy extenso para tratar ya que las personas son seres cambiantes, es decir que en cuanto a elegir o aprobar una moda, pueden existir diferentes motivos en cada persona, estos pueden ser reacciones a sentimientos, recuerdos, emociones o simplemente a impulsos.

Es así que, los diseñadores de moda local no mantienen una postura fuerte acerca del concepto de la moda. Para ser profesionales en la moda, deberían poseer criterios y pensamientos más contundentes sobre su área de trabajo ya que las ideas que expresan se encuentran en un nivel básico, el cual es conocido como un concepto de cultura general dentro de la sociedad mundial.

La Moda en Cuenca.

Se determina que la producción de moda en la ciudad ha tomado impulso desde la primera promoción de diseñadores de moda graduados en la UDA, es decir desde el año 2005.

El establecer un pensamiento sobre moda en Cuenca, ha sido un proceso largo y complejo pero que se lo ha logrado plantar firmemente en el transcurso de estos últimos 9 años. Es así que, la sociedad tiene más conocimiento sobre el diseño y la producción de moda que se da a nivel mundial y también local. Sin embargo, aún

queda un camino largo por recorrer con respecto al crecimiento y desarrollo de la moda local por parte de los diseñadores, industrias y del mercado consumidor, porque cada uno de ellos demuestran que aún existen áreas descuidadas con respecto al pensamiento y los criterios de moda.

En nuestro medio, existen concepciones erróneas sobre las actividades que realiza un diseñador de modas; algunas de ellas nacen desde la educación que los mismos reciben en la universidad. La mayoría de aspirantes a diseñador de modas local, realizan sus estudios y los culminan con la idea de que un diseñador labora creando colecciones y participando en pasarelas. Este pensamiento termina al comenzar la vida laboral de cada graduado, en la que cada uno tiene que enfrentarse a otras problemáticas como son el marketing y la administración de empresas. Este es un aspecto que ha causado decepción en algunos profesionales.

Otra concepción errónea de las labores de un diseñador de modas, proviene de los clientes. Muchas personas en nuestro medio confunden a un diseñador con un modisto o costurera, porque al momento de solicitar los servicios profesionales, los clientes no aceptan las ideas propuestas por el diseñador, sino que piden se les confeccione un modelo de prenda que en su mayoría se encontró en la web. Este hecho, desvaloriza el trabajo que realiza el diseñador al mismo tiempo que elimina completamente el proceso creativo que se realiza en la producción de moda.

Los diseñadores, deben dejar de trabajar para un grupo social

determinado y diseñar para un mercado más amplio con el objetivo de llegar a una cantidad mayor de personas dentro del medio local. El resultado que se quiere obtener con esto, es que la sociedad cuencana entienda que la moda se encuentra al alcance de todos y así prefieran adquirir la producción local en lugar de la moda importada.

Se debe recalcar que la competencia de moda extranjera es muy poderosa en nuestra ciudad por poseer una variedad de productos mayor a los nacionales y mejorar su calidad constantemente sin alzar los costos. Al mencionar a esta competencia no solo nos referimos a la que se encuentra en las tiendas de ropa locales, sino también a la facilidad que tiene el mercado cuencano para adquirir prendas directamente de países extranjeros ya sea por compras vía internet o por medio de personas (en su mayoría parientes) que regresen de viaje con mercadería en maletas.

Proceso de Diseño.

Inspiración.

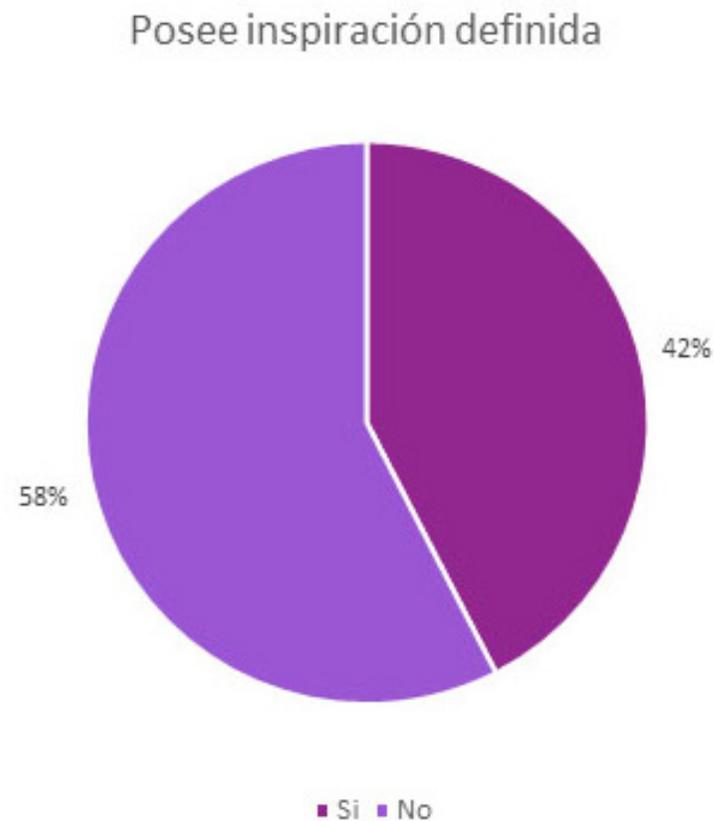


Figura 4. Porcentaje de diseñadores que posee una inspiración.

Al momento de diseñar, influyen varios factores que definen el concepto del diseño. Uno de estos factores es la inspiración utilizada por cada diseñador; la misma varía en cada tema de diseño, es así que puede depender del estado de ánimo del diseñador, los gustos que posee y de igual manera la realidad laboral o personal que experimenta al momento de diseñar.

En la mayoría de casos, 58%, la inspiración es eliminada tomando en cuenta únicamente las tendencias del medio. Por lo cual se podría decir que dichas tendencias se convierten en la inspiración que el diseñador utiliza para crear sus diseños.

La inspiración es más utilizada al momento de crear diseños temáticos, es decir que al momento de diseñar colecciones de alta costura para pasarela o vestimenta para reinas de belleza, la inspiración se clarifica con un tema específico el cual es estudiado y analizado antes de realizar el diseño.

Tendencias.



Figura 5. Porcentaje de diseñadores que busca tendencias.

El tema de búsqueda de tendencias es el más conocido por los diseñadores entrevistados, se podría decir que todos ellos siguen tendencias al momento de diseñar.

Tenemos el caso puntual de la diseñadora Camila Miranda, que afirma no seguir tendencias ni buscar información sobre lo que sucede en el medio de la moda local y global. Sin embargo, después de analizar su proceso de trabajo se puede notar que inconscientemente lo está haciendo. Al decir que toma como inspiración películas, literatura, series, entre otros que se encuentren en auge, de hecho está siguiendo tendencias mundiales que en su mayoría influyen a la moda.

Es decir que el 9% de los diseñadores entrevistados dice no interesarse en tendencias para diseñar; y el 91% se encuentra en constante búsqueda y actualización sobre las tendencias que se manejan con respecto a su área de diseño.

Utiliza tendencias extranjeras y locales

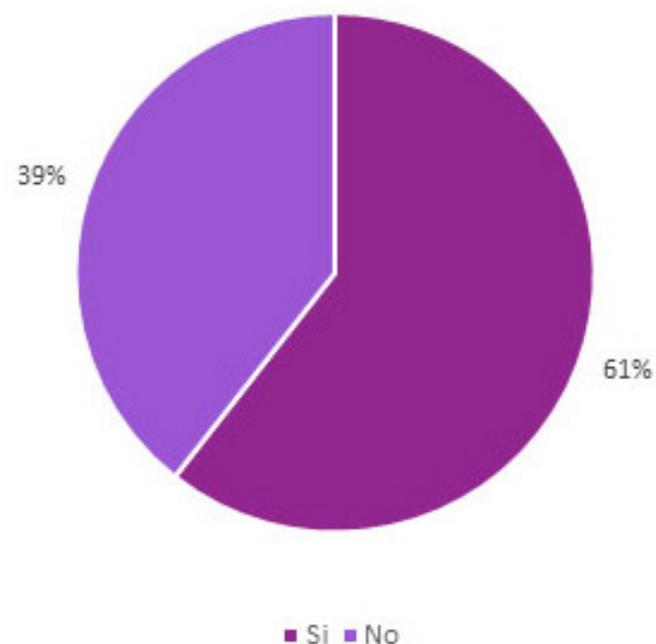


Figura 6. Porcentaje de diseñadores que compara tendencias extranjeras con locales.

Cabe recalcar que dentro del grupo de diseñadores que se guían por tendencias, existe un grupo que representa el 86% el cual analiza las tendencias extranjeras y las compara con las que se manejan en el medio local para así saber con más exactitud lo que la sociedad cuencana exige en cuanto a la moda.

Referentes.

Dentro de este estudio, los referentes de los que hablamos son diseñadores o marcas de moda reconocidos que se toman como ejemplo al momento de diseñar. Dichos referentes sirven para que los diseñadores interesados en ellos puedan tomar rasgos, estilos o elementos e incorporarlos en sus diseños propios.

Dada esta breve explicación a cada uno de los diseñadores entrevistados, reflexionaron el mismo momento y el 73% llegó a la conclusión de que no posee un referente definido al diseñar.

Referentes de moda definidos

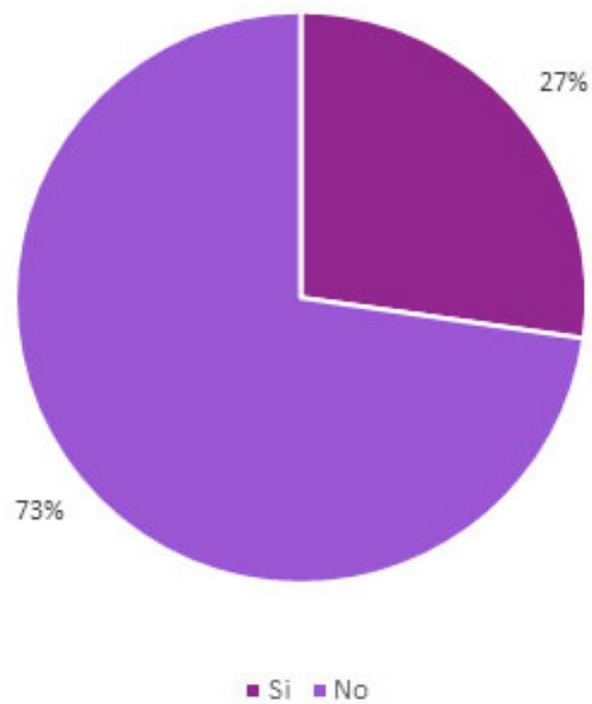


Figura 7. Porcentaje de diseñadores que posee un referente de moda.

Referente de moda cambiante

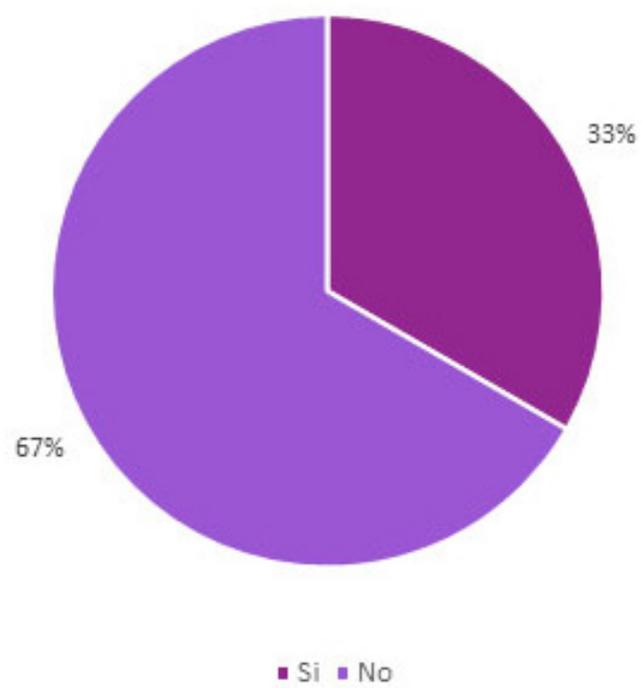


Figura 8. Porcentaje de diseñadores que posee un referente de moda cambiante.

El otro 27% de diseñadores, posee referentes de moda internacional, es decir se basan en diseñadores reconocidos mundialmente y en marcas transnacionales de moda. Sin embargo dentro de este grupo, el 67% mantiene el mismo referente para todos sus diseños y el 33% cambia de referente dependiendo de la ocasión y temática con la que se está manejando en ese momento.

Producción.

Bocetos.

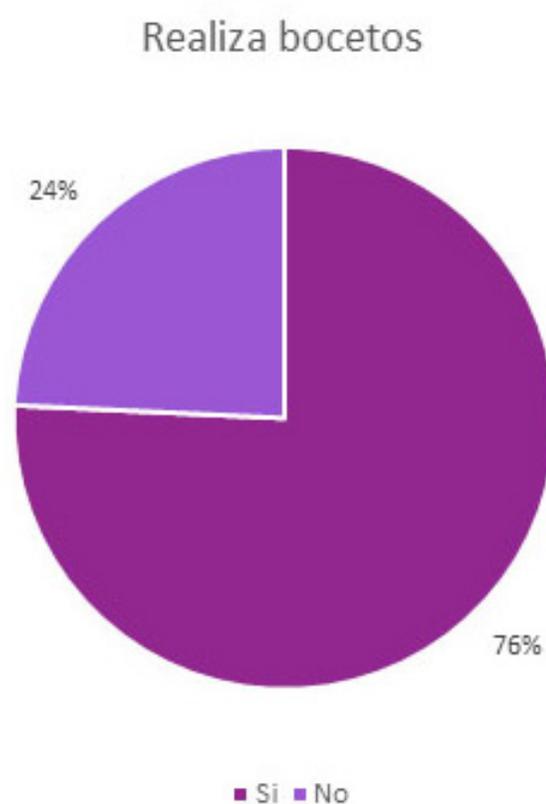


Figura 9. Porcentaje de diseñadores que realiza bocetos.

Los bocetos que realizan los diseñadores son considerados un proceso meramente artístico donde se puede plasmar las ideas principales sobre un diseño a llevarse a cabo. Así, expresan que al momento de bocetar es preferible no invertir mucho tiempo ni esfuerzo en los bocetos sino realizarlos de manera rápida sin muchos detalles.

Las técnicas más utilizadas en los bocetos son carboncillo, pinturas, marcadores y acuarelas. Los rasgos que se realizan para crear el boceto son leves y sueltos, es decir que no se pone mucho énfasis en los detalles de la prenda.

Sin embargo, los diseñadores optan por fotocopiar sus bocetos para realizar anotaciones sobre detalles constructivos de la prenda a realizar. Estas copias del boceto original, son llamadas por los diseñadores como fichas de diseño.

Fichas Técnicas.

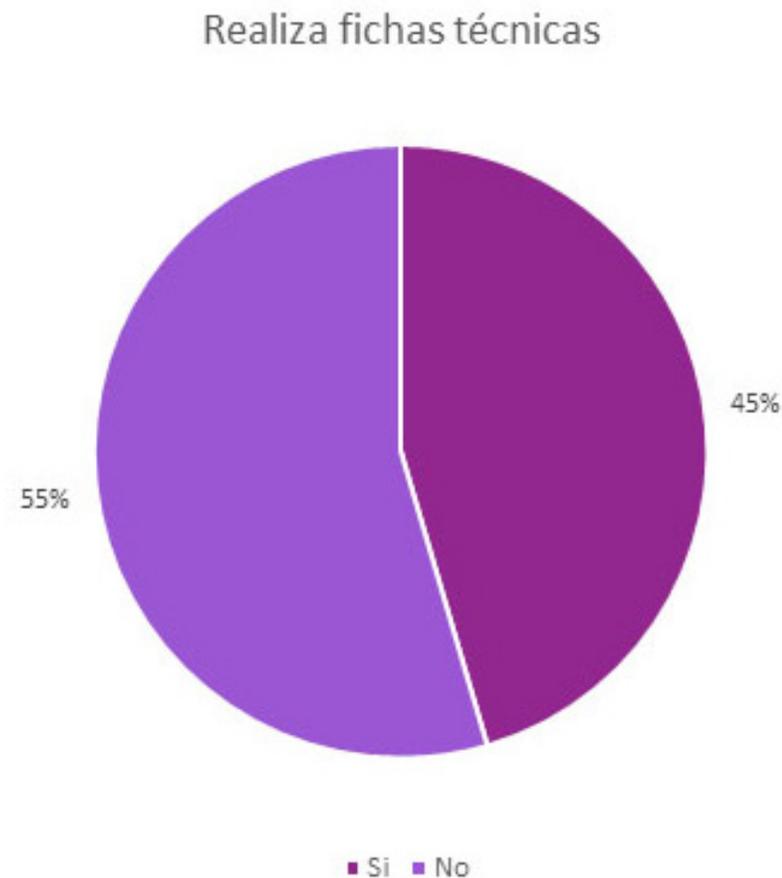


Figura 10. Porcentaje de diseñadores que realiza fichas técnicas.

El 55% utiliza fichas técnicas para la elaboración de sus diseños, contrastando con un porcentaje del 45% que no realizan fichas técnicas ni de diseño para el proceso de confección.

La principal razón por la que los diseñadores no realizan fichas técnicas es que poseen obreros encargados de la confección de las prendas a los cuales se les da la información necesaria sobre el diseño que se va a realizar para que no tengan problemas al armar la prenda.

También existen algunos diseñadores que realizan personalmente la confección de sus diseños, entonces las fichas técnicas no tienen gran valor para ellos ya que tienen la idea clara de lo que van a confeccionar.

Dentro del porcentaje que realiza fichas técnicas se puede encontrar a un grupo mayoritario de diseñadores que trabajan bajo dependencia laboral para una industria textil local. En este caso, las fichas técnicas son importantes ya que en las

Confección y Acabados.

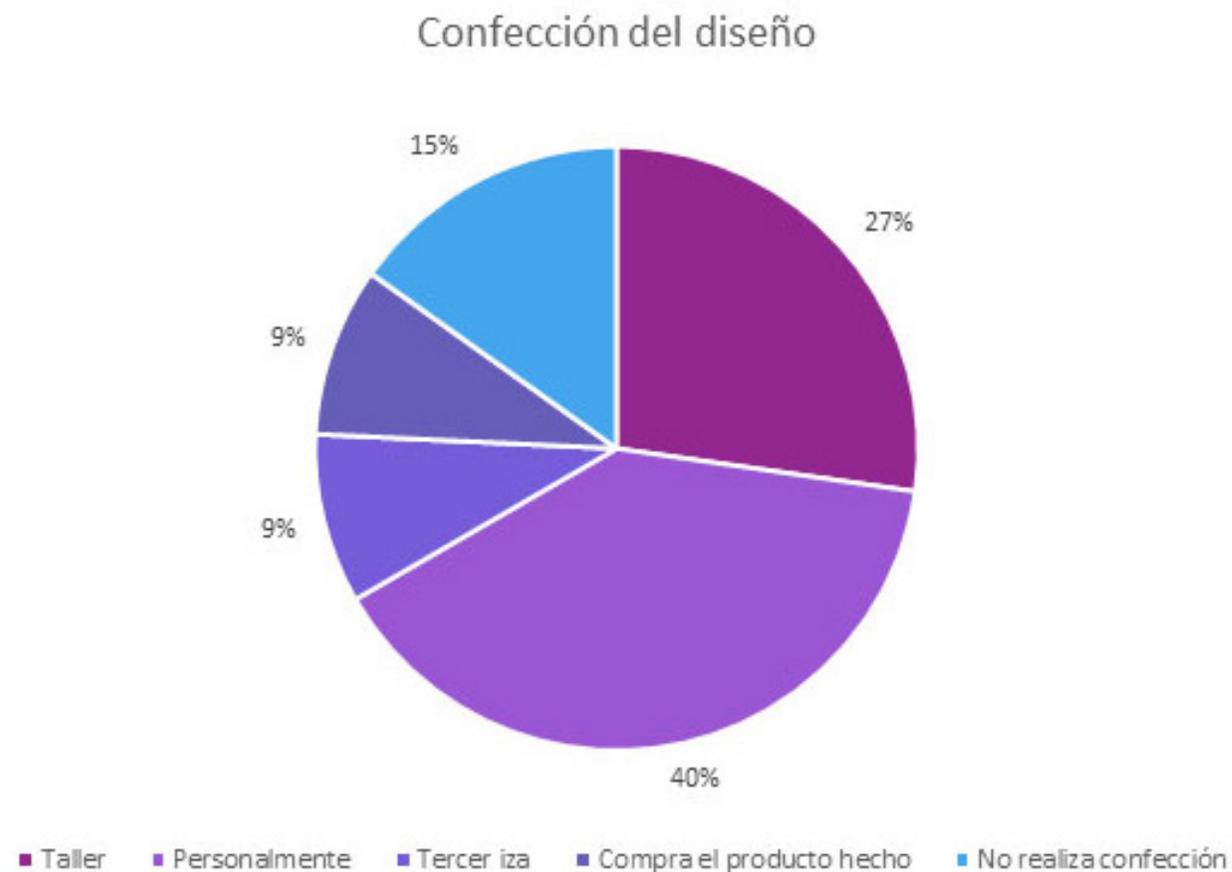


Figura 11. Porcentaje de diseñadores que interviene en la confección del diseño.

Existe un gran grupo de diseñadores (27%) que encargan la confección de sus prendas a sus obreros o en ciertos casos las tercerizan (9%). Los diseñadores tienen diferentes razones para no

realizar personalmente la confección de sus diseños; una de ellas es la falta de experiencia o de habilidad en cuanto al patronaje y al uso de la maquinaria necesaria para la confección.

Otra razón es el crecimiento de sus negocios, que les impide realizar el proceso de confección personalmente por la gran demanda de sus clientes. Este es el caso de algunos diseñadores que llevan varios años trabajando en el campo de la moda local y se han establecido como firmas y marcas importantes en el medio. Tal es el caso de Diego Peña, Silvia Zeas, Karla Abad, Yolima Carrasco, entre otros; quienes han logrado captar la atención de un público amplio incrementando su producción notablemente.

El otro 40% de diseñadores, participan en el proceso de confección de sus diseños. La mayoría de ellos están abriéndose paso en el campo de moda local por lo que su producción es menor que al de otros diseñadores y muy probablemente no poseen un capital estable para contratar servicios de otras personas.

El tema de los acabados en las prendas, tiene un resultado completamente diferente dentro del grupo de diseñadores entrevistados. En su totalidad, los diseñadores expresan que intervienen en los acabados de sus prendas.

La razón por la cual intervienen en esta parte del proceso es que se considera que los acabados deben ser los mejores en la prenda porque es en lo que más se fija el cliente. Por esto, el diseñador prefiere encargarse de que todos los acabados se encuentren realizados de la mejor manera.

Se debe resaltar que los acabados en la confección, son definidos por los diseñadores como: bordados en las prendas, aplicación de accesorios e insumos, limpieza, etiquetado, etc.

Así, el diseñador no solo interviene en los acabados como un supervisor, sino también realiza la mayoría de ellos. Este es el caso de los diseñadores que crean vestidos de gala, quienes expresan que prefieren “apropiarse” del diseño; ellos dedican bastante tiempo a realizar acabados de alta costura y se encargan de que todos los detalles se encuentren minuciosamente colocados.

Otros diseñadores se encargan de la limpieza en el producto terminado, es decir retiran restos de materiales que se hayan adherido a la prenda, al igual que pequeñas manchas, revisan que insumos como los botones se encuentren bien colocados o que los cierres no sean defectuosos.

Después de la revisión de los productos, se da por terminado todo el proceso de creación y confección del diseño para así continuar con la distribución y venta del mismo.

Venta.

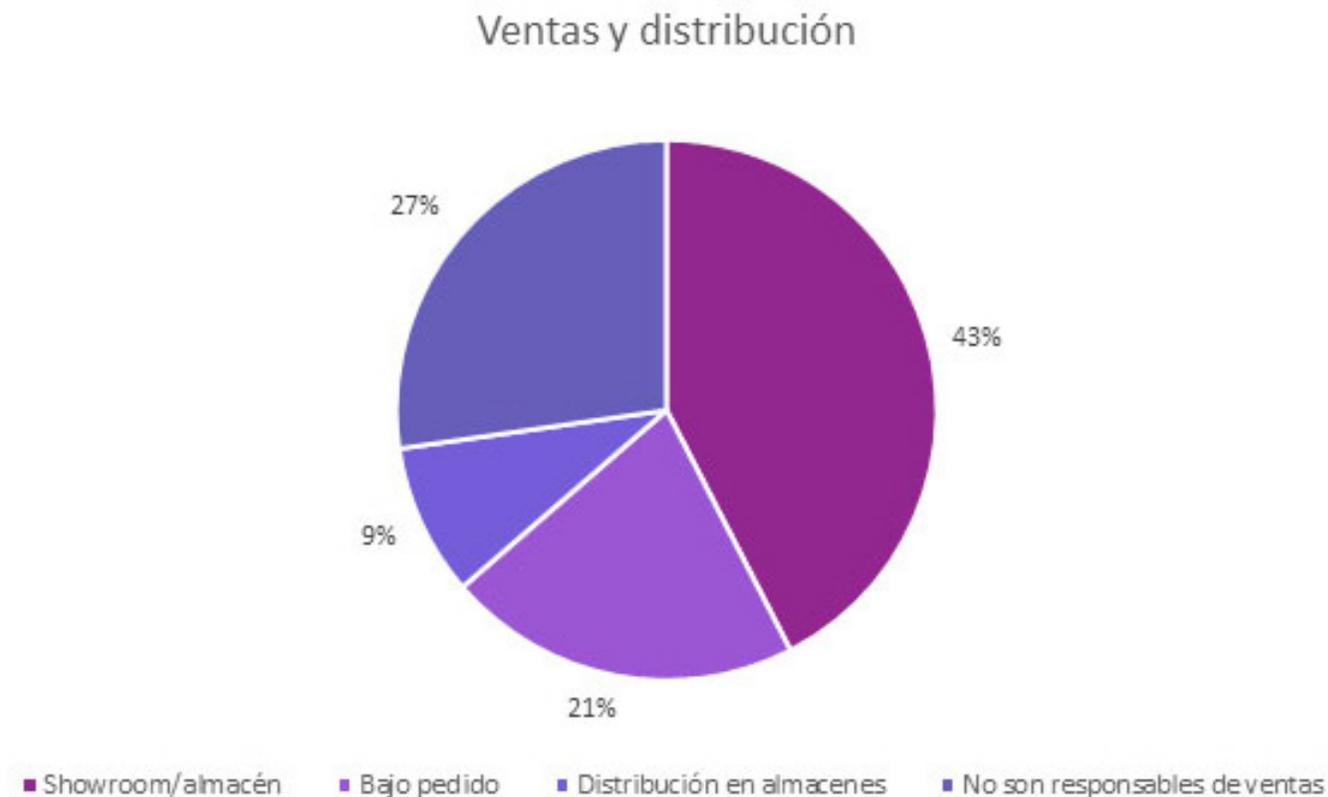


Figura 12. Tipos de venta y distribución del producto de los diseñadores locales.

El poseer un espacio físico donde se pueda exhibir el trabajo del diseñador, contribuye al avance y difusión de moda en el medio local; porque al observar las tiendas de diseñadores la sociedad cuencana se relaciona directamente con el diseño de modas concientizándose y reflexionando sobre el impacto que podría causar en el medio local y nacional.

Así, podemos observar que el 43% de diseñadores poseen su showroom o atelier donde exhiben sus creaciones, el 27% venden sus productos a través de otras tiendas como es el caso de las marcas beCo (Belén Cordero) y Limón Accesorios (Camila

Miranda), quienes venden sus productos a consignación en tiendas comerciales de moda. Y finalmente un 21% venden sus productos bajo pedido del cliente sin poseer un lugar de exhibición.

El 9% restante, corresponde a los diseñadores que laboran para industrias, donde todo lo relacionado con la venta de los productos no es responsabilidad del diseñador.

Existe un grupo de 11 diseñadores que tienen éxito en sus ventas al participar de ferias y festivales que se realizan en la ciudad. Estos eventos, en su mayoría son realizados en fechas importantes en

el calendario de la ciudad como son fiestas de independencia, fundación, día de la madre y Navidad. El participar en ferias no solo mejora las ventas sino también crea más publicidad a la marca y al trabajo de los diseñadores, siendo beneficioso para el crecimiento de una idea sobre la producción de moda local.

Publicidad.

El 100% de diseñadores autónomos publicitan su trabajo por redes sociales o internet, ya que consideran que es uno de los medios más concurridos por el mercado local.

Existen varias formas en las que se publicitan dentro de estos medios; un website propio, el cual tiene sus derechos de autor y posee una dirección web propia. Fanpage en la red social Facebook, donde se atrae al mercado mediante publicaciones y fotografías las cuales se conectan e interactúan con otras redes sociales como Twitter, Pinterest y You Tube; los diseñadores no deben invertir un gran capital ya que este tipo de publicidad es gratuita.

Otros diseñadores no poseen publicidad en las redes sociales pero publican su trabajo en sus cuentas personales, alcanzando una audiencia menor a la de los diseñadores que poseen un website propio o un fanpage.

Otras vías de publicidad que los diseñadores utilizan son medios de comunicación como prensa, televisión, y radio; siendo los medios los que buscan a los diseñadores más destacados en la ciudad.

De igual manera, el total de diseñadores cree importante el invertir en medios publicitarios y de marketing que mejoren la imagen del diseñador, por ello han solicitado servicios de fotógrafos profesionales, diseñadores de interiores para sus almacenes, y diseñadores gráficos para mejorar la imagen corporativa de la marca con elementos como tarjetas de presentación, etiquetas, empaques, flyers publicitarios, etc.

Diseñadores Bajo Dependencia Laboral.

Existe un grupo grande de diseñadores que se encuentran laborando dentro de industrias textiles locales. El aporte que brindan al desarrollo de la moda en el ámbito industrial es la aplicación de varios conocimientos adquiridos en etapas de estudio, así como son la planificación de un proyecto de diseño, la búsqueda de tendencias, el patronaje digital, entre otros.

Al trabajar para industrias de ropa en serie o de imagen corporativa, el proceso creativo del diseñador en ciertos casos se ve obligado a copiar una prenda diseñada por alguna industria extranjera; sin embargo, el diseñador es el encargado de insertar elementos propios a las prendas que crea. Es decir que, al momento de diseñar se buscan tendencias de moda extranjera para tomarlas como referentes, y se las combina e integra con elementos propios de la identidad de los diseñadores para que la moda sea innovadora.

El trabajo de los diseñadores profesionales dentro de las industrias textiles locales es de suma importancia porque la innovación en el proceso creativo para producir moda que utilizan se aplicaría en dichas industrias brindándoles más oportunidades de competencia contra la industria extranjera. Se dice que facilitaría la competencia porque al seguir un proceso definido de diseño se tiene más orden y se merman los tiempos de producción, que serían los causantes de abaratar costos en los productos; de igual manera, cabe redundar que la búsqueda de tendencias actuales aportaría en gran manera a la carga de diseño que se aplique en los productos, siendo estos innovadores y actuales.

El proceso de confección en las fábricas donde los diseñadores laboran, se realiza exclusivamente por los obreros contratados por la misma. Así que, los diseñadores pueden supervisar el proceso que el producto va experimentando pero no intervenir en él. En su mayoría el producto final regresa donde el diseñador después de ser terminado, donde puede realizar una comparación entre el diseño inicial y el producto final.

Con respecto a la distribución y publicidad de estos diseñadores, queda bajo la responsabilidad de cada empresa; así algunas de ellas poseen un lugar de exhibición de las prendas realizadas o distribuyen sus productos a los clientes que las solicitaron ya sea a nivel local o nacional.

Estos diseñadores no reciben publicidad alguna porque la empresa es la que maneja su imagen y deja como anónimo al diseñador, del mismo modo se conserva la confidencialidad y el derecho de autor de los diseños que se realizan para dicha empresa.

Diseñadores Comerciantes - Importadores.

Estos diseñadores no reciben publicidad alguna porque la Las dos diseñadoras que por el momento se encuentran comercializando prendas de vestir extranjeras, Cristina Díaz y Carolina Vázquez, también aportan a la moda local. La manera en la que se da este aporte es que al momento de importar prendas con una tendencia de estilo que se utiliza a nivel mundial se actualiza el mercado local sobre lo que se utiliza fuera del país.

En cuanto a la producción de moda local, se podría decir que no aportan nada para su crecimiento, más bien cooperan con la competencia del mercado extranjero. Sin embargo, no se puede criticar o culpar a las diseñadoras por hacerlo porque las motivaciones que las llevaron a comercializar ropa extranjera son suficientes para justificar sus acciones.

La falta de capital propio y la reciente incursión en el campo laboral son motivos por los cuales muchos diseñadores graduados no pueden dedicarse a diseñar independientemente; porque se debe estar consiente que para emprender un negocio propio se requiere realizar gastos significativos para la compra de maquinaria, materiales y para contratar personal de apoyo.

Entonces, el nuevo profesional debe buscar diversas formas de trabajo para poderse solventar personalmente y contar con un ahorro de capital para en un futuro dedicarse al diseño de modas. Esta acción es muy criticada por otros profesionales en la rama, ya que se considera que al no laborar produciendo moda después

de haber estudiado varios años es un sinónimo de fracaso. Sin embargo no se analizan las razones ni circunstancias que llevaron a un profesional a laborar en un cargo muy distante al diseño de modas.

Conclusiones

El concepto de moda utilizado en el diccionario es el más identificado por los diseñadores locales, siendo así que unos pocos miran más allá y dan importancia a otros rasgos que se engloban en la moda. Se puede decir que su aporte no es contundente sino más bien es escaso de conocimientos ya que sus opiniones están al nivel de una opinión proporcionada por cualquier persona con un conocimiento mínimo sobre moda. Al momento de entrevistar a los diseñadores, se tuvo que explicar el significado de ciertos términos que se supone deberían ser parte del vocablo de un profesional en moda. Este hecho sigue afianzando la falta de conocimientos teóricos entre los entrevistados.

Es una contrariedad el saber que los diseñadores de moda profesionales en la ciudad no posean una postura fuerte sobre el área en el que trabajan ya que son ellos quienes deben clarificar el verdadero concepto sobre la producción de moda.

En contrario, los diseñadores demuestran una metodología en el proceso creativo que realizan, siendo este hecho un aporte de suma importancia a la búsqueda de una identidad para la moda local ya que al poseer un patrón de comportamiento en común, los diseñadores crean una imagen hacia el público el cual comienza a identificar dicho proceso como una característica primordial en la producción de modas cuencana.

La metodología utilizada por los profesionales ha sido adquirida al momento de realizar sus estudios de tercer nivel en la Universidad del Azuay.

Al momento en el que se dice que los diseñadores no poseen un referente internacional, ya sea diseñador o marca, del cual tome rasgos para la creación de sus diseños; pareciera un punto positivo para crear una identidad en la moda cuencana porque los diseñadores quisieran imponer su estilo pero la realidad es que no poseen un referente porque no

están seguros acerca de lo que significa tener una guía en el diseño o simplemente no les importa saber sobre el trabajo de otros diseñadores.

En cuanto al seguimiento de la moda que se realiza a nivel mundial, es decir la búsqueda de tendencias, los diseñadores cumplen el trabajo de actualizarse constantemente. El resultado de la búsqueda y seguimiento de la moda mundial, no permite que la producción cuencana se des actualice y convierta en una moda fuera de lugar, sino que se la posiciona dentro de un tiempo determinado en el contexto global.

El excesivo uso de tendencias extranjeras provoca la falta de diseño y genera copias; por otra parte, si se introduce demasiado el estilo y personalidad del diseñador, la moda puede no ser bien recibida por el público o solo llegar a un grupo mínimo del mismo.

Una clara verdad es que los diseñadores profesionales no realizan fichas técnicas. Existen varias razones brindadas por los entrevistados para justificar su falta de interés por realizarlas; pero parecen ser simples excusas que intentan tapar una falta intencional por su parte. Se dice que los bocetos realizados para crear un diseño, sirven como fichas técnicas donde se anotan detalles constructivos y característicos de la prenda a confeccionar. El mantener un boceto como una ficha técnica, en mi opinión personal no tiene nada de malo ya que cada diseñador debe buscar la manera más cómoda

para realizar sus diseños.

Al ganar experiencia en el campo laboral y crear un capital estable, los diseñadores optan por encargar la confección de sus productos a terceras personas. Se puede considerar que esta es la consecuencia de largos años de trabajo, en ciertos casos, o simplemente la ventaja que algunos diseñadores poseen dentro del campo laboral. El no tener que participar en el proceso de confección de las prendas, le da más tiempo al diseñador para dedicarse a los procesos meramente creativos y para alimentarse de nuevos conocimientos.

La publicidad que los diseñadores utilizan para exhibir su trabajo se centra en un grupo selecto de personas; aunque ellos consideren que la mejor manera de publicar su trabajo es vía internet o por redes sociales, se debe entender que la audiencia mayoritaria de estos medios son personas jóvenes con habilidades en el uso de la tecnología.

Es importante resaltar que los diseñadores independientes tienen su marca establecida, ya sea con su nombre o uno creado específicamente para esta. Existen diseñadores cuya marca está introducida en el mercado y otros quienes se encuentran trabajando en establecerse firmemente dentro de la sociedad. Dentro de este tema, se considera importante el uso del logo de la marca del diseñador como un medio publicitario, porque una imagen, ícono o figura lo que impacta a la memoria gráfica de los receptores de información permitiendo relacionar dicho elemento con el

diseñador. Las marcas no solo son importantes para identificar a un diseñador sino que sirven para en cierto modo, medir la cantidad y distinguir la producción que se realiza a nivel local.

Con respecto a los diseñadores que laboran bajo dependencia, se opina que su aporte a la industria local puede ser valiosa en cuanto a concientizar a los propietarios de fábricas de confección de ropa. Esta concientización se refiere a que se conozca la importancia de tener un diseñador trabajando dentro de la institución donde aporte con ideas cuyos resultados se vean reflejados en sus ganancias. Se reconoce que la creatividad de los diseñadores que laboran para fábricas textiles, pueda ser frustrada y opacada por las imposiciones de la empresa; sin embargo, cuando el diseñador emprende su propio negocio posee una rica experiencia ganada en el campo laboral. El trabajo bajo presión no solo se encuentra en una relación de dependencia sino también al momento de trabajar por cuenta propia e incluso puede llegar a ser peor porque la responsabilidad se encuentra en las manos del mismo diseñador y no de un supervisor.

En cuanto a los diseñadores que comercializan prendas de ropa extranjeras, se debe reconocer un aspecto importante que nos lleva a reflexionar en una realidad que se vive en nuestro medio. La falta de recursos económicos de los diseñadores al momento de afrontar la vida laboral es un hecho que si no son todos los graduados, la gran mayoría,

enfrenta al momento de querer incursionar como diseñador independiente. Así que, algunos profesionales buscan otras fuentes de trabajo para poder en un futuro establecerse en su área de trabajo propia. Entonces nos encontramos con un grupo de diseñadores que comercializa ropa de moda extranjera como fuente de trabajo, quienes en un futuro planean ejercer su profesión. Pero se corre un riesgo alto al desviarse de la profesión porque puede que la persona, en este caso el diseñador, encuentre comodidad al dedicarse a otras labores, siendo así que no se logre ejercer la carrera en un largo tiempo o en el peor de los casos nunca.

Existe un deseo común por parte de los diseñadores el que es unir fuerzas para sacar la moda cuencana adelante; sin embargo es un grupo mínimo que trabaja en conjunto. Esto se debe a la competencia que hay entre los diseñadores, porque esta no se encuentra bien dirigida ya que existe desconfianza y falta de comunicación entre profesionales.

Después de todas estas observaciones se puede concluir con que la moda en Cuenca se encuentra insertada en la sociedad, en el transcurso de los nueve años que han pasado desde la primera promoción de diseñadores graduados se han plantado bases conceptuales y críticas que se afianzan poco a poco con el aporte de los productores de moda que son los diseñadores. Aún queda un largo camino por recorrer para que la moda cuencana sea reconocida por todo aquel que escuche su nombre, sin embargo está trascendiendo en el pensamiento de una sociedad con deseo de tener más.

Recomendaciones



Se recomienda para un futuro realizar un nuevo estudio, con los nuevos profesionales insertados en el área laboral y con los ya entrevistados, con el fin de analizar si han surgido nuevos criterios y metodologías o se han conservado las expresadas en este proyecto.

De igual manera, se puede realizar un estudio sobre las diferencias entre producir moda localmente y el importar productos extranjeros, para encontrar las ventajas y desventajas entre estas.

Para mejorar la producción de moda local e impulsar su avance, se recomienda a los diseñadores que ejercen su profesión unir fuerzas ya que, el trabajo en grupo es importante porque se pueden visualizar las fortalezas y debilidades de una manera más fácil.

Es importante que los diseñadores amplíen sus conocimientos académicos constantemente, por lo que se recomienda a los IES realizar programas de actualización de conocimientos continuamente para que los profesionales puedan ampliar sus conocimientos y avanzar en su profesión.

Bibliografía

- DRAE. (2013).
- Birlanga, J. (2007). Religión y Cultura.
- Jorge, L. (11 de Febrero de 2000). Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero16/simmel.html>
- Malo, G. (2008). UDA 40 años. Universidad Verdad N° 46.
- Malo, G. (2008). UDA 40 años. Universidad Verdad N°46.
- Martínez Barreiro, A. (2006). La Difusión de la Moda en la Globalización. España: Universidad de la Coruña.
- Patner, J. (18 de Mayo de 2007). Slate. Obtenido de http://www.slate.com/articles/arts/fashion/2007/05/the_way_we_move.html
- Red Gráfica, L. (02 de Febrero de 2014). Red Gráfica. Obtenido de <http://redgrafica.com/El-Brief-un-documento-clave-para>
- Simmel, G. (1988). Sobre la Aventura. Barcelona: Península.
- UDA. (16 de Diciembre de 2013). Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Wiktionary. (18 de Mayo de 2014). Obtenido de http://en.wiktionary.org/wiki/%C3%A0_la_mode#French

Imágenes

- Imagen 1: Toral, D (2010). Diego Peña León [fotografía]. Recuperado de Diego Toral Photo Konzept.
- Imagen 2: Peña, D. Logo dP [imagen]. Recuperado el 03/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=506693442692680&set=pb.362078893820803.-2207520000.1403479077.&type=3&theater>
- Imagen 3: Toral, D (2013). Colección formal de hombres 2013 [fotografía]. Recuperado el 03/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=566318150063542&set=pb.362078893820803.-2207520000.1403479054.&type=3&theater>
- Imagen 4: Peña, D (2013) Weekend look, enjoy it's Friday! [fotografía]. Recuperado el 03/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=510308585664499&set=pb.362078893820803.-2207520000.1403479077.&type=3&theater>
- Imagen 5: Peña, D (2013) Trabajo hecho a medida, cada día perfeccionado el corte y la confección de trajes [dp] Designers Store [fotografía]. Recuperado el 03/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=638141159547907&set=pb.362078893820803.-2207520000.1403479052.&type=3&theater>
- Imagen 6: Toral, D (2013) Rock Circus by dP [fotografía]. Recuperado de Diego Toral Photo Konzept.
- Imagen 7: DominicanaModa República Dominicana [fotografía]. Recuperado el 03/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=600843119944378&set=pb.362078893820803.-2207520000.1403479054.&type=3&theater>
- Imagen 8: Toral, D (2013) Colección Rock Circus by dP [fotografía]. Recuperado de Diego Toral Photo Konzept.
- Imagen 9: López, D (2012) Fit socias [fotografía]. Recuperado el 12/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151226665829598&set=t.1300105881&type=3&theater>
- Imagen 10: Logo Fit Estudio de Modas [imagen]. Recuperado el 12/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1423813891222385&set=a.1423813877889053.1073741825.1423810817889359&type=1&theater>
- Imagen 11: Autoría propia, 2014. Vestidos diseñados en Fit Estudio de Modas. [Fotografía]
- Imagen 12: Autoría propia, 2014. Escaparate de Fit Estudio de Modas en el mes de abril. [Fotografía]
- Imagen 13: Autoría propia, 2014. Carteras diseñadas en Fit Estudio de Modas. [Fotografía]
- Imagen 14: Autoría propia, 2014. Carteras sobre diseñadas en Fit Estudio de Modas. [Fotografía]

- Imagen 15: Solis, J (2013) Gabriela González [fotografía]. Recuperado de JuanK Solis Photography.
- Imagen 16: González, G (2013) Diseño vestidos estilo griego Festival de la Lira [fotografía]. Recuperado el 12/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10202562921139297&set=pb.1384327615.-2207520000.1403480741.&type=3&theater>
- Imagen 17: Diseñadora Gabriela González dibujando [fotografía]. Recuperado el 12/07/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10202147525714671&set=pb.1384327615.-2207520000.1403480749.&type=3&theater>
- Imagen 18: Diseñadora Gabriela González armando un diseño [fotografía]. Recuperado el 12/07/2014 de <https://www.facebook.com/gabby.gonzalezcabrera/photos?ref=ts>
- Imagen 19: Solis, J (2013) Gabriela González [fotografía]. Recuperado de JuanK Solis Photography.
- Imagen 20: Solis, J (2013) Gabriela González [fotografía]. Recuperado de JuanK Solis Photography.
- Imagen 21: Silvia Zeas Carrillo [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151346762520573&set=a.10151346762475573.819214.581765572&type=3&theater>
- Imagen 22: Logo Silvia Zeas Fashion Designer [imagen]. Recuperado de Dis. Silvia Zeas.
- Imagen 23: Torres, J (2012) Fashion Makers [fotografía]. Recuperado de Julio Torres Ph.
- Imagen 24: Zeas, S (2013) Sketch Silvia Zeas [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <http://instagram.com/p/iCYVMJxHCs/>
- Imagen 25: Zeas, S (2013) Escaparate [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <http://instagram.com/p/i41RNixHMj/>
- Imagen 26: Torres, J (2012) Colección Silvia Zeas [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151346779565573&set=a.10151346762475573.819214.581765572&type=3&theater>
- Imagen 27: Zeas, S (2014) Nuevo vestido [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <http://instagram.com/p/o1CKNLRHC9/>
- Imagen 28: Gutierrez, D (2013) Publicidad para Vanidades [fotografía]. Recuperada de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 29: Colección Miami Fashion Week [fotografía]. Recuperada de Dis. Silvia Zeas.
- Imagen 30: Gutierrez, D (2013) Publicidad para Vanidades [fotografía]. Recuperada de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 31: 2013, Jasmina Mancheno [Fotografía]. Recuperado de Estillette Espacio Colectivo.
- Imagen 32: Logo Mina Accesorios [imagen]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/162067630574251/photos/a.162069497240731.34019.162067630574251/396825997098412/?type=3&theater>
- Imagen 33: Mancheno, J (2014) Bufanda con broche [imagen]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/162067630574251/photos/pb.162067630574251.-2207520000.1403482533./549994588448218/?type=3&theater>
- Imagen 34: Mncheno, J (2014) Alistando Todo para la nueva coleccion 2014 [imagen]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/162067630574251/photos/pb.162067630574251.-2207520000.1403482551./531283216986022/?type=3&theater>
- Imagen 35: Mancheno, J (2013) Inauguración de Bolsón [fotografía]. Recuperado de Dis. Jasmina Mancheno.

- Imagen 36: Mancheno, J (2014) Aplicación de una técnica [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/162067630574251/photos/pb.162067630574251.-2207520000.1403482533./554867007960976/?type=3&theater>
- Imagen 37: Patiño, J (2013) Cuenca Moda 2013 [fotografía]. Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 38: Bla (2013) Publicidad para Mina Accesorios [fotografía]. Recuperado de Bla.
- Imagen 39: Mancheno, J (2013) Promociones [fotografía]. Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/162067630574251/photos/pb.162067630574251.-2207520000.1403483007./352583824855963/?type=3&theater>
- Imagen 40: Patiño, J (2013) Cuenca Moda 2013 [fotografía]. Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 41: Martínez, L (2013) Lula [fotografía]. Recuperado de Dis. Lula Martínez.
- Imagen 42: Logo Lula [imagen]. Recuperado el 07/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=771304092901696&set=a.472747992757309.108482.472738806091561&type=1&theater>
- Imagen 43: Lula en su taller de confección [fotografía]. Recuperado el 07/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=726385757393530&set=pb.472738806091561.-2207520000.1403483967.&type=3&theater>
- Imagen 44: Martínez, L (2014) Patrones de un vestido de novia [fotografía]. Recuperado el 07/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=762503153781790&set=pb.472738806091561.-2207520000.1403483880.&type=3&theater>
- Imagen 45: Martínez, L (2014) Bocetos [fotografía]. Recuperado de Dis. Lula Martínez.
- Imagen 46: Martínez, L (2014) Modelado de un vestido [fotografía]. Recuperado de Dis. Lula Martínez.
- Imagen 47: Autoría propia, 2014. Showroom de la diseñadora [fotografía]
- Imagen 48: Martínez, L (2013) Beso de cereza [fotografía]. Recuperado de Dis. Lula Martínez.
- Imagen 49: 2013, Carolina Meneses [fotografía] Recuperado el 09/06/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=640840355966902&set=t.563066342&type=3&theater>
- Imagen 50: Logo Carolina Meneses [Imagen]. Recuperado de Dis. Carolina Meneses.
- Imagen 51: Modelos zapatos [fotografía]. Recuperado el 09/06/2014 de <https://www.facebook.com/Sodiec/photos/t.563066342/517473385010484/?type=3&theater>
- Imagen 52: Meneses, C. Bocetos de zapatos [fotografía]. Recuperado de Dis. Carolina Meneses.
- Imagen 53: Meneses, C. Zapatos bajos [fotografía]. Recuperado de Dis. Carolina Meneses.
- Imagen 54: Carolina Meneses diseñando [fotografía]. Recuperado de Estillette Espacio Colectivo.
- Imagen 55: Meneses, C. Botines altos [fotografía]. Recuperado de Dis. Carolina Meneses.
- Imagen 56: Meneses, C. Botines bajos [fotografía]. Recuperado de Dis. Carolina Meneses.
- Imagen 57: Quezada, S (2012). Diseñador Sebastián Quezada [fotografía]. Recuperado el 27/05/2014 de <https://www.facebook.com/>

photo.php?fbid=3052493399252&set=a.1600554981699.86877.1470803097&type=3&theater

- Imagen 58: Quezada, S. Logo de Bolsón Bolsos [imagen]. Recuperado de Dis. Sebastián Quezada.
- Imagen 59: Quezada, S (2010). Publicidad para Bolsón Bolsos [fotografía] Recuperado el 27/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=132442523485777&set=pb.132430536820309.-2207520000.1403875703.&type=3&theater>
- Imagen 60: Quezada, S (2014). Inicio de proceso creativo [fotografía]. Recuperado el 27/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=658036360926388&set=pb.132430536820309.-2207520000.1403875620.&type=3&theater>
- Imagen 61: Quezada, S (2013). Preparando una nueva producción [fotografía]. Recuperado el 27/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=587397314656960&set=pb.132430536820309.-2207520000.1403875630.&type=3&theater>
- Imagen 62: Toral, D (2013). Publicidad para Bolsón Bolsos y Accesorios [fotografía]. Recuperada de Diego Toral Photo Konzept.
- Imagen 63: Quezada, S (2013). +prints+colores+diseño [fotografía]. Recuperado el 27/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=640323102697714&set=pb.132430536820309.-2207520000.1403875629.&type=3&theater>
- Imagen 64: Quezada, S. Bolso diseñado por el autor [fotografía] Recuperado de Dis. Sebastián Quezada.
- Imagen 65: Publicidad por Subte de la Chuna [fotografía] Recuperado de Subte de la Chuna.
- Imagen 66: Smith, J (2014). Mamushka 2014 [fotografía] Recuperada de Oh Baby Gurl.
- Imagen 67: Patiño, J (2013). Cuenca Moda 2013 [fotografía] Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 68: Vélez, S. Diseñadora Salomé Vélez [fotografía] Recuperado de Dis. Salomé Vélez.
- Imagen 69: Torres, J (2012). Fashion Makers [fotografía] Recuperado de Ph. Julio Torres.
- Imagen 70: Romero, F. Logo de Freddy Romero Haute Couture [imagen]. Recuperado de Dis. Freddy Romero.
- Imagen 71: Romero, F. Ilustración de modas [imagen]. Recuperado de Dis. Freddy Romero.
- Imagen 72: Romero, F (2014) Proceso de confección [fotografía] Recuperado de Dis. Freddy Romero.
- Imagen 73: Romero, F (2014) MiniDress [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <http://instagram.com/p/kT1TA0iHQ5/?modal=true>
- Imagen 74: Romero, F (2014) Chocolate Dress [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <http://instagram.com/p/m5lu3JCHfr/?modal=true>
- Imagen 75: Romero, F (2014) Yuli en FRZ [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <http://instagram.com/p/kQZoO4CHWT/?modal=true>
- Imagen 76: Romero, F (2013) Desfile Entre Tocados y Fusiones 2013 [fotografía]. Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=235521493255640&set=t.100003933737896&type=3&theater>
- Imagen 77: 2013, Jesly Villishañay Solis [fotografía] Recuperado de Dis. Freddy Romero.
- Imagen 78: Romero, F (2013). Traje de noche y bisutería AQUATIC [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=303082879832834&set=t.100003933737896&type=3&theater>
- Imagen 79: Colección de alta costura [fotografía] Recuperado de Dis. Freddy Romero.

- Imagen 80: Arias, D (2012). Diseñador Danny Arias [fotografía]. Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=216833321732765&set=a.104828002933298.10565.100002182971563&type=1&theater>
- Imagen 81: Arias,D. Logo de Danny Arias [imagen] Recuperado de Dis. Dnny Arias.
- Imagen 82: Danny Arias Fashion Designer [fotografía] Recuperado de Dis. Dnny Arias.
- Imagen 83: Estillette Espacio Colectivo. Modelando en el maniquí [fotografía] Recuperado de Estillette Espacio Colectivo.
- Imagen 84: Arias,D. Outfit masculino [fotografía] Recuperado de Dis. Dnny Arias.
- Imagen 85: Arias,D (2014). Publicidad Danny Arias [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=709720859071811&set=pb.186378301406072.-2207520000.1403878257.&type=3&theater>
- Imagen 86: 2013, D-ARIAS MENSWEAR:: [fotografía] Recuperado de Dis. Danny Arias.
- Imagen 87: 2013, New Looks:: [fotografía] Recuperado de Dis. Danny Arias.
- Imagen 88: 2014, Spring Break! :: [fotografía] Recuperado de Dis. Danny Arias.
- Imagen 89: 2013, Diseñador Joshelo Altamirano [fotografía] Recuperado de Dis. José Altamirano.
- Imagen 90: Altamirano, J. Logo de Joshelo Altamirano [Imagen] Recuperado de Dis. José Altamirano.
- Imagen 91: Altamirano, J (2014). Colección Hombres 2014 [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=818721888143284&set=pb.307090969306381.-2207520000.1403888736.&type=3&theater>
- Imagen 92: Altamirano, J (2014). Colección Hombres 2014 [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=801863763162430&set=pb.307090969306381.-2207520000.1403888736.&type=3&theater>
- Imagen 93: Altamirano, J (2014). Calzado 2014 [fotografía] Recuperado de Dis. José Altamirano.
- Imagen 94: Altamirano, J (2014). Exposición Esquina de las Artes [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de
- Imagen 95: Velez, D (2013) Diseñadora Yolima Carrasco [fotografía] Recuperado el 27/06/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151715232789028&set=t.680260161&type=3&theater>
- Imagen 96: Carrasco, Y. Logo de Yolima Carrasco [imagen]. Recuperado de Dis. Yolima Carrasco.
- Imagen 97: Carrasco, Y (2013). Diseño de un botín [fotografía] Recuperado el 18/05/2014 de <http://instagram.com/p/TelUiGMuCY/>
- Imagen 98: Carrasco, Y (2012). Desfile de modas en Quinta Lucrecia [fotografía] Recuperado de Dis. Yolima Carrasco.
- Imagen 99: Carrasco, Y (2010). Bocetos para Q´mando Moda [fotografía] Recuperado de Dis. Yolima Carrasco.
- Imagen 100: Carrasco, Y (2010). Prototipo para Q´mando Moda [fotografía] Recuperado de Dis. Yolima Carrasco.
- Imagen 101: Autoría propia, 2014. Exhibición de la diseñadora en la Esquina de las Artes.
- Imagen 102: El Tiempo (2012). Portada para edición dominical del La Pluma [fotografía] Recuperado de Dis. Karla Abad.
- Imagen 103: Abad, K. Logo de Karla Abad Diseño de Modas [imagen] Recuperado de Dis. Karla Abad.

- Imagen 104: Abad, K. Bocetos de la diseñadora [imagen] Recuperado de Dis. Karla Abad.
- Imagen 105: Autoría propia, 2014. Proceso de diseño.
- Imagen 106: Autoría propia, 2014. Productos en exhibición de Karla Abad.
- Imagen 107: Abad, K. Collar de cierres [imagen] Recuperado de Dis. Karla Abad.
- Imagen 108: Autoría propia, 2014. Productos en exhibición de Karla Abad en la Esquina de las Artes.
- Imagen 109: Alba, R (2014). Diseño para publicidad [fotografía] Recuperado de P.H.R
- Imagen 110: Enderica, P (2014) Diseñadora Paulina Enderica [fotografía] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 111: Enderica, P (2013) Logo de Pauline Tienda de Diseño [imagen] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 112: Publicidad para Pauline Tienda de diseño [fotografía] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 113: Enderica, P (2014) La diseñadora en el proceso de confección [imagen] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 114: Publicidad para Pauline Tienda de diseño [fotografía] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 115: Publicidad para Pauline Tienda de diseño [fotografía] Recuperado de Dis. Paulina Enderica.
- Imagen 116: Salgado, F. El Diseñador Christian López [fotografía] Rcuperado el 14/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150505990218451&set=t.631101373&type=3&theater>
- Imagen 117: Gutierrez, D (2014) Daniela Armijos con los diseños de Lutgardo [fotografía] Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 118: López, C. Traje típico para la Reina de Gualaceo 2013 [fotografía] Recuperado de Dis. Christian López.
- Imagen 119: López, C. Bocetos del diseñador [fotografía] Recuperado de Dis. Christian López.
- Imagen 120: Vestido para Alta Moda 2012 [fotografía] Recuperado de Dis. Christian López.
- Imagen 121: Crespo, K (2013) Diseñadora Karina Crespo [fotografía] Recuperado el 12/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151293470597032&set=a.426575837031.221745.658147031&type=3&theater>
- Imagen 122: Crespo, K (2013) Logo de Cresspo [imagen] Recuperado de Dis. Karina Crespo.
- Imagen 123: Publicidad para Cresspo [fotografía] Recuperado de Dis. Karina Crespo.
- Imagen 124: Publicidad para Cresspo [fotografía] Recuperado de Dis. Karina Crespo.
- Imagen 125: Autoría propia, 2014. Taller de confección de la diseñadora.
- Imagen 126: Autoría propia, 2014. Bocetos de la diseñadora.
- Imagen 127: Autoría propia, 2014. Diseños exhibidos en Cresspo.
- Imagen 128: Crespo, K (2013) Cresspo showroom [fotografía] Recuperado de Dis. Karina Crespo.
- Imagen 129: Publicidad para Cresspo [fotografía] Recuperado de Dis. Karina Crespo.
- Imagen 130: Mogrovejo, X. Diseñadora Ximena Mogrovejo [fotografía] Recuperado de Dis. Ximena Mogrovejo.

- Imagen 131: Mogrovejo, X. Logo de Mena Mö [imagen] Recuperado de Dis. Ximena Mogrovejo.
- Imagen 132: Mogrovejo, X (2014) Mamushka [imagen] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/menamo.indumentaria/photos/pb.694697350591925.-2207520000.1403891710./698282936900033/?type=3&theater>
- Imagen 133: Mogrovejo, X (2013) Creación para pasarela [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/uazuay/photos/t.737113431/10151502086266773/?type=3&theater>
- Imagen 134: Mogrovejo, X (2013) Creación para pasarela parte posterior [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=160431907451354&set=t.737113431&type=3&theater>
- Imagen 135: (2014) Publicidad para Mamushka [fotografía] Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/menamo.indumentaria/photos/pb.694697350591925.-2207520000.1403969775./696380803756913/?type=1&theater>
- Imagen 136: Patiño, J (2014) Diseñadora María José Azúa [fotografía] Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 137: Azúa, M (2014) Logo de Ma. José Azúa [fotografía] Recuperado de Dis. Ma. José Azúa.
- Imagen 138: Toral, D (2013) Publicidad para Marsella Textiles [fotografía] Recuperado de Diego Toral Photo Konzept.
- Imagen 139: Patiño, J (2014) Shot publicitario para la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Ma José Azúa.
- Imagen 140: Gutierrez, D (2012) Pasarela en la antigua Corte de Justicia de Cuenca [fotografía] Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 141: Patiño, J (2014) María José Azúa [fotografía] Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 142: Patiño, J (2014) Shot publicitario para la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Ma José Azúa.
- Imagen 143: Patiño, J (2014) Shot publicitario para la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Ma José Azúa.
- Imagen 144: Patiño, J (2014) Shot publicitario para la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Ma José Azúa.
- Imagen 145: Castro, V (2010) Diseñadora Verónica Castro [fotografía]. Recuperado el 21/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1349732802874&set=a.1273557538540.32446.1817984028&type=3&theater>
- Imagen 146: Gutierrez, D (2013) Diseñadora Isabel Borrero [fotografía]. Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 147: Estillete Espacio Colectivo (2013) Bocetos de la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Isabel Borrero.
- Imagen 148: Borrero, I (2013) Detalles de diseño [fotografía] Recuperado de Dis. Isabel Borrero.
- Imagen 149: Gutierrez, D (2013) Producción fotográfica Isabella [fotografía]. Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 150: Gutierrez, D (2014) Una inofensiva arma [fotografía]. Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 151: Gutierrez, D (2013) Producción fotográfica Isabella [fotografía]. Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 152: Gutierrez, D (2013) Colección para Reina de Cuenca 2013 [fotografía]. Recuperado de Dis. David Gutierrez.
- Imagen 153: Cordero, I (2013) Diseñadora Belén Cordero [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 154: Cordero, B (2013) Logo de beCo [fotografía] Recuperado el 05/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo>.

php?fbid=253945051409205&set=a.166912100112501.41067.166899200113791&type=3&theater

- Imagen 155: Cordero, B (2012) Zapatos de beCo colección 2012 [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 156: (2013) Belén Cordero realizando uno de sus diseños [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 157: Autoría propia, 2014. Bocetos para colección de camisetas para GringoTree.
- Imagen 158: Cordero, B (2013) Camisetas pintadas de beCo [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 159: Cordero, B (2013) Camisetas pintadas de beCo gato [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 160: Cordero, B (2013) Camisetas pintadas de beCo beatles [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 161: Cordero, B (2013) Camisetas pintadas de beCo colección 2013 [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 162: Cordero, B (2013) Camisetas pintadas de beCo colección tribal [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 163: Cordero, B (2013) Zapatos Pantera Rosa para niñas [fotografía] Recuperado de Dis. Belén Cordero.
- Imagen 164: Miranda, C (2014) Diseñadora Camila Miranda [fotografía] Recuperada el 22/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10203621448598378&set=a.3422174874732.169917.1281011983&type=1&theater>
- Imagen 165: Miranda, C (2013) Logo de Limón Accesorios [imagen] Recuperado de Dis. Camila Miranda.
- Imagen 166: Miranda, C (2014) Aretes esposa [fotografía] Recuperado de Dis. Camila Miranda.
- Imagen 167: Miranda, C (2014) Collar de perlas sintéticas [fotografía] Recuperado de Dis. Camila
- Imagen 168: Miranda, C (2013) Collar de mariquita [fotografía] Recuperado de Dis. Camila Miranda.
- Imagen 169: Miranda, C (2013) Aretes Mario Bros [fotografía] Recuperado de Dis. Camila Miranda.
- Imagen 170: Valdivieso, G. (2012) Diseñadora Gabriela Valdivieso [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 171: Valdivieso, G. (2012) Logo de Gabriela Valdivieso [imagen] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 172: Valdivieso, G. (2013) Etiquetas de la marca [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 173: Valdivieso, G. (2013) Colección navideña de chompas [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 174: Valdivieso, G. (2013) Bocetos de la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 175: Valdivieso, G. (2014) Proceso de confección de la diseñadora [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 176: Valdivieso, G. (2012) Blusa bajo pedido [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 177: (2013) Vestido para Daniela Morejón, Reinas de Cuenca 2013 [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 178: (2013) Vestido para Daniela Morejón, Reinas de Cuenca 2013 [fotografía] Recuperado de Dis. Gabriela Valdivieso.
- Imagen 179: Patiño, J (2014) Diseñadora Nicol Valencia [fotografía] Recuperado de Loco Ioni.
- Imagen 180: Patiño, J (2013) Producción infantil para Bla [fotografía] Recuperado de Bla.
- Imagen 181: Patiño, J (2014) Producción Urbana [fotografía] Recuperado de Bla.

- Imagen 182: Patiño, J (2013) Producción infantil para Bla [fotografía] Recuperado de Bla.
- Imagen 183: Patiño, J (2013) Producción colonial [fotografía] Recuperado de Bla.
- Imagen 184: Patiño, J (2013) Producción para book [fotografía] Recuperado de Bla.
- Imagen 185: Patiño, J (2013) Fashion [fotografía] Recuperado de Bla.
- Imagen 186: Rojas, F (2013) Diseñadora Fernanda Rojas [fotografía] Recuperado el 20/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=539039736110968&set=pb.100000148399435.-2207520000.1403972586.&type=3&theater>
- Imagen 187: (2012) Diseñadora Andrea González [fotografía] Recuperado de Dis. Andrea González.
- Imagen 188: Pesántez, G (2014) Diseñadora Geovanna Pesántez [fotografía] Recuperado el 22/04/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10201792063266900&set=a.1395103081216.2050571.1341364271&type=3&theater>
- Imagen 189: Bedoya, C (2013) Diseñadora Cristina Bedoya [fotografía] Recuperado el 06/05/2014 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151628886685211&set=a.474428735210.280815.746735210&type=3&theater>
- Imagen 190: Cobos, G (2012) Diseñadora Génesis Cobos [fotografía] Recuperado de Dis. Génesis Cobos.
- Imagen 191: Vázquez, S (2013) Diseñadora Sofía Vászuez [fotografía] Recuperado de Dis. Sofía Vászuez.
- Imagen 192: Díaz, C (2013) Diseñadora Carolina Vázquez [fotografía] Recuperado de Dis. Cristina Díaz.
- Imagen 193: Díaz, C (2013) Diseñadora Cristina Díaz junto a la Diseñadora Carolina Vázquez [fotografía] Recuperado de Dis. Cristina Díaz.

Gráficas

- Figura 1. Autoría propia (2014) Clasificación de diseñadores locales por promociones que se encuentren laborando en el medio.
- Figura 2. Autoría propia (2014) Tipo de producción de los diseñadores.
- Figura 3. Autoría propia (2014) Clasificación de diseñadores según su tipo de trabajo.
- Figura 4. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que posee una inspiración.
- Figura 5. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que busca tendencias.
- Figura 6. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que compara tendencias extranjeras con locales.
- Figura 7. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que busca tendencias.
- Figura 6. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que posee un referente de moda.
- Figura 8. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que busca tendencias.
- Figura 6. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que posee un referente de moda cambiante.
- Figura 9. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que busca tendencias.
- Figura 10. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que realiza bocetos.
- Figura 10. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que realiza fichas técnicas.
- Figura 11. Autoría propia (2014) Porcentaje de diseñadores que interviene en la confección del diseño.
- Figura 12. Autoría propia (2014) Tipos de venta y distribución del producto de los diseñadores locales.

Anexos

Entrevista para diseñadores autónomos.

Datos generales:

Nombre:

Edad:

Año de graduación:

Otros estudios:

Tiempo de trabajo en el campo de la moda:

Área de trabajo:

Tipo de ropa: bajo pedido, producción en masa.

Mercado: pequeñas y medianas industrias.

Ubicación del mercado (lugar para el que está dirigido):

Valor de las prendas:

Otros estudios:

Exposiciones y reconocimientos:

Inicio del proceso de diseño:

Al momento de diseñar, sigue los siguientes parámetros? Explíquelos.

-Inspiración -Referentes -Tendencias -Bocetación -Fichas técnicas.

Producción:

-Taller propio

-Maquila

-Tercerizado

Trabajo del diseñador en la producción:

-Confección -Acabados

Ventas:

Tipo de exhibición:

-Almacén -Showroom y pasarela -Catálogo -Sketchbook personal -Redes sociales -Otros

Ubicación del almacén:

Opinión personal:

¿Qué es moda?

¿Cómo cree que se está produciendo la moda en Cuenca?

¿Cómo definiría su estilo?

¿Ha conservado el mismo estilo al diseñar o ha cambiado con el tiempo? ¿Por qué?

¿Qué quiere expresar en sus diseños?

¿Qué factores influyeron en la elección del mercado al que se dirige?

¿Qué factores influyeron para la creación de sus diseños y el tipo de ropa?

¿Cree que es importante tomar como referente lo que sucede en la moda internacional? Por qué?

¿Cuáles cree que son las falencias de la moda en Cuenca?

¿Qué cree que deberían implementar los diseñadores dentro de la moda en la ciudad?

¿Qué se proyecta en un futuro como diseñador?

¿Cómo espera que la moda en Cuenca se posicione en un futuro?

Entrevista para diseñadores bajo dependencia.

Datos generales:

Nombre:

Edad:

Año de graduación:

Otros estudios:

Tiempo de trabajo en el campo de la moda:

Empresa para la que trabaja:

Ubicación de la empresa:

Área de trabajo en la empresa:

Tipo de ropa:

Mercado:

Ubicación del mercado (lugar para el que está dirigido):

Valor de las prendas:

Opiniones personales:

¿Cuál es el concepto que Ud. entiende por moda?

¿Cómo cree que se está desarrollando la moda en Cuenca y qué posición está tomando? ¿Está siendo reconocida y apreciada?

Al diseñar para una empresa con un mercado y estilo definidos por la misma, ¿cuál es su aporte como diseñador? Es decir, qué procesos de diseño están bajo su responsabilidad (búsqueda de tendencias, inspiración, referentes, etc)

¿Cuáles han sido las razones o factores que lo han llevado a diseñar para una empresa y no bajo su propia firma en un negocio propio?

¿Cree que es necesario que los diseñadores de moda también se vean involucrados en las industrias que producen prendas de vestir localmente? ¿Por qué?

¿Cuáles son sus proyecciones como diseñador a futuro?

¿Cuál es su visión de moda en la ciudad de Cuenca en un futuro? ¿Cómo quisiera que esta avance?

Entrevista para diseñadores comerciantes - independientes.

Datos generales:

Nombre:

Edad:

Año de graduación:

Otros estudios:

Tiempo de trabajo en el campo de la moda:

Área de trabajo:

Tipo de ropa:

Valor de las prendas:

Nombre de marca o comercio:

Ubicación del almacén:

Por qué trabaja en el área anteriormente dicha?

Opinión personal:

¿Qué es moda?

¿Cómo cree que se está produciendo la moda en Cuenca?

¿Qué se proyecta en un futuro como diseñador?

¿Cómo espera que la moda en Cuenca se posicione en un futuro?

