



**DISEÑO  
ARQUITECTURA  
Y ARTE**  
FACULTAD

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE DISEÑO,  
ARQUITECTURA Y ARTE**

**ESCUELA DE DISEÑO  
TEXTIL Y MODA**

**ANÁLISIS DE LÓGICAS  
DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN EN EL MARCO  
DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES,  
EMPRESARIOS DE DISEÑO  
TEXTIL E INDUMENTARIA EN LA  
CIUDAD DE CUENCA**

**Trabajo de graduación previo a la  
obtención del título de:  
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA**

**Autora:**

**TATIANA ALEXANDRA  
GUILLÉN JARAMILLO**

**Directora:**

**DIS. SILVIA ZEAS CARRILLO, MGT.**

**CUENCA - ECUADOR  
2021**





**DISEÑO  
ARQUITECTURA  
Y ARTE  
FACULTAD**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA**

**ANÁLISIS DE LÓGICAS DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN EN EL MARCO DE LAS INDUSTRIAS  
CULTURALES, EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO TEXTIL E  
INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE CUENCA**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA**

**AUTORA:  
TATIANA ALEXANDRA GUILLÉN JARAMILLO**

**DIRECTORA:  
DIS. SILVIA ZEAS CARRILLO, MGT.**

**CUENCA - ECUADOR  
2021**



## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a la Universidad de Azuay y a sus docentes, en especial a mi tutora de tesis Silvia Zeas, por todo el conocimiento y apoyo brindado a lo largo de mi vida universitaria.

A todos los diseñadores por su valioso aporte en esta investigación.

Finalmente a todas mis compañeras por hacer de esta experiencia algo inolvidable.



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>19</b>
CONTEXTUALIZACIÓN	20
1.1 DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LAS ECONOMÍAS CREATIVAS	20
1.1.1 DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL ECUADOR	20
1.1.2 INDUSTRIAS CULTURALES E INDUSTRIAS CREATIVAS	22
1.1.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES SEGÚN LA CUENTA SATÉLITE DE CUENCA	24
1.1.4 EL SECTOR DE DISEÑO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES	27
1.1.5 DESARROLLO DEL DISEÑO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ECUADOR	30
1.1.6 DESARROLLO DEL DISEÑO EN LA CIUDAD DE CUENCA	31
1.2 DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA	32
1.2.1 EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO	34
1.2.2 EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO EN LA CIUDAD DE CUENCA	35
1.3 LÓGICAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	37
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>39</b>
2. PLANIFICACIÓN	40
2.1 DEFINICIÓN UNIDAD DE ANÁLISIS	40
2.1.1 ELABORACIÓN DE ENCUESTA	40
2.2 OBTENCIÓN DE DATOS	41
2.2.1 ANÁLISIS Y RESULTADOS	42
2.3 DEFINICIÓN CADENA DE VALOR	46
2.3.1 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA ENCONTRAR LAS LÓGICAS DE PRODUCCIÓN.	48
2.3.2 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA ENCONTRAR LAS LÓGICAS DE COMERCIALIZACIÓN.	48

## **CAPÍTULO III** 51

3.1 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1.1 RECOLECCIÓN DE DATOS	52
3.2 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR	204
3.2.1 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: FIBRA Y SUS LÓGICAS	204
3.2.2 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: HILADO Y SUS LÓGICAS	205
3.2.3 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: TEJEDURÍA Y SUS LÓGICAS	206
3.2.4 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DISEÑO DE COLECCIÓN Y SUS LÓGICAS	208
3.2.5 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DISEÑO A MEDIDA Y SUS LÓGICA	210
3.2.6 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: TÉCNICAS Y ACABADOS Y SUS LÓGICAS	212
3.2.7 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: CONFECCIÓN Y SUS LÓGICAS	213
3.2.8 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DIFUSIÓN Y SUS LÓGICAS	215
3.2.9 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: COMERCIALIZACIÓN Y SUS LÓGICAS	216
3.3 DATOS RELEVANTES DE ENCUESTAS OBTENIDAS	217

## **CAPÍTULO IV** 219

4. RESULTADO	220
4.1 SOCIALIZACIÓN CONVENIO	220
5. ENCUESTA BASE DE DATOS DIRECCIÓN DE CULTURA RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO	221
5.1 DEFINICIÓN DE DISEÑADORES PARA LA BASE DE DATOS	223
5.2 SOCIALIZACIÓN Y ENTREGA DE LOS DATOS OBTENIDOS	224
5.3 CONCLUSIONES	225
5.4 RECOMENDACIONES	225

# ÍNDICE CADENAS DE VALOR

- Cadena de valor 1. Dis Andrea Castro, Andrea Castro Atelier
- Cadena de valor 2. Dis María Belén Cuenca, Bca
- Cadena de valor 3. Dis Cristina Córdova, Cristina Córdova Alta costura
- Cadena de valor 4. Dis Ruth Carangui, D.C diseño y moda
- Cadena de valor 5. Dis Natali Reinoso, DOROTEA
- Cadena de valor 6. Dis Evelyn Brito, Camisas B&B
- Cadena de valor 7. Dis Verónica Alvarado, Florescence accesorios
- Cadena de valor 8. Dis Gabriela Ramón, Gabriela Ramón Diseño de Moda
- Cadena de valor 9. Dis Johanna Galindo, Galindo Tamara
- Cadena de valor 10. Dis José Altamirano, Joshelo Altamirano
- Cadena de valor 11. Dis Gabriela Andrade, Kimu
- Cadena de valor 12. Dis Vanesa Vazquez, LaMarca EC
- Cadena de valor 13. Dis Erica Peñaherrera, La Puchunga Taller
- Cadena de valor 14. Dis Dania Rojas, LO-FS Closet
- Cadena de valor 15. Dis Daniela Nieto, Lugus
- Cadena de valor 16. Dis Eyleen Ordoñez, Plezier
- Cadena de valor 17. Dis Lilian Estrada, Lily Estrada Studio de Moda
- Cadena de valor 18. Dis Silvia Zeas, Taller Silvia Zeas
- Cadena de valor 19. Dis Rita Bravo, Moda V&B
- Cadena de valor 20. Dis Claudia Iñiguez, Canelle
- Cadena de valor 21. Dis Monica Morales, Matusha
- Cadena de valor 22. Dis Adrián Guzmán, Adriano AG
- Cadena de valor 23. Dis Alexandra Donoso, Alexandra Donoso
- Cadena de valor 24. Dis Alexandra Polo, Alexandra Polo
- Cadena de valor 25. Dis María Belén Cordero, BECO
- Cadena de valor 26. Dis Kelsi Padrón, Blossom
- Cadena de valor 27. Dis Karina Crespo, Cresspo
- Cadena de valor 28. Dis Daniela Apolo, EL-LA
- Cadena de valor 29. Dis Ruth Galindo, FIT Studio de Moda
- Cadena de valor 30. Dis Bianca Mosquera, Fjader
- Cadena de valor 31. Dis Jhesenia Tenezaca, Kamberry Denim
- Cadena de valor 32. Dis Daniela Carrión, Kentavros
- Cadena de valor 33. Dis Gala Arias, Mishi Mishi Store
- Cadena de valor 34. Dis Fernanda Samaniego, Nua Estudio de Diseño
- Cadena de valor 35. Dis Katherinne Calle, Studio by Dis Katty Calle
- Cadena de valor 36. Dis María Herrera, María Paula
- Cadena de valor 37. Dis María Elisa Guillen, Retro Industries
- Cadena de valor 38. Dis Diego Guapisaca, Black Estudio de Moda
- Cadena de valor 39. Dis María Gabriela Valdivieso, Chipachina

Cadena de valor 40. Dis Paula Tapia, Moon Shine Pijame  
Cadena de valor 41. Dis Diego Peña, DP Desings Store  
Cadena de valor 42. Dis Gabriela Cabrera, Gabriela Cabrera Diseño de Moda  
Cadena de valor 43. Dis Carlos Veliz, Krlos Veliz Matute  
Cadena de valor 44. Dis Andrea Hidalgo, Hidalgo Estudio de Moda  
Cadena de valor 45. Dis Karla Abad, Karla Abad Barahona  
Cadena de valor 46. Dis Ximena Mogrovejo, Desing Mogrovejo  
Cadena de valor 47. Dis Lizbeth Ordoñez, Lizbeth Ordoñez  
Cadena de valor 48. Dis Claudia Moncayo, Mongui  
Cadena de valor 49. Dis Jessie Ochoa, Polka Dot  
Cadena de valor 50. Dis Yessenia Lasso, Bela  
Cadena de valor 51. Dis Jessica Reyes, Kusi  
Cadena de valor 52. Dis Fredi Cajamarca, Marcini  
Cadena de valor 53. Dis María Proaño, Okily Pijamas  
Cadena de valor 54. Dis Geovanna Pesantez, Ovily  
Cadena de valor 55. Dis Paola Pesantez, Suyana  
Cadena de valor 56. Dis Ximena Mogrovejo, Mena Mo  
Cadena de valor 57. Dis Alexandra Mogrovejo, Kimsa Studio  
Cadena de valor 58. Dis Ana Álvarez, Almo Estudio de Moda  
Cadena de valor 59. Dis Andrés Manzano, Andrés Manzano Designer  
Cadena de valor 60. Dis Carolina Meneses, Diseñadora Carolina Meneses  
Cadena de valor 61. Dis Cindy Celleri, CC Vestidos y Accesorios  
Cadena de valor 62. Dis Marcos Armijos, Chua Urbano Cuenca  
Cadena de valor 63. Dis Danny Arias, Danny Arias Menswear  
Cadena de valor 64. Dis Adriana Petroff, Nono  
Cadena de valor 65. Dis Evelyn Vasquez, My Sister  
Cadena de valor 66. Dis Dolores Vera, Fervelit  
Cadena de valor 67. Dis Freddy Romero, FRZ Couture  
Cadena de valor 68. Dis Gabriela González, Estudio de Moda Gabriela Gonzalez  
Cadena de valor 69. Dis Jasmina Mancheno, Mina Accesorios  
Cadena de valor 70. Dis Pamela Ruiz, Pamela Ruiz  
Cadena de valor 71. Dis Paul Abimael, Abimael  
Cadena de valor 72. Dis Sandra Fernandez, Sandra Fernandez  
Cadena de valor 73. Dis Paul Salgado, Tienda de Diseño Surreal  
Cadena de valor 74. Dis María Molina, Garasa Ilustracion Textil  
Cadena de valor 75. Dis Paola Machado, Gemelys  
Cadena de valor 76. Dis María de Lourdes Martínez, Lula Martínez  
Cadena de valor 77. Dis María Paz Navarrete, Distritex  
Cadena de valor 78. Dis María Azúa, JA  
Cadena de valor 79. Dis Yolima Carrasco, Yolima Carrasco  
Cadena de valor 80. Dis Pedro Cueva, Peter Cave Fashion Studio  
Cadena de valor 81. Dis Tatiana Cabrera, Titi Lamons

Cadena de valor 82. Dis Karla Chumbi, Vivian Estudio de Moda  
Cadena de valor 83. Dis Isabel Borrero, Yana Estudio Creativo  
Cadena de valor 84. Dis María Emilia Carrasco, Alba  
Cadena de valor 85. Dis María Alicia Camacho, María  
Cadena de valor 86. Dis Verónica Reinoso, Arte Bello  
Cadena de valor 87. Dis Juan Andrés Toledo, Doucher EC  
Cadena de valor 88. Dis Arianna Saquisili, Fundora  
Cadena de valor 89. Dis Sofía Vargas, Larga Vida  
Cadena de valor 90. Dis Marcela Cedillo, Marccela Atelier  
Cadena de valor 91. Dis María Cecilia Andrade, María Cecilia Andrade Desing  
Cadena de valor 92. Dis María Moreno, Marrone  
Cadena de valor 93. Dis Jessica Carrión, By Menna  
Cadena de valor 94. Dis María Caridad Carrión, Morada  
Cadena de valor 95. Dis Tatiana Avendaño, OlaRosa  
Cadena de valor 96. Dis Karen Torres, Sirana  
Cadena de valor 97. Dis Dayra Galarza, Siul  
Cadena de valor 98. Dis María Paz Moscos, UnaPazReal  
Cadena de valor 99. Dis Ángela Peña  
Cadena de valor 100. Dis María Galarza, Morena  
Cadena de valor 101. Dis Sonia Ramirez, Woment  
Cadena de valor 102. Dis Diana Cortes, Mangostina  
Cadena de valor 103. Dis María Altamirano, Marial Estudio de Moda  
Cadena de valor 104. Dis Maura Sánchez, Maura Sánchez  
Cadena de valor 105. Dis María José Rodríguez, Mj Rodriguez Atelier  
Cadena de valor 106. Dis María Pazmiño MV art Custom  
Cadena de valor 107 . Dis Ninoska Merchan, NINO Estudio  
Cadena de valor 108. Dis Oscar Ávila, JOB  
Cadena de valor 109. Dis Jenny Guerrero, Shanto  
Cadena de valor 110. Dis Lisseth Galindo N/N  
Cadena de valor 111. Dis Belén Vintimilla, Relevé Pirouette  
Cadena de valor 112. Dis Ericka Arévalo, Rocío Armal Calzature  
Cadena de valor 113. Dis Fernanda Muñoz, Save The Date  
Cadena de valor 114. Dis Michelle Cooper, Sc By Shela  
Cadena de valor 115. Dis Sebastián Segarra, Sebastián Segarra Desing  
Cadena de valor 116. Dis Sheila Márquez, Sheila Márquez  
Cadena de valor 117. Dis Tatiana Urgiles, Tagí  
Cadena de valor 118. Dis Geovanna Zenteno, Tarantini  
Cadena de valor 119. Dis Fernanda Villalta, Brena  
Cadena de valor 120. Dis Tatiana Burbano, TB  
Cadena de valor 121. Dis Estefanía Vásquez, Estefanía Vásquez  
Cadena de valor 122. Dis Marithza Vele, Marbetex  
Cadena de valor 123. Dis Ximena Abril, Cereza&kiwi

Cadena de valor 124. Dis Claudia Polo, Arte Para el Alma  
 Cadena de valor 125. Dis Diana Munoz, Clave  
 Cadena de valor 126. Dis Claudia Barros, Clodette  
 Cadena de valor 127. Dis Karla Sangurima, Coral Mint  
 Cadena de valor 128. Dis María Illescas, Visenna  
 Cadena de valor 129. Dis Daniela Reinoso, Ceda  
 Cadena de valor 130. Dis Emily Baxter, Emily Baxter Novias  
 Cadena de valor 131. Dis Ligia Llangari, Garipi  
 Cadena de valor 132. Dis Liseth Encalada, LE Fabrica de Vestidos  
 Cadena de valor 133. Dis Patricia Tapia, Ingenia  
 Cadena de valor 134. Dis Maria Mosquera, Iskay  
 Cadena de valor 135. Dis Jhordan Franco, Jhordan Franco Designer  
 Cadena de valor 136. Dis David Rodas, Kuros desing  
 Cadena de valor 137. Dis Fernanda Rojas, Lofs  
 Cadena de valor 138. Dis Mariuxi Leon, Luhha  
 Cadena de valor 139. Dis Valeria Farfán, Maku  
 Cadena de valor 140. Dis Andrea Enderica, Runas  
 Cadena de valor 141. Dis Pablo Ampuero, Ampuero  
 Cadena de valor 142. Dis Andrés Calle, Calo  
 Cadena de valor 143. Dis Santiago Mejía, Aprotex Azuay  
 Cadena de valor 144. Dis Juana Farfán, Banana  
 Cadena de valor 145. Dis María Saquicela, Bath Solutions  
 Cadena de valor 146. Dis Betsy Aucancela, Betau  
 Cadena de valor 147. Dis Sebastián Quezada, Bolson  
 Cadena de valor 148. Dis María Fajardo, Glooc  
 Cadena de valor 149. Dis Joseline Sanchez, Buoo  
 Cadena de valor 150. Dis Camila Pauta, Camila Pauta Diseño Textil y Moda

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aporte de las industrias culturales al PIB nacional  
 Tabla 5. Principales características de las industrias culturales y creativas en América Latina  
 Tabla 6. Características de las industrias culturales y creativas  
 Tabla 2. Aporte del diseño al PIB nacional  
 Tabla 3. Análisis de participación de los segmentos culturales.  
 Tabla 4. Análisis de participación de los ocho segmentos culturales  
 Tabla 6. Evolución actividad emprendedora temprana en Ecuador  
 Tabla 7. Directorio de Bienes y Servicios Creativos, diseñadores textil y moda  
 Tabla 8. Base de datos diseñadores textil y moda  
 Tabla 8. Base de datos diseñadores textil y moda  
 Tabla 9. Base de datos diseñadores textil y moda

Tabla 10. Base de datos diseñadores textil y moda

Tabla 11. Base de datos diseñadores textil y moda

Tabla 12. Base de datos diseñadores textil y moda

Tabla 12. Base de datos diseñadores textil y moda

Tabla 13. Base de datos diseñadores textil y moda

## ÍNDICE TABLAS: PORCENTAJE

Tabla 1. Porcentaje fibra, cadena de valor

Tabla 2. Porcentaje hilatura, cadena de valor.

Tabla 3. Porcentaje tejeduría compra base textil, cadena de valor.

Tabla 4. Porcentaje tejeduría, producción de tejidos cadena de valor.

Tabla 5. Porcentaje diseño de colección, cadena de valor.

Tabla 6. Porcentaje diseño a medida, cadena de valor.

Tabla 7. Porcentaje Técnicas y acabados, cadena de valor.

Tabla 8. Porcentaje Confección, cadena de valor.

Tabla 9. Porcentaje Difusión, cadena de valor.

Tabla 10 Porcentaje .Comercialización, cadena de valor.

## DIAGRAMA DE FLUJO

Diagrama de flujo 1. Lógica fibra

Diagrama de flujo 2. Lógica hilatura

Diagrama de flujo 3. Lógica tejeduría

Diagrama de flujo 4. Lógica Diseño de colección

Diagrama de flujo 5. Lógica Diseño a medida

Diagrama de flujo 6. Lógica Técnicas y acabados

Diagrama de flujo 7. Lógica Técnicas y acabados

Diagrama de flujo 8. Lógica Difusión

Diagrama de flujo 9. Lógica Comercialización

## ENCUESTAS

Encuesta 1. Levantamiento de emprendimientos de la carrera periodo 2005-2020.

Encuesta 2. Cadena de valor

Encuesta 3. departamento de cultura

## RESUMEN

Los emprendimientos de diseño textil e indumentaria de la ciudad de Cuenca generan un aporte significativo para la economía local y hacia el PIB nacional, su aporte se registra en las cuentas satélites, además nuestra ciudad cuenta con el Directorio "Hemisferio Creativo" desarrollado por la Dirección de Cultura, Recreación y Conocimiento, dentro del cual mediante esta investigación se ha identificado que el registro es menor a los emprendimientos existentes y para actualizarlo se levantaron datos de la cadena de valor de 141 marcas, que incluye el registro sus lógicas de producción y comercialización que serán publicados a futuro.

Palabras clave:

Industrias Culturales, cadena de valor, cuenta Satélite de la Cultura, Economía Cultural, emprendimientos de diseño.

## ABSTRACT

The textile and clothing design entrepreneurship in the city of Cuenca generate a significant contribution to the local economy and to the national Gross Domestic Product, their contribution is recorded by Satellite Accounts, in addition our city has the "Creative Hemisphere" Directory developed by the Directory of Culture, Recreation and Knowledge, within which through this investigation it has been identified that the registry is less than the existing enterprises, the data has been updated with the value chain of 141 brands, which includes the registry of their production and commercialization logics that will be in a publication in the future.

Key words:

Cultural Industries, value chain, Culture Satellite Account, Cultural Economy, design ventures.



## INTRODUCCIÓN

Las industrias culturales son el sector mas activo del desarrollo social y económico de la cultura, porque dinamiza sectores pequeños, genera plazas de trabajo, fomenta la creatividad y la productividad, en esta industria se reconocen los aportes desde el sector del diseño y con ello se evidencia diferentes problemáticas a que afrontan los estudiantes graduados de la carrera Diseño Textil y Moda, la falta de apoyo gubernamental hacia los emprendimientos, la falta de un registro de lógicas de producción y comercialización que se desarrollan, entre otros.

La Dirección general de Cultura Recreación y Conocimiento del cantón de Cuenca en el año 2019 desarrolló la primera edición del Directorio de Bienes y Servicios Creativos "Hemisferio Creativo " como un instrumento de propuesta a la oferta de emprendimientos, personas y a la comunidad involucrados en la creación y administración cultural local, donde constan tan solo nueve diseñadores de la rama, esta investigación aporta en la actualización del numero de marcas y elabora un registro de lo procesos para conocer cuales son las lógicas de producción y comercialización que emplean los diseñadores al momento de desarrollar sus productos de esta manera generar una plataforma que permita ser un aporte para la visibilización y comercialización de los emprendimientos.



# CAPÍTULO I

# CONTEXTUALIZACIÓN

## 1.1 DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LAS ECONOMÍAS CREATIVAS

En los años 90 del siglo XX, nace el concepto de “Economía Creativa” que según Aspillaga 2014 logra interpretar de alguna manera a la creatividad como un gran impulso para el desarrollo de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios, estos conceptos y enfoques son fundamentales para el desarrollo de la creatividad.

Los informes sobre la economía creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad, 2015) señalan los retos para medir la relación con la toma de decisiones informadas, se planteó la construcción de un debate normativo acerca de la cultura y desarrollo, de modo de “añadir la dimensión económica de la economía creativa a la consideración del proceso de desarrollo” (Unctad, 2008, p. 29). Estos informes son fruto de la colaboración entre la Unctad y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con lo cual este tipo de mediciones, desde un principio, tuvo una lógica de desarrollo sostenible subyacente. El informe de 2008 fue el primero en abordar desde la perspectiva de las Naciones Unidas lo que denominaron la economía creativa, “un concepto en evolución centrado en las dinámicas de las industrias creativas” (Unctad, 2008, p.3). Su intención era mostrar la evidencia empírica que sustentaba la idea de que las industrias creativas eran uno de los sectores emergentes más dinámicos del comercio mundial. El informe llamó la atención sobre cómo la disponibilidad de datos ofrecía evidencia de que algunos países en desarrollo, principalmente en Asia, se beneficiaban del dinamismo de la economía creativa

global e implementaban políticas ajustadas a sus realidades para promover sus industrias creativas (Unctad, 2008, p.5).

El aporte que generan las industrias creativas dentro de la economía para un desarrollo de la productividad dado que Theodor Adorno comenzó a utilizar el término de industrias culturales en el año 1949, principalmente interpretando a las técnicas de reproducción industrial como una fuente de creación y de gran divulgación dentro de las obras culturales, actualmente el término de industrias culturales se refiere a aquellas industrias que alcanzan a generar producción, difusión y comercialización de varios contenidos creativos (Aspillaga 2014), pues cumplen un rol fundamental en el desarrollo de las personas, sociedades y naciones, logrando ser portadoras de “identidad, valores y significados” siendo generadoras de innovación y empleo.

Al final del siglo XX e inicios del siglo XXI las posibilidades de un desarrollo en las industrias culturales en el Ecuador estuvieron condicionadas por inestabilidades políticas, públicas y la inexistencia de un Sistema Nacional de Cultura siendo este un periodo en el que el Estado ecuatoriano era incapaz de garantizar que sus industrias compitan con la producción de las industrias culturales internacionales y formen parte de la inserción a nuevos mercados. Los autores Arsenault y Castells (2008) advierten que “el aporte real de las industrias culturales en la economía de países de la región se ha visto determinada por procesos contemporáneos de la globalización, digitalización, uso de redes y de diferenciación cultural de los medios que generan nuevas formas de organización, producción y distribución” (p. 45).

### 1.1.1 DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL ECUADOR

A partir de la década de los noventa la producción cultural ecuatoriana enfrentó una dinámica de procesos de comercialización de productos no autorizados, cuya competencia desleal causó pérdidas insostenibles a las empresas productoras. Aquello afectó de manera significativa a la producción cultural nacional, desarticulando las cadenas de valor, fragmentando los ámbitos de autogestión y generando desconfianza entre instituciones públicas y privadas (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2014).

Desde el año 2007 el estado ecuatoriano comienza una etapa de reinstitucionalización y fortalecimiento de su industria cultural, tal impulso se ve apuntalado principalmente por: la declaratoria del desarrollo cultural del país como política de Estado (2007), a conformación del Ministerio de Cultura y Patrimonio, con unidades descentralizadas en las 24 provincias del país (2007), y la introducción del Sistema Nacional de Cultura y el reconocimiento de su rectoría (Silva, 2011).

Durante el gobierno de Rafael Correa y su movimiento Alianza País se consideró que el concepto predominante de desarrollo se encontraba en cuestionamiento, dado que, en su misión por garantizar los derechos fundamentales de las personas frente a poderes públicos y privados, desarrolló una idea movilizadora representada en el Socialismo del Buen Vivir que valora la calidad de vida como un proceso de ampliación de oportunidades y capacidades humanas, orientándose a satisfacer necesidades fundamentales de los ecuatorianos, tales como: subsistencia, afecto, participación, libertad, identidad, creación, etc (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2014), por ello uno de los para el sector de las industrias culturales y creativas en el Ecuador se da con la definición del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, en el que se plantea que para alcanzar la La Revolución Cultural, es necesario crear nuevas ideologías, de esta manera se genera una sociedad que logre emprender además de desarrollar y explotar al máximo toda su creatividad, se vuelven fundamentales las industrias culturales y la democratización de la palabra (Senplades 2013). Finalmente con el fin de alcanzar el fortalecimiento y difusión de las industrias culturales para el 2017 se situó el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 "Toda una Vida", en

torno a este instrumento se sitúan las políticas, programas y proyectos públicos, en cuyo contexto normativo e institucional adquiere relevancia el crecimiento de las condiciones materiales y estructurales del desarrollo cultural a partir de una intensa coordinación con otros sectores de la economía (Senplades 2017).

La relevancia de las industrias culturales se ve representada por una contribución de la producción cultural al PIB nacional del 2,02 % hasta 2014 y un valor agregado cultural bruto que alcanza el 1,36 % del Valor Agregado Bruto Total, según indicadores publicados por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, se estima que en 2007 cerca de un 4,8 % de la población total ocupada a nivel nacional se encontraba vinculada o desempeñaba una ocupación cultural con aporte directo a la economía ecuatoriana (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2016) en el gráfico a continuación se encuentran los aportes de la producción cultural en un modo comparativo y en este se evidencia su crecimiento desde el año 2007 con el 1,56% hacia el año 2014 con un incremento del 2,02% esta información se presenta en el siguiente cuadro publicado por el Sistema Integral de Información Cultural.

ÍTEMS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PRODUCCIÓN CULTURAL		847.878	839.967	875.954	976.818	1.082.649	1.247.729	1.417.235
PIB (CONSTANTE)	1,1 %	4.250.408	54.557.732	56.557.055	60.925.064	64.362.433	67.546.128	70.243.948
PRODUCCIÓN CULTURAL / PIB		1,56 %	1,54 %	1,55 %	1,60 %	1,68 %	1,85 %	2,02 %

**Tabla 1.** Aporte de las industrias culturales al PIB nacional.  
**Fuente:** Sistema Integral de Información Cultural, (2016).

## 1.1.2 INDUSTRIAS CULTURALES E INDUSTRIAS CREATIVAS

El concepto de industrias creativas surgió en 1980 en Australia (Castro, 2008, p. 15), pero fue desarrollado en el Reino Unido durante el primer gobierno de Tony Blair como una estrategia política para abrir nuevos frentes de trabajo, desarrollar nuevos mercados y permitir la inclusión social. Las industrias creativas son un término amplio que creció, abarcado por los teóricos de la Economía de la Cultura e incluye mucho más que la producción de contenidos para los medios tradicionales (diarios, revistas, televisión abierta o de pago, cine, radio o publicidad) o para los medios digitales, como internet, periódicos y revistas on-line, televisión y radio digital, móviles y ipods.

Las "industrias creativas" o "industrias de contenidos", incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños, diferenciándola de las industrias culturales la cual pretende cumplir un rol indispensable en el desarrollo de los seres humanos, sociedades y naciones ya que logran ser portadoras de identidad, valores y significados (Aspillaga 2014) puesto que genera contenido patrimonial, artístico y cultural que logran contribuir de alguna manera al crecimiento económico y a la generación de empleo.

En ese sentido, abre posibilidades muy interesantes también en el ámbito de la investigación, desarrollo e innovación, a la vez que plantea retos, cuyo alcance ya estamos observando, relativos a la protección de los derechos sobre la propiedad intelectual, a la desintermediación que obvia a los mediadores tradicionales, a la garantías de protección de la diversidad en un entorno telemático donde se negocia de forma inédita la visibilidad, la notoriedad y la permanencia de los mensajes y de los productos (Rodríguez Ferrándiz, 2008) es así que las industrias creativas se manejan en un terreno bastante flexible pues logran eliminar ciertas fronteras que se generan entre lo económico y lo estético, lo material y lo simbólico, lo privado y lo público, lo local y lo global, el productor y el consumidor, el juicio del experto y la opinión del amateur, incluso el contenido profesional y el generado por el propio usuario.

Las industrias creativas nacen en la base de la denominada nueva economía creativa, estas producen y distribuyen bienes y servicios centrados en símbolos, textos e imágenes que hacen referencia al ciclo de la creación, la producción, y la distribución de estos bienes y servicios que utilizan la creatividad, el conocimiento y el capital intelectual como recursos productivos primarios, dentro de las industrias creativas de contenido están las siguientes industrias: editorial, cine, televisión, creación musical,

producción musical independiente, discográfica, contenidos para celulares, contenidos para web, entre otras como radio, propaganda, arquitectura, mercados de arte y antigüedades, artesanía, design, moda, software de ocio, edición y juegos para computadora (Informe sobre Industrias Creativas en América Latina y el Caribe, 2008).

En el año 2005, la UNESCO adopta una conferencia para tratar la difusión y amparo de la variedad de las manifestaciones culturales. El enfoque de favorecer la participación activa de los países de economías emergentes e intermedias, pero también de países menos avanzados en los beneficios de la globalización, fortaleciendo sus sectores culturales y creativos, en relación con la labor y prioridades de la UNESCO.

### Principales características de las industrias culturales y creativas en América Latina

- La unión de la cultura y la economía.
- Se considera a la creatividad como la profesión central.
- Generación de contenido artístico, formativo y patrimonial
- Actividades constantemente privilegiadas por derecho de autor.
- Económica que genera empleo y cultura que genera identidad.
- Originalidad y entretenimiento.

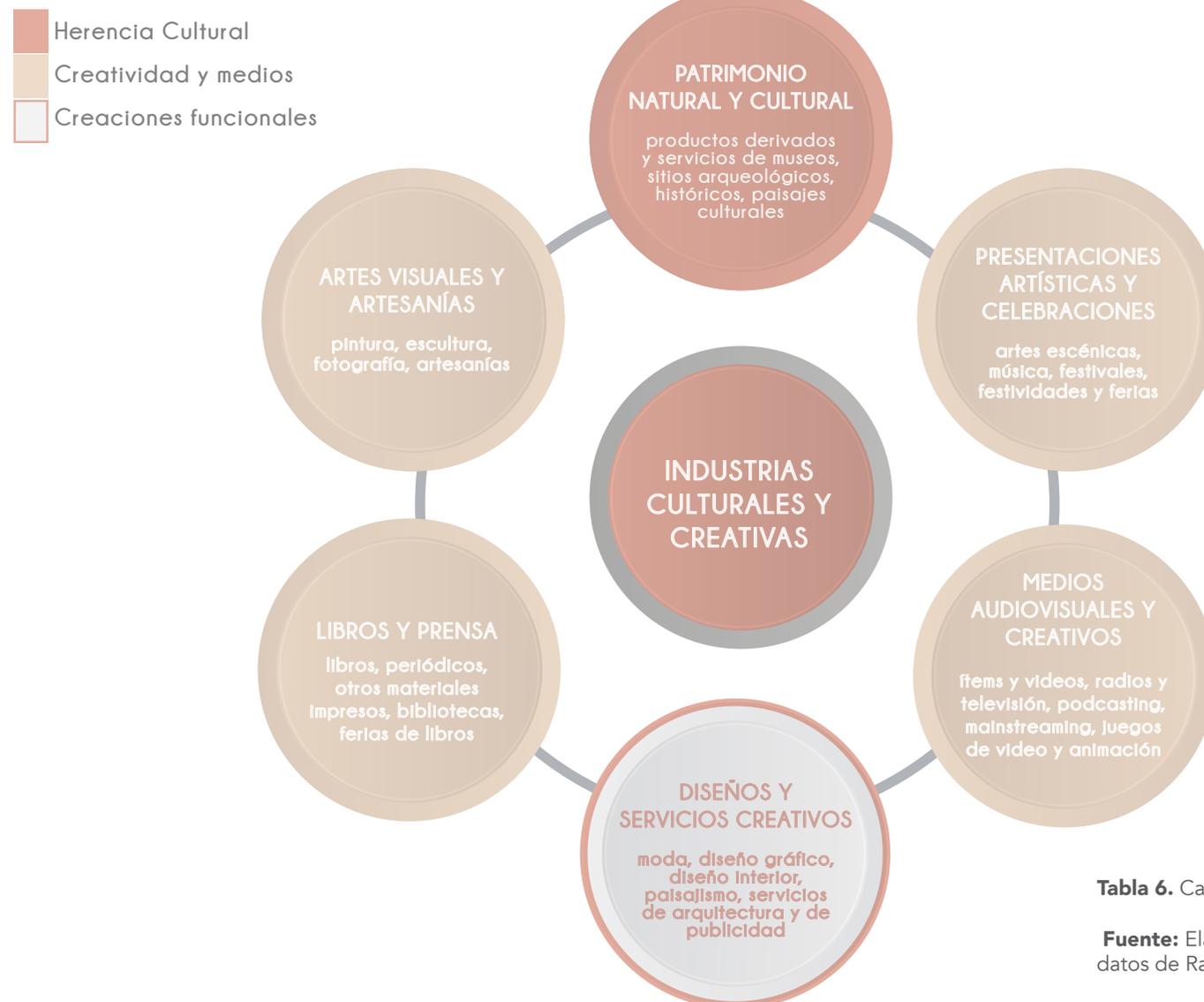
**Tabla 5.** Principales características de las industrias culturales y creativas en América Latina.

**Fuente:** Elaboración propia, a partir de datos de infoamerica.org

Los sectores de actividad o dominios culturales incluyen el patrimonio, presentaciones artísticas y ferias (artes escénicas, música, festivales, festividades), las artes visuales y la artesanía, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y

los servicios creativos, el patrimonio cultural inmaterial, mientras que los dominios periféricos incluyen el turismo, los deportes y recreación.

#### Sectores de actividad cultural y creativa



**Tabla 6.** Características de las industrias culturales y creativas.  
**Fuente:** Elaboración propia, a partir de datos de Ranaboldo y Schejtman, 2009.

En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a gran velocidad dado que la globalización cultural, económica y de comunicación han ocupado un papel importante dentro de las industrias culturales y creativas. Como indican numerosos analistas latinoamericanos, estas industrias cuya materia prima es la capacidad para imaginar e innovar se están convirtiendo en un sector estratégico para el desarrollo productivo, la competitividad y el empleo, pero también para la construcción de consensos, la

circulación de la información y los conocimientos.

El diseño abarca un sin número de posibilidades dentro de las industrias culturales y creativas como pudimos observar a lo largo de esta investigación, pues son un aporte significativo a la economía local pues el diseño es el sector que más aporta a las industrias culturales.

### 1.1.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES SEGÚN LA CUENTA SATÉLITE DE CUENCA

En los últimos años se ha levantado información del crecimiento y aporte de las industrias culturales dentro de la economía de la ciudad de Cuenca, mediante la creación de un instrumento que permita diseñar, evaluar, controlar y evaluar la importancia del aporte económico al sector, es así que se desarrolló la Cuenta Satélite de la Cultura en la ciudad de Cuenca.

- Artes escénicas
- Artes plásticas y visuales
- Audiovisual
- Actividades de creación, arte y entretenimiento
- Diseño
- Formación artística
- Música
- Libros y publicaciones

Una de las principales características en todo ejercicio económico estadístico es la identificación de los sectores que se encuentran relacionados de una u otra forma a la cultura. Dentro de los cálculos contemplados para la CSC, se identifican los siguientes sectores:

En esta Cuenta Satélite de la cultura publicada en año 2019 se evidencia el aporte del diseño hacia el PIB de la ciudad de Cuenca, la producción tuvo un incremento del 76% desde el año 2010 hasta el 2016 mientras que el consumo también incremento del 2.123 a 3.759.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>1. CUENTA DE PRODUCCIÓN</b>							
P.1 PRODUCCIÓN	7.885	10.113	11.404	11.508	11.208	13.985	14.180
P.2 CONSUMO INTERMEDIO	2.123	2.675	2.961	2.937	2.962	3.663	3.759
B.1 VALOR AGREGADO BRUTO	5.762	7.438	8.443	8.571	8.846	10.332	10.421

**Tabla 2.** Aporte del diseño al PIB nacional.  
**Fuente:** Cuenta Satélite de la Cultura de Cuenca, (2019).

En año 2016, la ciudad de Cuenca formó parte de Ciudades Piloto, con la implementación de la Agenda 21 de la Cultura y Cultura 21 Acciones en la políticas, programas y proyectos de los gobiernos locales al brindar un marco internacional para promover a la cultura como una herramienta con capacidad de generar inclusión social, desarrollo económico, y equilibrio medioambiental, se desarrolló un proceso de evaluación participativa en el que artistas, gestores culturales, colectivos, instituciones y sociedad civil, analizaron el estado de las políticas y proyectos culturales implementados a nivel del cantón Cuenca,

del cual se levantaron datos y en respuesta a las debilidades encontradas se plantearon diferentes proyectos, entre estos el Plan Estratégico Cantonal de Cultura al 2030 (Zeas, 2019, p. 11).

En muchos países las industrias culturales tienen una importante participación en la economía, ingresos de divisas y en la generación de empleo, un par de ejemplos nos permiten mirar la importancia que tienen las industrias culturales (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018, p. 15).

Como resultado de los datos levantados, se evidenció que sector de diseño año constituye sin duda alguna uno de los más dinámicos de las CSC, en lo que respecta al Valor Agregado en el año 2016 a nivel nacional el sector genera 652 millones de dólares y la ciudad de Cuenca 10,4 millones de dólares, lo que representó el 1,6% del total. La ciudad de Cuenca concentra cerca del 97% del VA del sector de Diseño, el resto de cantones de la provincia del Azuay un 0,3%” (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018).

En 2019 la misma Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento publica el Directorio de Bienes y Servicios Creativos denominado Hemisferio Creativo que busca ser una herramienta de difusión de la oferta de aquellas personas, colectivos y emprendimientos involucrados en la creación y gestión cultural local y reúne la información de artistas, técnicos, gestores vinculados a las artes escénicas, musicales, visuales, audiovisuales, plásticas, literarias, así como el diseño, ilustración, investigación, gestión de espacios culturales, entre otros (Hemisferio Creativo, 2018).

La perspectiva de la dimensión cultural adquiere entonces un valor adicional al colocarse como generadora de nuevos conceptos ciudadanos y principios para el desarrollo económico nacional a partir de sus emprendimientos e industrias culturales, este enfoque se apoya en varias perspectivas de la cultura para el desarrollo de organismos e instituciones internacionales, como la ONU para la ciencia, cultura y también la educación (Unesco), y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Estos organismos subrayan la importancia de la incorporación de la cultura para la formulación de estrategias de desarrollo sostenible; denotando la importancia de la cultura como un

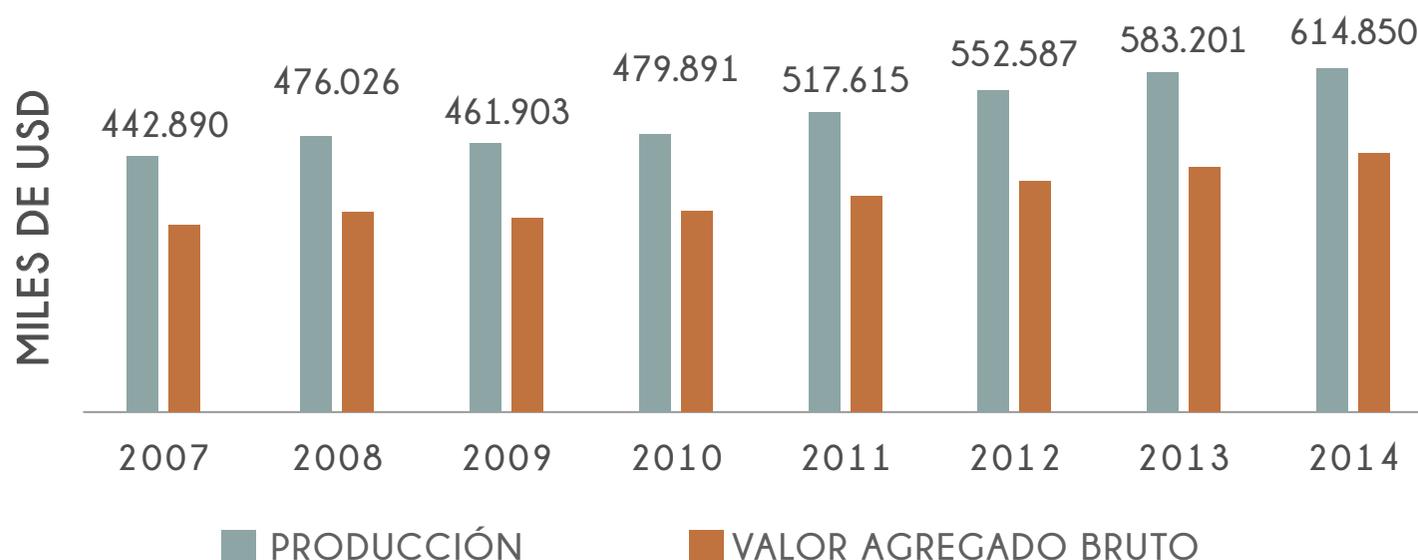
sector de importante actividad económica (Puce 2016).

A partir de todos estos cambios y la evolución que ha surgido dentro de las industrias culturales como generadoras de un aporte significativo a la economía del país, se considera que las mismas pueden comprender un sin número de medios, sin embargo es importante conocer a profundidad todo lo que las industrias creativas y culturales logran abarcar debido al avance que se ha tenido a lo largo del tiempo.

La producción cultural en los últimos años ha continuado con una tendencia creciente, con una tasa promedio interanual del 9.3%. Por otro lado, la producción de los ocho segmentos supracitados registró una producción acumulada conjunta de 8,056.700 millones de dólares durante todo el periodo de análisis; mientras que el valor agregado acumulado atribuido a sus actividades ascendió a 5,266.7 millones de dólares.

Por ello es importante que el Ministerio de Cultura, Patrimonio y mas instituciones públicas pueda apoyar a todos estos sectores que se encuentran enrolados en actividades culturales, debido a su gran impacto y aporte, tanto económico como social, para que el crecimiento de los mismos derive en mayores emprendimientos dentro de las ramas culturales por lo cual generan un impacto positivo en el país.

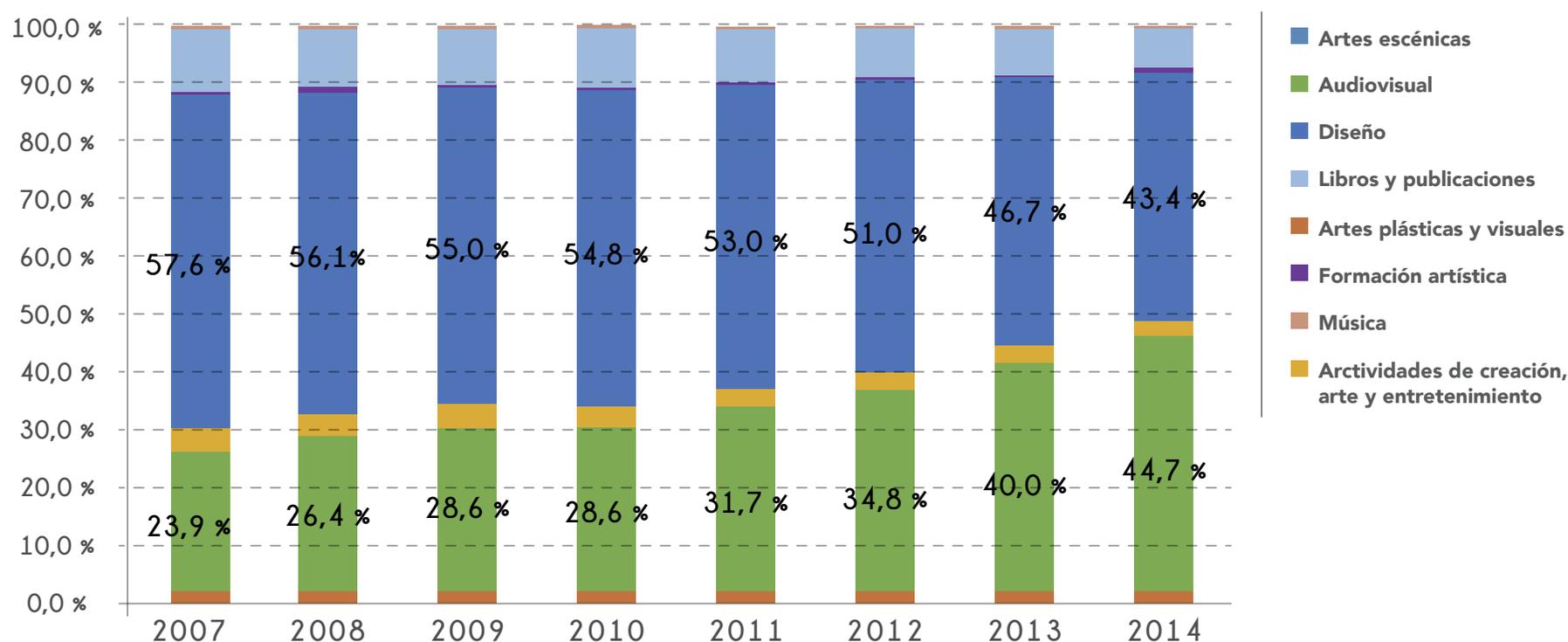
En la publicación de análisis de participación de los segmentos culturales, el segmento de diseño generó una producción acumulada total de aproximadamente 4 mil millones de dólares, con un valor agregado bruto de alrededor de 2.9 mil millones de dólares y con tasas de crecimiento sostenidas del 5.4% y 5.2%, respectivamente, con relación a 2014 como se demuestra en el grafico a continuación.



**Tabla 3.** Análisis de participación de los segmentos culturales.  
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

El análisis de participación de los ocho segmentos culturales durante el periodo 2007-2014 tiene la finalidad de incentivar las actividades vinculadas al sector cultura, ya que las tasas de

crecimiento dentro del sector se mantienen estables a lo largo del tiempo, con miras a convertirse en un ámbito que dinamice el consumo.



**Tabla 4.** Análisis de participación de los ocho segmentos culturales  
**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

En el gráfico se puede observar que el segmento más importante en términos de contribución a la producción total es el diseño, cuya actividad representó un 52 % promedio de la producción total durante los años de estudio. Así mismo, se constata la preeminencia del segmento audiovisual, siendo la segunda actividad en importancia, cuya participación también ha continuado al alza, representando alrededor de un 32 % (Pnud, 2016).

El informe sobre desarrollo humano presentado por el Pnud pone de manifiesto que el desarrollo se encuentra ligado de manera irreductible a todas las posibilidades expresivas de la

población. Así, toda negación de la libertad cultural deviene en todo genero de privaciones y pone en riesgo el establecimiento de vínculos culturales a los que la sociedad tiene el derecho de aspirar. Por ello es de importancia capital que la libertad cultural tenga cabida dentro del enfoque de desarrollo humano ( Puce 2016).

La libertad cultural viene a representar no solo una cuestión optativa para el desarrollo, sino una condición fundamental relacionada de forma directa con el reconocimiento, la diversidad y su valoración, la participación en los ámbitos de la vida pública y la garantía y preservación de su acceso por parte del Estado.

## 1.1.4 EL SECTOR DE DISEÑO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Durante la última década, las nuevas industrias creativo-culturales se han transformado progresivamente en una de las principales fuentes de producción y de empleo dentro de la industria textil, son particularmente idóneas para apoyar y promover el desarrollo local.

El diseño a través de los años ha variado notablemente en su discurso, donde indica que el diseño en sus inicios tenía un enfoque industrial destinado hacia el hábitat y el consumo; pero en la actualidad se ha diversificado en diferentes ramas y actores que intervienen en el desarrollo de proyectos de diseño, dando como resultante una evolución de conceptos y métodos (Chaves, 2001, p. 14-17).

La extensa diversidad de funciones y terrenos de encuentro dentro de la rama del diseño se ajusta constantemente a las diferentes necesidades que surgen en los mercados de la industria, que alcanza a diversificar varios productos y ámbitos que el mercado requiera y a su vez tecnología lo permita.

Finizio afirma “un entorno basado en el mercado, donde los cambios producidos por la oferta y demanda se generan

mediante una concepción clara de la realidad y una proyección en base a predicciones”. (2001, p. 61). Tanto el consumidor como el estudio de mercado claramente ligada a la tecnología entre otros logran generar una gran evolución y desarrollo de mercado debido a la predisposición y flexibilidad que adopta una empresa para una mejor relación con su entorno.

De este entorno y configuración actual de la industria, se puede entender la necesidad de ver al diseño de una manera diferente a lo ya visto, los modelos tradicionales se vuelven obsoletos debido a su rigidez estructural que limita su migración a diferentes líneas de producción; otro factor es la cantidad de inversión que representaría en los modelos tradicionales implementar nueva infraestructura, que conjugada con la existente obliga a un crecimiento en cuanto a espacio y capital de producción que muchas MIPYMES no se lo pueden permitir. (Santamaría, 2017, p.84).

Manzini plantea que “se debe poner en práctica la capacidad de diseñar en función a dos ejes: el eje de actores y competencias; y el eje de motivaciones y expectativas, de donde surgen cuatro actividades” (2015, p. 84).

Personas inexpertas que generen proyectos de diseño y así se prevengan problemas y necesidades.

Personas que fomenten el ámbito cultural, al igual que impulsen el desarrollo cultural.

Personas expertas en el desarrollo de servicios, productos y plataformas de comunicación.

Personas multidisciplinarias con un perfil técnico que genere la solución de varios problemas, abierto a nuevas experiencias al igual que interés en diversos procesos del ámbito del diseño.

El diseño dentro de la sociedad siempre ha generado diversas propuestas que apoyen a la generación de proyectos y a su vez que las organizaciones adquieran experiencias, mientras que la tecnología esta ligada directamente a poner en funcionamiento las propuestas y también las acciones dentro del diseño que se elabora.

Las industrias culturales como emprendimientos deben surgir de la mano de múltiples sectores, cuya estructura debe ser acorde a las posibilidades actuales y oportunidades futuras en un entorno cambiante. El diseño debe integrarse en cada empresa tomando en cuenta las características que configuran a cada sector de las IC, pero también debe prever la evolución de esos entornos en aspectos como la tecnología, la comunicación, los procesos, y estructuras organizacionales. El camino a seguir debe ser labrado con las bases necesarias para su crecimiento; la innovación y calidad como base para la competitividad son herramientas que permiten la entrada a los mercados globales; por su parte, el diseño es partícipe de esta industria, aporta desde la creatividad y la gestión de proyectos de diseño al desarrollo de los sectores que componen las IC. (Santamaría, 2017, p.85)

Pues son temas que sin duda alguna generan un aporte al desarrollo de las industrias culturales, dado que la importancia de cada uno de ellos dependerá de el aporte que se genere para el desarrollo tanto de emprendimientos creativos como culturales, es por eso la necesidad de un apoyo y respaldo gubernamental hacia los productos que se elaboran, generar plataformas que permitan la visibilización de toda la cultura y creatividad que se genera, para formar parte de una industria que se encuentre en constante crecimiento es necesario generar acciones que lo permitan.

Según la UNESCO (2011, p.14) son seis las acciones de apoyo a las ICC:

### **1. Competitividad e Innovación**

La mejora en las líneas de productos, sus procesos de producción y la necesidad de las empresas de ser flexibles y adaptarse a las exigencias actuales, son factores que las obligan a ser más competitivas. Los procesos, materias primas, la imagen, la función del producto, el enfoque hacia el público y mercado, etc., son factores a considerar al momento de lograr la competitividad; y esto se puede alcanzar desde una nueva visión de la empresa apoyada en la innovación creativa. en este sentido la UNESCO

(2011) indica que el valor atribuido al producto o servicio para su comercialización ha pasado a ser un factor emocional, con importancia en cómo se lo comunica y lo que expresa en un proceso de vínculo con el consumidor (p.104). En este entorno innovador y creativo toma mayor fuerza el consumidor como parte activa del proceso; por lo que, los esfuerzos en innovación de los productos y su comercialización deben sustentarse en estudios de necesidades, gustos, tendencias e incluso se puede llegar a procesos co-creativos de diseño que integren diferentes fuentes de aporte como especialistas en otras áreas de conocimiento y los mismos usuarios. (Santamaría, 2017, p. 77)

La mejora dentro de los procesos productivos incentivan al mercado a volverse mas competitivos, la comercialización de un producto claramente depende de cómo el mismo es difundido y mostrado ante los consumidores, por lo que generar productos innovadores conlleva generar varios procesos que integren fuentes de aporte.

### **2. Recursos Humanos y Formación**

Las IC al estar compuestas de múltiples sectores con diverso enfoque y origen, necesitan cubrir las distintas actividades derivadas de esta industria apoyándose en profesionales especializados que brinden el soporte e ideas que pongan en valor la creatividad y la cultura. UNESCO (2011) prioriza la necesidad de formar a emprendedores, creativos, gestores públicos y privados; y para esto, se debe tener claro el panorama de oportunidades, potenciales y capacidades que pueden desarrollarse; así también, las necesidades del contexto cambiante deben enfocados principalmente en las especificidades de los actores de esta industria y otros factores como lo social, el estado, estrategias y nuevas tecnologías (p.76). Ante este cúmulo de profesionales relacionados a las IC, las universidades y centros de capacitación deben buscar construir el mejor perfil para formar individuos capaces de afrontar retos modernos, crear oportunidades y tener una visión global de futuro. (Santamaría, 2017, p. 77)

Es así que el enfoque de las industrias creativas se ve en la necesidad de abarcar diferentes actividades con la finalidad de crear profesionales que den valor tanto a la creatividad como a la cultura, de esta manera ayuda a la formación de nuevos espacios para los emprendedores, gestores culturales, entre otros, al mostrar toda la creatividad y potencial que tienen cada uno de los productos que desarrollan.

### **3. Infraestructuras e Inversiones**

El medio donde se desarrollen las IC debe ser adecuado para dicha actividad, ya sea enfocada en la creación, producción, promoción, comercialización; o cualquiera de las actividades propias de la industria, de las actividades complementarias y actividades relacionadas; que deben ser parte de una red de interacción y apoyo que permita su crecimiento. Para la UNESCO (2011) se requiere de instalaciones y equipos, talleres, espacios públicos, espacios de comercio y una logística e infraestructura administrativa que lo organice; es necesario un orden y planificación para lograr sinergias entre sectores productivos o clústeres y ser accesibles para todos los interesados (p.96). De esta necesidad han aparecido distintas iniciativas como las denominadas ciudades creativas, estos modelos de desarrollo urbano basado en las IC se han convertido en centros de cultura y creatividad donde se desarrollan actividades conjuntas con otros sectores como el turismo o la gastronomía, esto permite acercar tanto a ciudadanos como a foráneos para lograr interés y apoyo hacia el sector cultural y creativo. (Santamaría, 2017, p. 78)

El crecimiento de la industria se desarrolla por las actividades generadas, pues las mismas son consideradas un apoyo para su crecimiento, son los espacios, pequeños talleres, eventos de fomento cultural, los que dan soporte y generan una oportunidad a la pequeña industria, las industrias creativas generan un alto impacto dentro del diseño por lo que es importante el apoyo que se genere hacia las mismas.

### **4. Financiación**

El apoyo económico es vital para esta industria, al conformarse de sectores emergentes o históricamente poco apoyados, es fundamental realizar un cambio en la perspectiva de apoyo a los emprendimientos asociados a las IC; para lo cual, se debe fomentar políticas que se encaminen a generar líneas de crédito flexibles y ajustadas a las características de esta industria. Esto lo evidencia la UNESCO (2011) al manifestar que las ICC carecen de acceso a crédito debido a su alto nivel de riesgo, ya que su principal capital, la creatividad es considerada un intangible; esto limita el crecimiento de empresas, el desarrollo de proyectos y la creación de suficientes propuestas que sean atractivas hacia los mercados (p.86). El estado es el llamado a controlar esta situación con estrategias que promuevan el incentivo y apoyo por parte del sector financiero, en especial a las medianas, pequeñas y micro empresas. (Santamaría, 2017, p. 78)

El respaldo económico hacia los pequeños emprendimientos es muy importante, pues de esto dependerá que las pequeñas industrias que recién empiezan puedan darse a conocer y generar un impacto a los consumidores, apostar por la creatividad, talento, potencial será la clave para marcar un antes y después dentro de la industria.

### **5. Marco Normativo**

El ámbito normativo debe ser entendido a nivel local con el fin de establecer oportunidades e igualdad para todos; pero también se debe proyectar hacia afuera, y es en ese entorno global donde debe existir equilibrio con las normativas internacionales fomentadas por organismos a nivel global o regional y que tienen la adhesión de varios países. Al respecto la UNESCO (2011) plantea que la necesidad de un marco normativo adecuado y obligatorio para todos los actores involucrados es una condición para el desarrollo de políticas de fomento que sean eficaces; además se necesita una integración con otras normativas relativas a la producción, los mercados y la distribución que influyen también en el desarrollo de las IC, debiendo adaptarse a esta industria donde su materia prima, la cultura y la creatividad son intangibles (p.68). Contar con reglas claras para las IC constituye un respaldo al asegurar las condiciones que les permitan desarrollarse y lograr los objetivos trazados. (Santamaría, 2017, p. 78)

El marco normativo hace referencia al desarrollo de políticas que sean un aporte para las industrias culturales, pues se adaptan de alguna manera a procesos que son intangibles como la creatividad, el talento entre otros, contar con un reglamento que permita que las IC de desarrollen con los objetivos ya establecidos.

### **6. Desarrollo de Mercados**

El objetivo de las IC para posicionar sus productos y servicios es llegar a los públicos de los mercados internos y externos. UNESCO (2011) afirma que el éxito de la oferta de las ICC depende de su aceptación por parte de los consumidores, ya que su incipiente paso por el mercado sería un fracaso económico; pero la clave se presenta en el momento de generar una sociedad que valore lo propio con el fin de fomentar una identidad que debe ser asimilada desde adentro para que sea creíble externamente (p.112). El trabajo es conjunto; la sociedad, los creativos y el estado deben proyectar una idea o concepto de identidad creíble en torno a la amalgama de sectores que conformen la IC;

que sea apreciado y consumido internamente, para llegar posteriormente a potenciales mercados internacionales. (Santamaría, 2017, p. 79).

La industria debe desarrollarse en un entorno que sea respaldado y apoyado gubernamentalmente, sin olvidar la realidad del país y la situación por la que el mismo atraviesa, es necesario generar un mapeo de los emprendimientos que se desarrollan pues esto nos dará una idea mas clara del aporte que generan las industrias culturales y creativas a la economía local, así también nos ayudan a entender las fortalezas y debilidades de la industria y finalmente cuales son los sectores que proyectan potencial a futuro.

Los modelos de desarrollo tradicionales distan de la realidad de los tiempos modernos y se limitan ante nuevas posibilidades

de cambio; por lo cual, las tecnologías y sus usos deben flexibilizar los procesos dando paso a un entorno proactivo que va de la mano de los integrantes del sector industrial y sus características. El desarrollo de las Industrias Culturales [IC] debe surgir en entornos fértiles donde las políticas, los profesionales especializados, el acceso a la tecnología, la innovación, las líneas de financiamiento y el mercado sean adecuados. (Santamaría, 2017, p. 79).

Para Finizio en estos escenarios "las empresas se mueven, o deben moverse, a través de un enfoque personalizado entre la globalización y la segmentación". (2002, p.30), es necesaria la unión del diseño con todas las unidades de negocio pues las mismas logran cumplir un papel muy importante dentro del producto y que también encuentran cuales son las necesidades del consumidor.

## 1.1.5 DESARROLLO DEL DISEÑO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ECUADOR

La industria cultural y creativa en el Ecuador ha crecido respecto a su participación de mercado, al número de personas que emplea y al número de profesionales que se forman cada año para poder formar parte de la industria creativa.

El aporte porcentual al producto interior bruto (PIB) a las industrias culturales y creativas aportan con el 4.76 %, solo el 57.4 % está directamente relacionado con industrias culturales y creativas y el resto, el 42.6 %, proviene de actividades de apoyo, proveedores de bienes y servicios indirectos del ingreso global, el primer lugar lo ocupa el sector de la información y comunicación, con un 20 %, donde se incluyen subsectores como la publicidad, el diseño y la arquitectura. El porcentaje de aportación al PIB por parte de las industrias culturales y creativas en Ecuador es relevante si lo situamos en el contexto de un país básicamente dedicado al petróleo, en donde otras industrias como la producción cárnica y de productos elaborados genera un 4.8 % y el cultivo de banano, café y cacao combinados solo el 2.6 % (Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura, 2013).

La UNESCO se refirió con respecto al sector de las industrias culturales, pues se puede inferir que "este se caracteriza por

su capacidad para asumir riesgos, ya que invierte en nuevos talentos y formas estéticas innovadoras que contribuyen a diversificar las expresiones culturales y ampliar las opciones de los consumidores". Desde esta misma aportación teórica, el Plan de desarrollo añade que "en una sociedad del conocimiento, el lenguaje tiene relación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin duda, planteamientos alentadores que aclaran un camino hacia el progreso y el impulso de políticas públicas culturales acordes a la diversidad cultural, con una mirada integradora y con propuestas otras para la reconstrucción y revitalización de identidades sociales y culturales ecuatorianas. con lo indicado, es preciso señalar que según (Abad 2016), tanto las políticas culturales como las políticas públicas.

El porvenir de las industrias culturales y creativas podría dar como resultado el impulso a las identidades culturales, para que la propia cultura pueda ser un "sistema que integra todas las expresiones del hombre y la sociedad y que gracias a ella se puede caracterizar e identificar a cada civilización" (Rengifo, 1993, p. 168 ) así, el desarrollo no solo económico sino también cultural y autentico exige descubrir los sentidos, significados y

nuevos conocimientos latinoamericanos para la revitalización cultural que dan sentido a la vida humana, lo que según el sociólogo (Bo Souza Santos. 1999), implica reinventar el poder y acceder a formas plurales de conocimiento, y en función del presente trabajo, a políticas públicas culturales que garanticen el respeto y la importancia de crear, producir, distribuir productos

y servicios de las industrias culturales y creativas nacionales con pertinencia cultural. con ello, puede apreciarse la cultura como un “espacio democratizado de la sociedad, en donde el estado cumple un rol primordial, seguido de sectores organizados y con representatividad” (Abad 2016).

## 1.1.6 DESARROLLO DEL DISEÑO EN LA CIUDAD DE CUENCA

La ICSID (International Centre for Settlement of Investment Disputes) se refiere al diseño como una actividad creativa, cuyas directrices establecen las múltiples facetas y cualidades de los objetos, procesos, servicios y sistemas a lo largo de todos sus ciclos de vida. Por lo tanto, el diseño es un factor primordial de la innovación humana de las tecnologías y un factor crucial del intercambio cultural y económico que busca descubrir y evaluar las interrelaciones estructurales, organizativas, expresivas y económicas convirtiéndose en una actividad que se relaciona con un amplio espectro de profesiones en cuyos productos, servicios, gráficos, interiores, y arquitecturas tienen su participación.

La carrera de diseño textil y moda se ha ido desarrollando en diferentes universidades del país como: en la Universidad Técnica de Ambato que oferta una carrera de Diseño de Modas con la obtención en cuatro años y medio de un título como Ingeniero en Procesos y Diseño de Moda; en la ciudad de Ibarra, se encuentra la Pontificia Universidad Católica del Ecuador que ofrece el título de Licenciado en Diseño Textil e Indumentaria, por un período de estudio de cuatro años y medio; en la ciudad de Quito, la Universidad San Francisco ofrece una licenciatura en Artes Contemporáneas con mención en Diseño de Modas, en un período de cuatro años y finalmente en la ciudad de Cuenca, la Universidad del Azuay en cuatro años otorga el título de Licenciado en Diseño Textil e Indumentaria (Zeas, 2019, p.11).

En el año de 1984 en la ciudad de Cuenca se fundó la escuela de Diseño de la Universidad del Azuay, siendo esta la primera titulación universitaria en diseño del país, en el año de 1989 se convirtió en la Facultad de Diseño y actualmente esta conformada por 6 carreras: Diseño Gráfico, Arquitectura, Diseño de Interiores, Diseño Textil y Moda, Diseño de Objetos y la Licenciatura en Arte Teatral. Con cerca de 1.000 estudiantes es una de las facultades de diseño más grandes del país.

La Escuela de Diseño Textil e Indumentaria desde la primera promoción de graduados en el año 2005 hasta el año 2020 cuenta con 345 graduados, quienes a lo largo de los años han adoptado sus trabajos por herencias familiares, trabajan en fábricas de la industria textil, en la ciudad de Cuenca destacan las empresas medianas del sector de la confección y también emprendimientos propios en diferentes universos del vestir.

Entre los graduados de la carrera de diseño textil e indumentaria han sido varios los que han decidido emprender por cuenta propia con una marca independiente, quienes, en su mayoría con sus esfuerzos deciden montar sus espacios para sus talleres, el periodo 2020 -2021 ha sido un año que marco un antes y después para todos al atravesar una pandemia mundial, por esta razón hoy en día las redes sociales han marcado un precedente para la comercialización de los emprendimientos, a lo largo de este año son varios los profesionales que han tenido que cerrar sus locales y continuar con ellos a través de una realidad virtual, tiempo atrás buscaban espacios para la exhibición y comercialización de sus productos, hoy en día por la influencia de plataformas digitales ofertan sus servicios a través de las mimas.

Varios graduados de la carrera diseño textil e indumentaria han tenido la oportunidad de participar en las pasarelas más influyentes de la moda.

Zeas afirma que “la disciplina del diseño de indumentaria empieza a adquirir legitimidad en el campo disciplinar por medio de la academia, es decir que al ofertar la carrera a nivel universitario adquirió legitimidad en la sociedad en una primera instancia”. (2019, p.11). Es así como los graduados de la carrera a lo largo de experiencias adquieren trayectoria, ya sea por la participación en diferentes eventos, o por ganar conocimiento a lo largo de la vida universitaria.

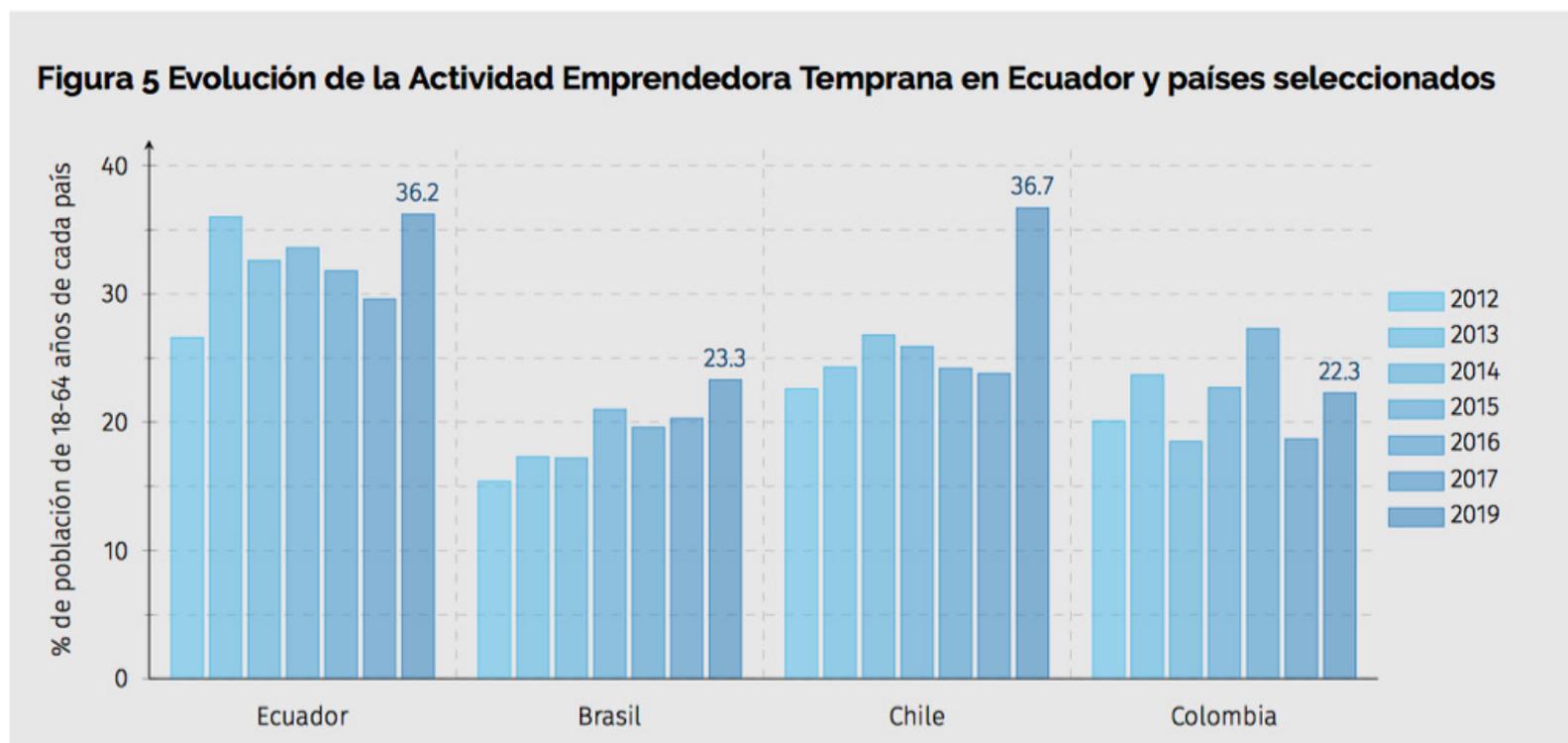
## 1.2 DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA

Moriano, Trejo y Palací (2001) se refieren a emprender como “La persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa” (p. 30). Puede armarse, entonces, que la motivación de quien crea una empresa representa el compromiso de este con su proyecto o idea de negocio, le impulsa a crearlo, a pasar de la fase prenatal a la natal y a su consolidación, pues son muy pocas las recompensas tangibles que se reciben de la organización durante los primeros años de vida (Barba-Sánchez, Jiménez-Zarco & Martínez- Ruiz, 2007; Endres & Woods, 2009).

En América Latina, el emprendimiento representa un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que contribuye a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y logrando un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales (Sparano, 2014)

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto de

investigación internacional, que presenta información acerca de las actitudes, actividades y características del emprendimiento y sus diferentes fases, este estudio contribuye anualmente con la “radiografía” del emprendimiento en los diferentes países participantes; es útil para las administraciones públicas y la empresa privada, para quienes resulta imprescindible tener un claro conocimiento del emprendimiento, facilitando la planificación y ejecución de acciones que favorezcan a la construcción de un sólido ecosistema emprendedor. Uno de los principales indicadores del GEM es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio o han iniciado uno que no ha sobrepasado del umbral de 42 meses. Especialmente, la TEA se compone de dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y nuevos. Los nacientes son las personas entre 18 y 64 años que están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio, o han empezado uno, pero aun no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses. Los emprendedores nuevos son personas, también entre 18 y 64 años, que han pagado sueldos o salarios por más de tres meses, pero menos de 42.



**Tabla 6.** Evolución actividad emprendedora temprana en Ecuador.  
**Fuente:** Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

En el año 2019 Ecuador presentó una TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%, Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. El aumento de la TEA se visualiza mejor a través de sus componentes: la tasa de emprendedores nacientes en 2019 fue 26.9% y la de negocios nuevos, 10.8%; mientras que estas tasas en 2017 fueron 21.2 y 9.8, respectivamente. Es decir, el cambio en 2019 se da principalmente porque hay más personas tomando acciones para poner en marcha un negocio que aun no está en funcionamiento.

Durante el periodo 2010-2019, la TEA ha venido presentando niveles superiores al 20%. La proporción tanto de emprendedores nacientes como nuevos ha incrementado en el 2019, habiendo más emprendedores nacientes que nuevos. En cambio, la proporción de negocios establecidos (aquellos que superan los 42 meses) disminuyó a 14.7%, desde 15.4% en el 2017.

De acuerdo con los resultados globales, en 2019 los países de América Latina y el Caribe presentan las tasas más altas. Chile obtuvo una TEA de 36.7%, muy superior a la obtenida en el 2018 que fue de 25.1%, teniendo la tasa más alta de toda la región. El cambio de Chile es principalmente impulsado por un aumento de 11 puntos porcentuales en la tasa de emprendedores nacientes, mientras que la tasa de nuevos se mantiene aproximadamente constante en comparación con el año anterior.

En el conjunto de economías de ingresos medios, entre las cuales se ubica Ecuador, el promedio de la TEA fue 14.9%. Ecuador tiene la mayor TEA dentro de este grupo de países, Guatemala y Brasil alcanzaron valores de TEA por encima del 20.0% y México mostró un indicador TEA por debajo del promedio.

Actualmente, la pandemia de la COVID-19 ha causado muchos cambios tanto en lo que respecta a la salud humana, así como también a las actividades económicas de los países. Kantis y Angelelli (2020), encuestaron a 2232 emprendedores y empresas jóvenes de 19 países latinoamericanos y han evaluado el impacto de la pandemia sobre los negocios, así como en las organizaciones de apoyo para el ecosistema. Según dicho estudio, un 53% de quienes generaban ventas han detenido sus actividades. Además, el 84% de los empresarios ha visto disminuir su lujo de fondos y un 75% ha disminuido su actividad productiva. Por su parte, los emprendimientos tecnológicos han sido impactados en menor medida (29% dejó de facturar) en comparación a sus pares en el sector del turismo y entretenimiento (88%), con el objetivo de profundizar el estudio del caso Ecuador con respecto al impacto de la pandemia en los negocios, los resultados de

una encuesta realizada por el equipo GEM Ecuador a 150 dueños de negocios, además de un resumen de entrevistas a 6 expertos de organizaciones de apoyo al emprendimiento, estos resultados son insumos para comprender como el ecosistema de emprendimiento e innovación.

Usando un muestreo por conveniencia, durante el mes de junio de 2020 se reunió un total de 150 respuestas en Ecuador. De este grupo, 37 participantes indicaron haber cerrado sus negocios durante los meses de la pandemia. Los 113 encuestados representan a negocios pequeños o medianos de diferentes sectores de la economía, teniendo mayor representatividad los emprendimientos del sector de información y comunicaciones (22%).

Evidentemente, debido a las diferentes medidas restrictivas, la demanda de bienes y servicios ha disminuido drásticamente en Ecuador. Un 24.67% de los encuestados cesaron sus negocios, indicando como principal razón la pandemia. A esto se puede sumar que el 69% indicó haber sufrido un efecto negativo con la pandemia, y en relación con este, el 23% manifestó haber sido fuertemente afectado por la crisis, existiendo el riesgo del cierre de sus negocios. Así mismo, manifestaron haber alcanzado una recuperación de su cartera de un 47.89% en el periodo de marzo-mayo 2020, proporción que disminuyó en un 20% en comparación al mismo periodo del año 2019. De igual forma, aproximadamente el 30% de las firmas indicaron que, de continuar las mismas restricciones, sobre todo aislamiento y distanciamiento social, podrían sobrevivir hasta 3 meses.

Las políticas gubernamentales en el Ecuador han tenido una fuerte inclinación e impulso al emprendimiento, en la Constitución vigente se habla del incentivo y fomento de la producción nacional y la generación de empleo. Como apoyo a lo establecido en la constitución se aprobó el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), el cual responde a los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021, el que menciona el impulso al emprendimiento, especialmente a las micro y pequeñas empresas.

Según datos del Banco Mundial (2016), los emprendedores y las pequeñas empresas representan más de la mitad de los puestos de trabajo formales en el mundo. Datos de Global Monitor Entrepreneurship muestran que Ecuador se ubica en segundo lugar como el país que más emprende; lamentablemente, esto se lleva a cabo con un alto margen de negocios que no se llegan a consolidar. Los emprendedores culturales, por lo general, no cuentan con herramientas específicas de trabajo a nivel local o

internacional que favorezcan las condiciones de desarrollo de los mismos.

Su potencial de internacionalización se ve afectado por la falta de políticas públicas que repliquen modelos exitosos de pequeñas y medianas empresas culturales que han logrado exportar.

Emprender supone enfrentarse a un reto serio, ambicioso y de

gran responsabilidad personal, económica y social. Por ello, las líneas de fomento dirigidas a emprendimientos culturales deben ser pensadas con base en la sostenibilidad de los mismos. Es importante entregar recursos económicos acompañados de procesos de aprendizaje en modelos de gestión y negocios.

## 1.2.1 EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO

El mundo de la industria textil no es tarea sencilla pues requiere de mucho conocimiento del sector y habilidades que van más allá del diseño de una colección de ropa.

En nuestro rubro, emprender profesionalmente es una forma de soñar, pensar, proponer, trabajar y actuar, una aspiración por una oportunidad que se le presenta basada en una gran capacidad de liderazgo, los emprendedores profesionales que llevan adelante proyectos propios se destacan por su imaginación, motivación, pasión, tenacidad y por sobre todo, visión. Saben que se embarcan en un proceso que les será rentable económicamente a largo plazo.

En este camino, es esencial crear un equipo con personas cuyas habilidades se complementen efectivamente, que sepan trabajar en conjunto y que puedan ver oportunidades donde otros solo ven un seguro fracaso, a su vez, también hay que hallar y controlar los recursos necesarios que muchas veces se encuentran en manos de terceras personas, así como entender que un emprendimiento puede verse sumamente enriquecido con el recurso tan valioso de las redes sociales en esta era digital, donde todo pasa por allí, de lo contrario, pareciera que no existe.

Una oportunidad genuina es mucho más importante que el talento del equipo, que los recursos disponibles o mismo que una idea. Una muy buena idea, pueda pasar al olvido sin ánimo de trabajo y perseverancia. Desde ya que las oportunidades no vienen solas, sino que aquella persona con "sed" emprendedora debe ser muy consciente y hábil en saber construir dicha oportunidad ante cualquier situación que pueda presentarse.

Estos son los factores que deben verse involucrados y ser controlados en el proceso para crear un proyecto que genere valor sustentable y dinámico. Se deben poder acomodar de manera tal que la relación riesgo-recompensa sea beneficiosa. Un buen emprendedor tiene ojo para distinguir un proyecto como oportunidad. Cuanto mayor es el margen de ganancia (tanto neto como bruto), mayor es la oportunidad. Cuanto más imperfecto sea el mercado, más grande es la oportunidad que se tiene. Es decir, cuanto mayor cantidad de incertidumbre, ambigüedad, caos, dudas, entre otros, hay en ese entorno, más oportunidades verdaderas se podrán encontrar.

El proceso de generación de valor tangible y observable comienza con la oportunidad, no con dinero, estrategia, equipo o cualquier otro recurso. Todo arranca con una oportunidad, que no necesariamente siempre es una buena idea. En este caso, es fundamental el rol del líder del emprendimiento, ya que es quien unirá estos elementos en un entorno en constantes cambios, ambiguo y lleno de riesgos.

Es muy frecuente creer que en un buen emprendimiento se requiere en primera medida de recursos. Lo cierto es que no, el dinero debe seguir a la oportunidad, y no al revés. En la mayoría de los casos, es preferible contar con pocos recursos, para poder administrarlos mejor y no marearse, aprendiendo a seleccionar las oportunidades con criterio. El dinero es importante, y sin dudas, es necesario, pero no es el factor principal a tener en cuenta para la realización y consecución de un emprendimiento.

Ahora bien, indiscutible es el hecho que el factor personal es el más importante. Se requiere una persona o grupo de personas que en su conjunto funcionen en sintonía, que manejen las mismas aspiraciones e intereses para que el emprendimiento prospere. No existe un emprendimiento, sin pasión, sin esfuerzo o sin dedicación. El rol del líder es el principal dentro de un grupo de trabajo en equipo. Si bien se busca que todos manejen sus esfuerzos hacia un objetivo en común, es necesario que siempre exista una persona que sea capaz de dirigir y manejar.

Ya veremos más adelante, a medida que avancemos con el análisis de este escrito que, una vez que se toma la decisión de avanzar con el proyecto y se comprueba que las tres fuerzas que manejan el proceso emprendedor y conviven en equilibrio, será el momento de buscar asesoramiento jurídico para darle un marco legal a nuestro negocio y, por ende, una base adecuada para concretarlo. La atención de las cuestiones legales suele ser poco grata, pero es muy importante ya que un paso mal dado al comienzo puede acarrear conflictos en el futuro.

## 1.2.2 EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO EN LA CIUDAD DE CUENCA

El programa de Desarrollo de Economías Culturales y creativas nace de un proceso amplio de implementación de la agenda 21 de la cultura en Cuenca, que a partir del año 2016 se ratificó con la participación de la ciudad en el programa de ciudades piloto de la organización internacional de ciudades y gobiernos locales (CGLU). Este reto arrancó con un diagnóstico participativo que evidenció la escasa visión que tenía Cuenca con respecto a la cultura y su potencial de generar desarrollo económico.

En ciudad de Cuenca existe un alto índice de estudiantes de diseño textil e indumentaria que deciden emprender luego de finalizar sus estudios.

Nuestra ciudad cuenta con una oferta diversa y amplia de bienes y servicios artísticos y culturales, sin embargo, no han sido valorados como una herramienta con capacidad de generar empleo. Es importante mencionar el gran potencial que la cultura tiene para mejorar el atractivo de los territorios, generar resiliencia, paz y seguridad.

Para la administración municipal durante el periodo del alcalde Marcelo Cabrera fue un gran logro que la ciudad de Cuenca pueda contar desde el año 2019 con el primer Directorio de Bienes y Servicios Creativos, como una apuesta de desarrollo económico local basado en las economías culturales y creativas, en la que se reconoce la contribución de los actores culturales y

su impacto en la generación de recursos para la ciudad.

El Hemisferio Creativo es una herramienta que complementa a otros proyectos como la Fabrica de la Cultura, Red de Emprendimientos Culturales, Escaparate creativo, Cuenta Satélite de la Cultura, entre otros. Esta primera edición buscó brindar una gran oportunidad a todas las personas involucradas en la creación, gestión y producción creativa local para visibilizar sus productos a potenciales públicos, usuarios, clientes, compradores e inversionistas, lo que de alguna manera abre camino hacia una ciudad en donde se valora, reconoce y consume el talento local.

Hasta el año 2020 son 344 graduados de la carrera de diseño textil y moda de los cuales el 43% cuentan con su emprendimiento, sin embargo en el año 2019 el Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento de la municipalidad de Cuenca desarrolló el primer directorio de bienes y servicios creativos que busca ser una herramienta de gestores culturales que cuentan con sus emprendimientos. Esta primera edición visibiliza a artistas, técnicos, técnicas y gestores culturales. Sin embargo dentro de este directorio anteriormente mencionado constan tan solo nueve diseñadores textil y moda, evidenciando la falta de un registro real de los emprendimientos que se desarrollan dentro de la carrera, a continuación se muestra una imagen de las páginas del Directorio de Bienes y Servicios Creativos en el área de diseño textil.

DISEÑO / TEXTIL	
 <p><b>Adriana Argudo</b></p> <p>Textil afrodita.65@hotmail.com 0987549312 / 072880448 @Adri.Argudo @adriargudo</p>	 <p><b>Joshe Ordóñez</b></p> <p>Textil josheordonezm@gmail.com 0984975418 <a href="http://www.collab-store.com">www.collab-store.com</a> @josheordonez</p>
 <p><b>Mara</b></p> <p>Textil maraecuador@gmail.com 0982487055 @MARAecdiseno</p>	 <p><b>Carla Peñaherrera</b></p> <p>Textil carly.penaherrera@gmail.com 072853551 / 0995776647 Victor Manuel Albornoz 4-97 y Los Cedros @Carla Peñaherrera</p>
 <p><b>Elisa Guillén</b></p> <p>Textil eliguillen_36@hotmail.com 0984635624 / 072880448 @MARAecdiseno @maelisaguillen</p>	 <p><b>Carlo Yaguana</b></p> <p>Estilista de Moda carloyaguana@gmail.com 0978898319 Gualaceo @Carloyaguana</p>
 <p><b>Isabella Creaciones</b></p> <p>Textil isabelgulesr@gmail.com 072826274 / 0997316590 Jesús Arriaga 3-57 y Alfonso Jerves</p>	 <p><b>Créator Exclusividad al Vestir</b></p> <p>Diseño textil formal para caballeros darwin17@msn.com 0980018672 Luis Cordero 13-75 y Pío Bravo @Créator for Men @Créator</p>
 <p><b>Polka dot</b></p> <p>Textil jessyochoa_@hotmail.com 0987719935 Baltazara de Calderón 28o y Miguel Heredia @polkadotecuador</p>	

**Tabla 7.** Directorio de Bienes y Servicios Creativos, diseñadores textil y moda.  
**Fuente:** Hemisferio Creativo Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento.

A partir del análisis que se realizó dentro del directorio al evidenciar la falta de un registro real de los emprendimientos desarrollados en la carrera se busca analizar cuales son los

procesos de producción y comercialización que emplean los profesionales de la carrera, de esta manera se comprenderán las lógicas que utilizan dentro de la elaboración de sus productos.

## 1.3 LÓGICAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Las lógicas de producción se definen como un conjunto de actividades mediante las cuales uno o varios factores productivos se transforman en productos. La transformación crea riqueza, es decir, añade valor a los componentes adquiridos por la empresa. El material comprado es más valioso y aumenta su potencialidad para satisfacer las necesidades de los clientes a medida que avanza a través del proceso de producción.

Todos los procesos se componen de tareas, flujos y almacenamiento, dentro de las tareas se tienen las esenciales, auxiliares, de apoyo, superfluas; en los flujos de producción existen el estático, funcional, secuencial (Fernández, Fernández y Avella 2006) y, según estos mismos autores se establece una tipología de sistemas: producción por proyectos, para que la producción se realice de manera eficiente, se sugieren los siguientes métodos y disposición de la planta: Identificación de los cambios internos y externos, transformar los cambios internos a externos, facilitar el mecanismo de apertura, eliminar cambios innecesarios o ejecutarlos en paralelo (Muñoz 2009), estos métodos deben ser debidamente observados y acatados para lograr una productividad apropiada.

La función de producción se define como el proceso de transformación de los factores en productos que generan valor agregado luego de la adquisición, recepción y almacenamiento de materias primas. Los procesos son un conjunto de operaciones a través de las cuales los factores se transforman en productos que pueden ser bienes físicos o servicios (D'Alessio 2002).

Según el Ministerio de la Industrias y Productividad, Mipro, la demanda anual al 2011 fue de 29.382.485 pares y se han producido solamente 28.875.000 y la diferencia de la demanda se satisface con 507.485 pares importados; la producción se estima que, el 45% se lo hace en cuero, el 25% es inyectado, el 15% deportivo y el 15% es plástico (Revista Lideres 2012). Actualmente se estima que este sector genera 100.000 empleos a nivel nacional.

Las más importantes son la productividad total, que es el nivel máximo de producción que se puede fabricar con una determinada cantidad de factores productivos. La productividad media es la productividad total dividida por la cantidad utilizada del factor productivo y la productividad marginal es la variación de la producción total dividida por la variación del trabajo (Baye

2006), es importante considerar todas estas medidas de la productividad. Se considera que es un factor determinante para lograr la competitividad sostenible en el largo plazo ya que la eficacia genera un mayor presupuestos para los trabajadores.

Las lógicas de producción y comercialización requieren constantemente de esfuerzos técnicos, administrativos, financieros, económicos, de mercado, etc. que de alguna manera necesitan ser empleados para mejorar su, eficacia y efectividad por ser un sector fundamental de la economía local, regional y nacional que genera desarrollo económico, social y cultural de forma solida, fuerte, confiable y productiva para las nuevas generaciones ( Cachay 2006).

Es el diseño y la mejora de los sistemas que logran crear y producir los principales bienes y servicios, que está dedicada a la investigación y a la ejecución de todas aquellas acciones que van a generar una mayor productividad mediante la planificación, organización, dirección y control en la producción, aplicando todos esos procesos individuales de la mejor manera posible, destinado todo ello a aumentar la comercialización del producto (Vilcarromero 2012.). El funcionamiento eficaz depende de la adecuada conceptualización de las cosas y personas, así como de la integración operacional de los recursos (inversiones, equipamiento, capital) con las personas (talento, competencias, tarea). (Acebedo Borrego y Linares Barrantes 2012).

Para la identificación de los procesos, se han establecido las siguientes etapas: Identificación, planificación, transferencia (Roure, Monino y Rodríguez 1997) para identificar los objetivos, planificar las necesidades e ingresar a la línea los procesos mejorados.

Para que la producción se realice de manera eficiente, se sugieren los siguientes métodos y disposición: Identificación de los cambios internos y externos, transformar los cambios internos a externos, facilitar el mecanismo de apertura, eliminar cambios innecesarios o ejecutarlos en paralelo (Muñoz 2009), estos métodos deben ser debidamente observados y acatados para lograr una productividad apropiada.



# CAPÍTULO II

## 2. PLANIFICACIÓN

### 2.1 DEFINICIÓN UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis para esta investigación son los emprendimientos desarrollados por los egresados de la Carrera de Diseño Textil y Moda de la Universidad del Azuay durante el periodo 2005-2020, en la revisión bibliográfica que se realizó durante el proceso de obtención de datos, se determinó que ya existen registros de los emprendimientos de diseño de indumentaria a nivel local, sin embargo no se ha estudiado en su totalidad los diseñadores que cuentan con su emprendimiento desde el inicio de la carrera hasta la actualidad es así que esta investigación se realiza a partir del inicio de la carrera de diseño textil e indumentaria en el año 2005 hasta la actualidad.

El propósito de esta investigación es analizar la totalidad de los emprendimientos desarrollados por los diseñadores textil e indumentaria de la Universidad del Azuay, con el fin de determinar cuáles son las lógicas de producción y comercialización que predomina en cada uno de ellos, de esta manera aportar a su difusión, para determinar cuáles son los emprendimientos desarrollados hasta la actualidad se realizó una encuesta a los 344 graduados que constan en la base de datos de la Universidad del Azuay.

#### 2.1.1 ELABORACIÓN DE ENCUESTA

Para la elaboración de la encuesta se trabajó conjuntamente con un equipo de investigación, los tesisistas Cristian Sucuzhañay, Emilia Bravo, Priscila Cabrera y las docentes Silvia Zeas y María del Carmen Trelles como una colaboración a su tesis doctoral, contemplando las necesidades de cada uno de los investigadores se desarrollaron las preguntas para la encuesta realizada a los profesionales de la rama diseño textil e indumentaria de la Universidad del Azuay, teniendo en cuenta que el objetivo es levantar datos sobre los emprendimientos que se han desarrollado durante el periodo 2005-2020 y de esta manera contribuir a la consolidación de la profesión en el medio local y nacional.

Las preguntas se realizaron con el objetivo de tener un acercamiento a los diseñadores, a través de su correo electrónico, número telefónico, nombres y apellidos, también es importante conocer el año de graduación y si actualmente ejerce su

profesión de manera independiente, es decir si cuenta con su emprendimiento, en caso de tenerlo el nombre, año y dirección de su marca.

Esta encuesta fue realizada a través de la plataforma de google forms para posteriormente fue enviada por medio de diferentes redes sociales ( Facebook, Instagram y whatsapp) para contactar a los diseñadores textil e indumentaria de la Universidad del Azuay.

## Colaboración para tesis doctoral. Diseño Textil y Moda. Cuenca.

Mi nombre es María del Carmen Trelles Muñoz, soy Docente - Investigadora de la Universidad del Azuay. Me encuentro realizando un Proyecto de Investigación Doctoral que tiene como fin, aportar a la innovación en el diseño textil e indumentaria independiente de la ciudad de Cuenca. La encuesta no tomará más de 1 minuto de su tiempo. Todos los datos recabados en el siguiente formulario, serán de uso exclusivo para la investigación. Agradezco enormemente su colaboración.

\*Obligatorio

Nombres y apellido completos \*

Tu respuesta

¿En qué año se graduó como Diseñador Textil y Moda de la Universidad del Azuay? \*

Tu respuesta

¿Actualmente, ejerce la profesión de manera independiente? \*

En caso de que su respuesta sea "NO", por favor envíe el formulario. En caso de que su respuesta sea "SI", por favor conteste las cuatro preguntas restantes.

Si  
 No

¿Cuál es el nombre de su marca / estudio / taller de diseño?

Tu respuesta

¿En qué año creó su marca / estudio / taller de diseño?

Tu respuesta

¿En qué ciudad está localizada su marca / estudio / taller de diseño?

Tu respuesta

¿Nos ayudaría por favor con su número de Whatsapp?

Tu respuesta

Dirección de correo electrónico \*

Tu dirección de correo electrónico

**Encuesta 1.** Levantamiento de emprendimientos de la carrera periodo 2005-2020.  
**Fuente:** Autoría de Cristian Sucuzhañay, Emilia Bravo, Priscila Cabrera, Tatiana Guillen, Dis Silvia Zeas, Dis Ma Carmen Trelles

## 2.2 OBTENCIÓN DE DATOS

Por objetivos de esta investigación, se analizarán la totalidad de los 150 emprendimientos desarrollados por los Diseñadores Textil e Indumentaria, para la obtención de datos se elaboró una encuesta a través de la plataforma de Google Forms a los diseñadores textil e indumentaria que formaban parte de la base

de datos de la de la Universidad del Azuay desde el año 2005 hasta el año 2020. Las encuestas se realizaron de manera digital a través de las plataformas de WhatsApp, Instagram y Facebook, donde se obtuvieron 238 repuestas por parte de los diseñadores

## 2.2.1 ANÁLISIS Y RESULTADOS

A través de esta encuesta se logró obtener un número más cercano de los diseñadores textil e indumentaria que se han graduado de la Universidad del Azuay durante el periodo 2005 (año en donde empezó la carrera como tal), hasta el año 2020, fueron 238 respuestas por parte de los profesionales de la carrera, las preguntas fueron elaboradas en relación a las necesidades planteadas por cada uno de los investigadores, para este proyecto de graduación fue imprescindible tener un medio de contacto directo para futuras encuestas, se logró obtener el correo electrónico de cada uno de ellos y un número de whatsapp, en base a los objetivos planteados para el desarrollo de esta investigación el primer paso fue conocer cuantos emprendimientos existen actualmente, de los cuales se obtuvieron 150, un número bastante considerable dentro de

nuestra industria, pero sobre todo un número que evidencia la falta de diseñadores dentro del directorio de bienes y servicios creativos desarrollado por la Municipalidad de Cuenca en el año 2019.

A continuación se muestran las tablas de los 150 emprendimientos obtenidos en la encuesta realizada recolectando datos como: nombres, apellidos, nombre del emprendimiento, año de graduación, correo electrónico, número telefónico, universo del vestir y finalmente el enlace de la página web de los diseñadores, por políticas de privacidad se agregó una marca de agua en los números y correos de los profesionales, los cortes de las siguientes tablas se realizaron de acuerdo al orden en el que las encuestas fueron respondidas.

Graduados	Emprendimiento	Emprendimiento actualizado 2021	Encuesta Cadena de Valor	Medio de Contacto	Año de graduación	Año de creación emprendimiento	Correo electrónico	Número teléfono	Universo textil e indumentaria	Enlace	
1	CASTRO CAJAMARCA ANDREA LILIANA	Andrea Castro	Atelier Andrea Castro	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2010	2012	andylilya@hotmail.com	997711820	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/atelierandreaastro">https://www.facebook.com/atelierandreaastro</a>
2	CUENCA ARGUDO MARÍA BELÉN	Belen Cuenca	Bca	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2017	2017	belenode@gmail.com	998687015	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/BelenCuencaMODA">https://www.facebook.com/BelenCuencaMODA</a>
3	CORDOVA SOLIS MARIA CRISTINA	Cristina Cordova Alta Costura	Cristina Cordova Alta Costura	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2008	2020	crisacordova7@gmail.com	998136798	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/Cristina-Cordova-Alta-Costura-454192125068802">https://www.facebook.com/Cristina-Cordova-Alta-Costura-454192125068802</a>
4	CARANGUI LEMA RUTH DANIELA	D.C Daniela Carangui	D.C Diseño y moda	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2018	2015	danielacarangui23@gmail.com	984496019	vestidos de gala, novia, 15 años hasta prendas de diario para damas, también ternos y ropa deportiva para caballeros	<a href="https://www.facebook.com/danielacarangui">https://www.facebook.com/danielacarangui</a>
5	REINOSO QUEZADA NATALI CAROLINA	DOROTEA	DOROTEA	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2018	2015	natalyreinosa@hotmail.com	999681237	Diseño personalizado de telas kimonos- blusas - capas - camisetas- crop tops - faldas, etc	<a href="https://www.facebook.com/DoroteaNB">https://www.facebook.com/DoroteaNB</a>
6	BRITO SÁNCHEZ EVELYN CRISTINA	Camisas BYB	Camisas B&B	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2018	2017	evryb23@hotmail.com	993212988	Camisas para hombre y mujer	<a href="https://www.facebook.com/Evryb23">https://www.facebook.com/Evryb23</a>
7	ALVARADO ORTEGA VERÓNICA ALEXANDRA	wildmoonclothing	Florescence Accessories	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2016	2020	veronicajh14@gmail.com	998661780	de accesorios hechos a mano, bordados y pintados	<a href="https://www.facebook.com/florescenceaccessories-108205917662772">https://www.facebook.com/florescenceaccessories-108205917662772</a>
8	RAMON CALLE PAOLA GABRIELA	Gabriela Ramon - Euro Sp	Gabriela Ramon Diseño de Moda	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2014	2014	gabryramon@hotmail.com	984178183	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/gabrielaramon">https://www.facebook.com/gabrielaramon</a>
9	GALINDO PAZÁN JOHANNA TAMARA	Galindo Tamara	Galindo Tamara	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2016	2017	galindotamara21gr@gmail.com	998314937	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/GalindoTamara/">https://www.facebook.com/GalindoTamara/</a>
10	ALTAMIRANO GOMEZ DIEGO JOSE	Joshelo Altamirano	Joshelo Altamirano	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2011	2010	joshelotaltamirano@hotmail.com	996134625	indumentaria masculina	<a href="https://www.facebook.com/JosheloDesigner/">https://www.facebook.com/JosheloDesigner/</a>
11	ANDRADE GUILLERMO GABRIELA TATIANA	Kimu	Kimu	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2016	2018	gabmandrade@gmail.com	999931688	Ropa con tinturado orgánico 100% natural	<a href="https://www.facebook.com/Kimugm">https://www.facebook.com/Kimugm</a>
12	VAZQUEZ CENTENO VANESA CRISTINA	La marca	Lamarca EC	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2014	2020	shoplamarca@hotmail.com	987165470	Ropa y complementos	<a href="https://www.facebook.com/Lamarca-EC-105283207547720/">https://www.facebook.com/Lamarca-EC-105283207547720/</a>
13	PEÑAHERRERA ALARCON ERICA KARLA	La Puchunga	La Puchunga Taller	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2014	2013	carly.penaherrera@gmail.com	997776647	Ropa casual	<a href="https://www.facebook.com/LaPuchungaTaller/">https://www.facebook.com/LaPuchungaTaller/</a>
14	ROJAS TERREROS DANIA FERNANDA	LO-F'S CLOSET	LO-F'S CLOSET	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2013	2014	lofo.fashion@gmail.com	983419939	Indumentaria Formal, Casual, Urbano Chic	<a href="https://www.facebook.com/lofofcloset">https://www.facebook.com/lofofcloset</a>
15	Nieto TRELLES DANIELA CRISTINA	Lugus	Lugus	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2009	2018	lucagustavonieto@yahoo.com	72880171	todo tipo de ropa Jean para hombres, mujeres y niños	<a href="https://www.facebook.com/LUGUSJEANS/">https://www.facebook.com/LUGUSJEANS/</a>
16	ORDÓÑEZ JIMÉNEZ EYLEEN ASTRID	Plezier	Plezier	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2016	2017	plezier@gmail.com	991214976	Diseñamos prendas y accesorios creativos, sofisticados	<a href="https://www.facebook.com/PlezierEc">https://www.facebook.com/PlezierEc</a>
17	ESTRADA CARPIO LILIAN ESTHER	Lily Estrada	Lily Estrada Studio de Moda	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2016	2016	lilyestrada@hotmail.es	997138261	Rops Casual de mujer	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=109057670500017">https://www.facebook.com/profile.php?id=109057670500017</a>
18	ZEAS CARRILLO SILVIA GABRIELA	Taller Silvia Zeas	Taller Silvia Zeas	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2006	2007	silviazeas@hotmail.com	998287776	Confeccion de prendas de tejido de punto	<a href="https://www.facebook.com/SilviaZeasFashionDesigner">https://www.facebook.com/SilviaZeasFashionDesigner</a>
19	BRAVO GORDILLO RITA VERÓNICA	Taller de diseño	Moda V&B	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2020	2019	veronicabravo23@gmail.com	99208602	Diseños exclusivos, Finos detalles elaborados a mano, trabajan en las distintas líneas textiles	<a href="https://www.facebook.com/veronicabravo28">https://www.facebook.com/veronicabravo28</a>
20	IÑIGUEZ DÁVILA CLAUDIA MARINA	Claudia Iñiguez	Canelle	CADENA DE VALOR 1	Cadena de valor Silvi	2018	2020	claudiainy7@hotmail.com	998132879	Lingerie & Sleepwear	<a href="https://www.instagram.com/cannelle_ec?fbclid=IwAR3MhLz-smmmYjiN8ms1cQS1vaN_o-THV2ySpW49Te3Nanhd_r7jNTH_7o">https://www.instagram.com/cannelle_ec?fbclid=IwAR3MhLz-smmmYjiN8ms1cQS1vaN_o-THV2ySpW49Te3Nanhd_r7jNTH_7o</a>

**Tabla 8.** Base de datos diseñadores textil y moda.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

21	MORALES CRESPO MONICA MELISSA	Matusha	Matusha	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2014	2019	moni_3_anna@hotmail.com	984064473	Ropa deportiva	<a href="https://www.facebook.com/M-A-T-3-H-A-Dise%C3%B1o-de-Modas-2166271793433371">https://www.facebook.com/M-A-T-3-H-A-Dise%C3%B1o-de-Modas-2166271793433371</a>
22	GUZMAN PERALTA ERICK ADRIAN	ADRIANO	Adriano AG	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2018	2020	adr_jan_20@hotmail.com	98332919	Marca de zapatos ecuatoriana	<a href="https://www.facebook.com/AdrianoAG-423120061109382">https://www.facebook.com/AdrianoAG-423120061109382</a>
23	DONOSO LOYOLA ALEXANDRA PATRICIA	Alexandra Donoso	Alexandra Donoso	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2009	2011	alexandradonoso@hotmail.com	987543023	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/Alexandra-Donoso-181753301839519">https://www.facebook.com/Alexandra-Donoso-181753301839519</a>
24	POLO RINCON MARIA ALEXANDRA	Alexandra Polo	Alexandra Polo	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2014	2015	alexpolomoda@gmail.com	984381990	moda conceptual	<a href="https://www.facebook.com/alexpolomoda/">https://www.facebook.com/alexpolomoda/</a>
25	CORDERO COBOS MARIA BELEN	Beco	Beco	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2013	2014	belencordero.c@gmail.com	984890143	Bufis y zapatos	<a href="https://www.facebook.com/BECODiseñoCustomizing">https://www.facebook.com/BECODiseñoCustomizing</a>
26	KELSI MARIE PADRÓN FLASHER	Blossom	Blossom	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2016	2017	kelsi_p91@hotmail.com	98639450	Smart Casual Fashion Brand	<a href="https://www.facebook.com/blossom.fashion.design-32653825416942">https://www.facebook.com/blossom.fashion.design-32653825416942</a>
27	CRESPO AYORA KARINA FERNANDA	Cresspo	Cresspo	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2013	2013	cresspotienda@gmail.com	98515295	Tienda de Diseño, indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/Cresspo/">https://www.facebook.com/Cresspo/</a>
28	APOLO GUERRA DANIELA	Dacri	EL La clothing	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2015	2017	el.la.clothing@gmail.com	987919270	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/el.la.clothing.ec/">https://www.facebook.com/el.la.clothing.ec/</a>
29	GALINDO ZEAS MAGDALENA RUIH	Fit	Fit Studio de Moda	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2006	2009	ruihgalindo7@hotmail.com	981805463	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/fitestudiodemoda">https://www.facebook.com/fitestudiodemoda</a>
30	MOSQUERA VARGAS BIANCA ESTEFANIA	Fjader, estudio de diseño	Fjader, estudio de diseño	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2014	2016	bianca.mosquera1291@gmail.com	982997801	Estudio de diseño que realiza productos hechos a mano	<a href="https://www.facebook.com/fjaderdiseño">https://www.facebook.com/fjaderdiseño</a>
31	TENEZACA PAREDES JHESENIA KATHERINE	Kamberry Denim Jean	Kamberry Denim Jean	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2016	2019	ventas@kamberry.com.ec	98681579	Jeans	<a href="https://www.facebook.com/kamberryDenim">https://www.facebook.com/kamberryDenim</a>
32	CARRIÓN TROYA CLAUDIA DANIELA	Kentavros	Kentavros	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2015	2017	kentavrosbrand@gmail.com	984330382	Ropa casual de mujer	<a href="https://www.facebook.com/kentavrosbrand/">https://www.facebook.com/kentavrosbrand/</a>
33	ARIAS CERÓN GALA INDIRA	Mishi Mishi Store	Mishi Mishi Store	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2017	2019	mishi-mishi-ec@hotmail.com	98830640	Tienda de Diseño	<a href="https://www.facebook.com/mishimishi_store-108357137197650/">https://www.facebook.com/mishimishi_store-108357137197650/</a>
34	SAMANIEGO REGALADO MARIA FERNANDA	Nua	Nua Estudio de Diseño	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2015	2015	nuaestudio@gmail.com	987473189	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/nuaestudiodeseno">https://www.facebook.com/nuaestudiodeseno</a>
35	CALLE ASANZA ANDREA KATHERINE	Mocca	Paris Studio by Dis. Katty Calle	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2017	2015	kattycalle92@gmail.com	987473879	Ropa casual de mujer	<a href="https://www.facebook.com/parisstudiodemoda/">https://www.facebook.com/parisstudiodemoda/</a>
36	HERRERA LUZURIAGA MARIA PAULA	Paula María	Paula María	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2017	2017	paula.herrera.95@hotmail.com	98334427	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/paulamariaec">https://www.facebook.com/paulamariaec</a>
37	GUILLÉN SERRANO MARIA ELISA	Retro	Retro Industries	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2014	2015	elguillen_36@hotmail.com	984037604	Etno urbano	<a href="https://www.facebook.com/retroindustries">https://www.facebook.com/retroindustries</a>
38	GUAPISACA CAIVINAGUA DIEGO FERNANDO	Black Estudio de Moda	Black Estudio de Moda	CADENA DE VALOR 2	Cadena de valor Silvi	2014	2011	diegopa_f@hotmail.com	98810279	indumentaria femenina	<a href="https://www.instagram.com/diego_fg89/">https://www.instagram.com/diego_fg89/</a>

**Tabla 8.** Base de datos diseñadores textil y moda.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

39	VALDIVIESO VINTIMILLA MARIA GABRIELA	Chipachina	Chipachina	CADENA DE VALOR 3	Messenger (FACEBOOK)	2013	2017	gabysal90@hotmail.com	987894725	Home printings	<a href="https://www.facebook.com/ChipachinaEc">https://www.facebook.com/ChipachinaEc</a>
40	TAPIA TAPIA PAULA CRISTINA	Zissa	Moon Shine Pijame	CADENA DE VALOR 3	Messenger (FACEBOOK)	2016	2020	paol2211@gmail.com	989944054	Pijamas	<a href="https://www.instagram.com/moonshine_pijameria.ec/">https://www.instagram.com/moonshine_pijameria.ec/</a>
41	PEÑA LEÓN DIEGO FERNANDO	Diego Peña	Dp Designers Store	CADENA DE VALOR 3	Whatsapp	2005	2006	dpnospa@hotmail.com	987735329	ROPA HECHA A MEDIDA PARA TODO TIPO D	<a href="https://www.facebook.com/diegopenalatoroduits/">https://www.facebook.com/diegopenalatoroduits/</a>
42	CABRERA ORELLANA GABRIELA LIZBETH	Gabriela Cabrera Diseñ	Gabriela Cabrera Diseñ de Moda	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2017	2018	gabrichia_kbrera@hotmail.com	981104717	Vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/gabrieldesing27">https://www.facebook.com/gabrieldesing27</a>
43	PEÑA ANDRADE GABRIELA ALEXANDRA	Gabriela Peña	Gabriela Peña	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2014	2015	gabrielape_@hotmail.com	986897479	indumentaria femenina y accesorios	<a href="https://www.facebook.com/gaby.0413">https://www.facebook.com/gaby.0413</a>
44	HIDALGO ORMAZA ANDREA KATHERINE	Hidalgo Estudio de Moda	Hidalgo Estudio de Moda	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2016	2016	h.hidalgoestudiomoda@gmail.com	984492452	Vestido de Ocasión, indumentaria para niñas	<a href="https://www.facebook.com/HidalgoEstudioec">https://www.facebook.com/HidalgoEstudioec</a>
45	ABAD BARAHONA KARLA DANIELA	Karala Abad Barahona	Karala Abad Barahona	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2011	2012	karalabad@gmail.com	3476305607	Moda casual- alta costura- vestidos de noche- vestidos	<a href="https://www.facebook.com/KaralabadDiseñoDeModas/">https://www.facebook.com/KaralabadDiseñoDeModas/</a>
46	VELIZ MATUTE CARLOS RENE	Krios Véliz Matute	Krios Véliz Matute	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2015	2015	kriosv14@hotmail.com	984804530	Diseños de Alta Costura y Sastrería	<a href="https://www.facebook.com/kriosveliz.m">https://www.facebook.com/kriosveliz.m</a>
47	ORDÓÑEZ MOROCHO LIZBETH CRISTINA	Lizbeth Ordoñez	Lizbeth Ordoñez	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2017	2017	liz_cristina@hotmail.com	988986682	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/lizcristina1693/">https://www.facebook.com/lizcristina1693/</a>
48	MONCAYO GUIJARRO CLAUDIA NATALIA	Mongui	Mongui	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2018	2019	namoncayo@gmail.com	982876458	Casual mujer	<a href="https://www.facebook.com/mongui.ec/">https://www.facebook.com/mongui.ec/</a>
49	OCHOA ARIZAGA JESSIE CAROLINA	Polka Dot	Polka Dot	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2014	2014	bellania10_@outlook.es	987718955	Marca de indumentaria femenina que se especializa en ropa íntima, trajes de baño y cover ups	<a href="https://www.facebook.com/polkadotecador/">https://www.facebook.com/polkadotecador/</a>
50	LASO LEÓN YESSENIA BELEN	Lasso	Bela	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2017	2019	belenlasso@hotmail.com	987881278	Casual mujer	<a href="https://www.instagram.com/bela_brand/?igahid=jkxv9zxy4s&amp;fbclid=IwAR0d7DuvqENdNmY8Cq9Nral9z2JBZInTfEerD0x79uVbHicq8-V7HGMAY-s">https://www.instagram.com/bela_brand/?igahid=jkxv9zxy4s&amp;fbclid=IwAR0d7DuvqENdNmY8Cq9Nral9z2JBZInTfEerD0x79uVbHicq8-V7HGMAY-s</a>
51	REYES CARPIO JESSICA ELIZABETH	Kusi	Kusi	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2017	2019	kushichoseno@gmail.com	987796233	Muecas	<a href="https://www.facebook.com/kusieco">https://www.facebook.com/kusieco</a>
52	CAJAMARCA VASQUEZ FREDI MARCELO	Marcini	Marcini	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2014	1997	marcini22@hotmail.com	981507781	tienda de arreglos de calzado	<a href="https://www.facebook.com/marcinicuero/">https://www.facebook.com/marcinicuero/</a>
53	PROAÑO BRITO MARIA CRISTINA	Dacri	Okily Pijamas	CADENA DE VALOR 3	whatsapp	2015	2020	okilypijamas@gmail.com	98308991	tienda de ropa infantil y pijamas	<a href="https://www.facebook.com/okillypijamas/">https://www.facebook.com/okillypijamas/</a>
54	PESANTEZ CALLE GEOVANNA CAROLINA	Ovily	Ovily	CADENA DE VALOR 3	whatsapp	2012	2015	gavy1984@gmail.com	984281495	Ropa de niños	<a href="https://www.facebook.com/Ovily-309718389224544">https://www.facebook.com/Ovily-309718389224544</a>
55	PESANTEZ CALLE PAOLA ANDREA	Suyana	Suyana	CADENA DE VALOR 3	whatsapp	2016	2016	suyanamoda@gmail.com	986690223	Etno urbano	<a href="https://www.facebook.com/suyanamoda">https://www.facebook.com/suyanamoda</a>
56	MOGROVEJO GUERRERO XIMENA DANIELA	Mena Mo	Mena Mo	CADENA DE VALOR 3	whatsapp	2014	2015	ximenamogrovejo@hotmail.com	983308843	Ropa casual	<a href="https://www.instagram.com/mena_mo/">https://www.instagram.com/mena_mo/</a>
57	MOGROVEJO TENECELA ALEXANDRA XIMENA	Ximena Morovejo Diseñ	KIMSA - STUDIO	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2012	2020	infkimsastudio.com	984014332	fotografía publicitaria de alimentos, para eventos, p	<a href="https://www.instagram.com/kimsastudio/">https://www.instagram.com/kimsastudio/</a>
58	ALVAREZ MOGROVEJO ANA CRISTINA	Almo Estudio de Moda	Almo Estudio de Moda	CADENA DE VALOR 3	messenger (FACEBOOK)	2017	2015	almo-100@hotmail.com	985197181	indumentaria casual de hombre	<a href="https://www.facebook.com/AlmoEstudio">https://www.facebook.com/AlmoEstudio</a>

**Tabla 9.** Base de datos diseñadores textil y moda.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

59	MANZANO LITUMA ANDRES ESTEBAN	Andrés Manzano	Andrés Manzano Designer	CADENA DE VALOR 4	whatsapp	2008	2012	dis.andresmanzano@gmail.com	999658815	indumentaria masculina	<a href="https://www.facebook.com/andresmanzano.designer">https://www.facebook.com/andresmanzano.designer</a>
60	MENESES BARSALLO ANA CAROLINA	Diseñadora Carolina Mene	Diseñadora Carolina Mene	CADENA DE VALOR 4	whatsapp	2007	2008	caromenezes62@hotmail.com	984048405	Ropa casual	<a href="https://www.facebook.com/carolinamenezes62">https://www.facebook.com/carolinamenezes62</a>
61	CELLERI ORDONEZ CINDY CECILIA	CC	CC Vestidos y accesorios	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2009	2011	cindy.celleri@icloud.com	99162091	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/CCvestidosyaccesorios">https://www.facebook.com/CCvestidosyaccesorios</a>
62	ARMIDOS VERA MARCOS LEONARDO	Chua Urbano Cuenca	Chua Urbano Cuenca	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2006	2020	marmijosvera@gmail.com	93939778	street wear	<a href="https://www.facebook.com/ChuaUrbanoCuenca">https://www.facebook.com/ChuaUrbanoCuenca</a>
63	ARIAS GALLEGOS DANNY NICOLAS	Danny Arias	Danny Arias Menswear	CADENA DE VALOR 4	whatsapp	2009	2009	dannyarias@gmail.com	999632049	modern menswear	<a href="https://www.facebook.com/dannyariascc">https://www.facebook.com/dannyariascc</a>
64	PETROFF MONTESINOS ADRIANA	Nono	Nono	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2010	2010	nonomoda@outlook.com	98374785	Ropa casual nacional e internacional	<a href="https://www.facebook.com/ESTILONONO">https://www.facebook.com/ESTILONONO</a>
65	VASQUEZ ALACRCON EVELYN FERNANDA	My Sister	My Sister	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2009	2020	evalfernandasvazquez@gmail.com	998260718	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/My-Sister-Esenciales-132331118313781/">https://www.facebook.com/My-Sister-Esenciales-132331118313781/</a>
66	VERA LITUMA DOLORES FERNANDA	Fervelit	Fervelit	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2012	2013	fervelit@hotmail.com	985197892	Productos artesanales	<a href="https://www.facebook.com/fervelit02/">https://www.facebook.com/fervelit02/</a>
67	ROMERO ZEAS FREDDY PATRICIO	FRZ couture	FRZ couture	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2008	2007	freddy.fabonidesing@hotmail.com	982972373	indumentaria femenina y masculina	<a href="https://www.facebook.com/freddy.be.3">https://www.facebook.com/freddy.be.3</a>
68	GONZALEZ CABRERA GABRIELA PAOLA	Estudio de moda Gabriela	Estudio de moda Gabriela Gonzales	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2006	2007	gabrielagz.ventas@gmail.com	987670930	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/Gabriela-Gonzalez-773008026102723">https://www.facebook.com/Gabriela-Gonzalez-773008026102723</a>
69	MOLINA PERALTA MARIA VERONICA	Garasa	Garasa Ilustracion texti	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2005	2011	garasa.disenio@gmail.com	999936392	ilustracion textil	<a href="https://www.facebook.com/Garasa-Ilustración-textil-399410023479984">https://www.facebook.com/Garasa-Ilustración-textil-399410023479984</a>
70	MACHADO SEGARRA PAOLA ANDREA	Gemely's	Gemely's	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2006	1990	paolamachadogm@hotmail.com	995334497	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/Gemelystiendaferoga">https://www.facebook.com/Gemelystiendaferoga</a>
71	MARTINEZ PALACIOS MARIA DE LOURDES	Lula	Lula Martinez	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2007	2015	lulamartinez7@hotmail.com	998766858	diseño de moda femenina	<a href="https://www.facebook.com/LulaMartinezModa">https://www.facebook.com/LulaMartinezModa</a>
72	NAVARRETE CALDERON MARIA PAZ	Ser	Distritex	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2010	2011	paolnavarrete@gmail.com	982751138	Ropa casual	<a href="https://www.facebook.com/mapy.navarrete">https://www.facebook.com/mapy.navarrete</a>
73	AZÚA CABRERA MARIA PAZ	JA //María José Azúa	JA //María José Azúa	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2012	2012	mariasaz_91@hotmail.com	982970059	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/mariasajose.azucabrera">https://www.facebook.com/mariasajose.azucabrera</a>
74	MANCHENO MOSCOSO JASMINA PATRICIA	Mina mancheno	Mina accesorios	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2006	2006	mina_mancheno@hotmail.com	984882047	accesorios	<a href="https://www.facebook.com/Mina-Mancheno-162067630574251">https://www.facebook.com/Mina-Mancheno-162067630574251</a>
75	RUIZ CASTILLO PAMELA ELIZABETH	Pamela Ruiz	Pamela Ruiz	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2012	2014	pamela_ruiz@yahoo.com	987739955	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/PamelaRuizTextil/">https://www.facebook.com/PamelaRuizTextil/</a>
76	SUAREZ AVILA PAUL ABIMAE	Abimael Avila	Abimael Avila	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2011	2018	paulsuarez04@gmail.com	982580347	indumentaria femenina y masculina	<a href="https://www.facebook.com/paul.suarez.9">https://www.facebook.com/paul.suarez.9</a>
77	FERNANDEZ RAMON SANDRA MARCELA	Sandra Fernandez	Sandra Fernandez	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2001	2016	sandra.fernandez-sp@hotmail.com	979001655	Ropa casual	<a href="https://www.facebook.com/sandra.fernandez.549">https://www.facebook.com/sandra.fernandez.549</a>
78	SALGADO HOLGUIN PAUL ANTONIO	Tienda de diseño Surreal	Tienda de diseño Surreal	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2001	2005	paulsalgado3@gmail.com	984781344	tienda de diseño	<a href="https://www.facebook.com/surrealstiendademoda">https://www.facebook.com/surrealstiendademoda</a>
79	CARRASCO AGREDO CLARA YOLIMA	Yolima Carrasco Galeria	Yolima Carrasco Galeria	CADENA DE VALOR 4	messenger (FACEBOOK)	2011	2010	yolimacarrascoagredo@gmail.com	992580503	calzado cuero	<a href="https://www.facebook.com/yolimacarrascogaleria">https://www.facebook.com/yolimacarrascogaleria</a>
80	CUEVA ABAD PEDRO JOSE	Peter Cave	Peter Cave Fashion Studio	CADENA DE VALOR 4	whatsapp	2010	2010	peivcava3@gmail.com	992890980	indumentaria masculina	<a href="https://www.instagram.com/petercave_fv/">https://www.instagram.com/petercave_fv/</a>

Tabla 10. Base de datos diseñadores textil y moda.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

81	CABERA TATIANA MONSERRATH	Titi Lamons	Titi Lamons	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2018	2020	taty_mcu1404@hotmail.com	987837944	diseño de moda femenina	<a href="https://www.facebook.com/titi.lamons.1">https://www.facebook.com/titi.lamons.1</a>
82	CHUMBI RIVERA KARLA VIVIANA	Vivian estudio de moda	Vivian estudio de moda	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2016	2017	karlahb21@gmail.com	982721643	Taller & Estudio de Moda	<a href="https://www.facebook.com/Vivian-Estudio-de-Moda-361200097838048">https://www.facebook.com/Vivian-Estudio-de-Moda-361200097838048</a>
83	BORRERO ISABEL	Yana estudio creativo	Yana estudio creativo	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2013	2015	discreativo@gmail.com	994809132	YANA es un estudio creativo,	<a href="https://www.facebook.com/YANAestudiocreativo">https://www.facebook.com/YANAestudiocreativo</a>
84	CARRASCO VASQUEZ MARIA EMILIA	Alba	Alba	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2020	2019	mili97cv@gmail.com	93973896	moda sostenible	<a href="https://www.instagram.com/alba_ec/">https://www.instagram.com/alba_ec/</a>
85	CAMACHO PAUTA MARIA ALICIA	Maria	Maria	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2017	2019	cam1994.ec@gmail.com	984538454	Ropa casual de mujer	<a href="https://www.instagram.com/alicia_c94/">https://www.instagram.com/alicia_c94/</a>
86	REINOSO MURILLO VERONICA	Arte bello	Arte bello	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2012	2019	veronitroso.mil@gmail.com	979215265	artesanias manuales'	<a href="https://www.instagram.com/artebello/">https://www.instagram.com/artebello/</a>
87	TOLEDO GARZÓN JUAN ANDRÉS	Doucher	Doucher EC	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2018	2020	disantolodo@gmail.com	984822211	Diseños exclusivos en telas y prendas, realizados me	<a href="https://www.instagram.com/doucher.ec/">https://www.instagram.com/doucher.ec/</a>
88	SAQUISILI REYES ARIANA LORENA	FUNDORA	FUNDORA	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2020	2021	arianasaquisili@gmail.com	998658111	creamos prendas atemporales con cultura de empoderamiento, sustentabilidad y transparencia.	<a href="https://www.instagram.com/fundora_ec/">https://www.instagram.com/fundora_ec/</a>
89	VARGAS SILVA SOFIA ISABEL	Larga Vida	Larga Vida	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2018	2020	sofi-vargas@hotmail.com	988953582	ropa de segunda mano	<a href="https://www.instagram.com/largavida_ec/">https://www.instagram.com/largavida_ec/</a>
90	CEDILLO VERA MARCELA IRLANDA	Jacor	Marcela Atelier	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2012	2015	marcela1988@gmail.com	999523721	Diseño textil & moda , Asesoría de Imagen Makeup	<a href="https://www.instagram.com/marcela_ca/">https://www.instagram.com/marcela_ca/</a>
91	ANDRADE GARCÍA MARIA CECILIA	Maria Cecilia Andrade Desi	Maria Cecilia Andrade Design	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2018	2016	mariacecilia2694@gmail.com	994157424	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.instagram.com/mariaceciliaandradedesig/">https://www.instagram.com/mariaceciliaandradedesig/</a>
92	MORENO SARMIETO MARIA BERNARDA	Marrone	Marrone	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2014	2013	ber.moreno@hotmail.com	984927642	capuchas, jogger, camisetas y vestidos personalizados	<a href="https://www.instagram.com/marrone_bermimoceno/">https://www.instagram.com/marrone_bermimoceno/</a>
93	CARRION CHIMBO JESSICA JIMENA	@by menna	@by menna	CADENA DE VALOR 5	messenger (FACEBOOK)	2017	2020	mennacarrion@gmail.com	987968175	taller textil	<a href="https://www.instagram.com/menna_ec/">https://www.instagram.com/menna_ec/</a>
94	CARRION VIDAL MARIA CARIDAD	Morada	Morada	CADENA DE VALOR 5	whatsapp	2018	2021	caridadcarrionvidal@gmail.com	987053779	Ropa confeccionada con tejidos responsables	<a href="https://www.instagram.com/morada_ec/">https://www.instagram.com/morada_ec/</a>
95	GALARZA QUEZADA MARIA SOLEDAD	Morena	Morena	CADENA DE VALOR 5	whatsapp	2017	2020	soledad_95galarza@hotmail.com	982809493	Indumentaria Formal, Casual, Urbano Chic	<a href="https://www.instagram.com/morenaabyg/">https://www.instagram.com/morenaabyg/</a>
96	AVENDAÑO MEJIA TATIANA	OlaRosa	OlaRosa	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2016	2017	tatiana.aven4@gmail.com	997409944	bikinis	<a href="https://www.instagram.com/olarosa_ec/">https://www.instagram.com/olarosa_ec/</a>
97	TORRES ALVES KAREN	Sirana	Sirana	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2015	2017	ktorresalves@hotmail.com	997308020	pijamas y ropa comfy	<a href="https://www.instagram.com/sirana_ec/">https://www.instagram.com/sirana_ec/</a>
98	GALARZA CASTRO DAYRA MAGALY	Siul	Siul Dayra Galarza	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2017	2018	d-eyramag16@hotmail.com	986190361	Indumentaria Formal, Casual, Urbano Chic	<a href="https://www.instagram.com/siul_dg/">https://www.instagram.com/siul_dg/</a>
99	MOSCOSO OCHOA MARIA PAZ	UNAPAZREAL	UNAPAZREAL	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2017	2018	maparmoscoso@gmail.com	13609148786	Te ayudo a crear tu propia linea de indumen	<a href="https://www.instagram.com/unapazreal/">https://www.instagram.com/unapazreal/</a>
100	PEÑA ANGELA	Venci	Venci	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2020	2019	angelapenas04@gmail.com	983118980	indumentaria femenina y accesorios	<a href="https://www.instagram.com/venci_/">https://www.instagram.com/venci_/</a>
101	RAMIREZ PIEDRA SONIA	Woment	Woment	CADENA DE VALOR 5	mail y messenger	2016	2020	soleyramirez_didemoda@hotmail.com	969918002	indumentaria casual femenina	<a href="https://www.instagram.com/woment_ec/">https://www.instagram.com/woment_ec/</a>

Tabla 11. Base de datos diseñadores textil y moda.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

102	CORTÉS SILVA DIANA CAROLINA	Mangostina	Mangostina	CADENA DE VALOR 6	mail and messenger	2014	2012	dicortese8@gmail.com	987893780	pijameria y ropa de playa	<a href="https://www.facebook.com/mangostina.ec">https://www.facebook.com/mangostina.ec</a>
103	ALTAMIRANO TENE MARÍA PAZ	Marial	Marial Estudio de Moda	CADENA DE VALOR 6	mail and messenger	2017	2019	mariazpaz1095@yahoo.com	984546318	Ropa casual	<a href="https://www.facebook.com/Marial-estudio-de-moda-102864861177539/">https://www.facebook.com/Marial-estudio-de-moda-102864861177539/</a>
104	VELE CAYMAYO MARITIZA ANGÉLICA	Marbetex	Marbetex	CADENA DE VALOR 6	mail and messenger	2017	2020	angelicavele1992@gmail.com	997499817	uniformes	<a href="https://www.facebook.com/maritzasangelica.vele">https://www.facebook.com/maritzasangelica.vele</a>
105	SANCHEZ LLANOS MAURA LISETH	Maura Sánchez	Maura Sánchez	CADENA DE VALOR 6	whatsapp	2020	2020	maurasanchezli@gmail.com	967982748	indumentaria femenina y tejidos	<a href="https://www.facebook.com/mauradesigner">https://www.facebook.com/mauradesigner</a>
106	RODRIGUEZ MARIA JOSE	Mjrodriguez atelier	Mjrodriguez atelier	CADENA DE VALOR 6	whatsapp	2020	2020	mjrodriguez_atelier@outlook.com	987319676	Marca sostenible que trabaja con la incorporación de técnicas ancestrales como el tejido a mano	<a href="https://www.facebook.com/mjrodriguez.atelier">https://www.facebook.com/mjrodriguez.atelier</a>
107	PAZMIÑO MARTÍNEZ MARÍA VERÓNICA	MV art custom	MV art custom	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2017	2020	mvarcustom@gmail.com	998653648	Ropa casual y deportiva de mujer	<a href="https://www.facebook.com/mvartcustom">https://www.facebook.com/mvartcustom</a>
108	MERCHAN ARCE NINOSKA FERNANDA	NINO ESTUDIO	NINO ESTUDIO	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2020	2020	ninos2198@gmail.com	992785562	NINO es una marca de diseño de autor que explora la moda tecnológica, mezclando técnicas	<a href="https://www.facebook.com/NINO-110816694083557">https://www.facebook.com/NINO-110816694083557</a>
109	AVILA BUSTAMANTE OSCAR PAUL	JOB	JOB	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2020	2018	oscaravilabustamante@gmail.com	987938155	indumentaria casual de hombre	<a href="https://www.facebook.com/oscar.abortybuavilo">https://www.facebook.com/oscar.abortybuavilo</a>
110	GUERRERO SINCHI JENNY PATRICIA	Diseño y Moda M Shanto	Shanto	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2018	2019	ENGHY10@hotmail.com	999631229	indumentaria femenina y masculina	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100000421649007">https://www.facebook.com/profile.php?id=100000421649007</a>
111	GALINDO LISSETH	N/N	N/N	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2011	2015	lania.galindo@ucuenca.edu.ec	984903602	indumentaria femenina y accesorios	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100004760147677">https://www.facebook.com/profile.php?id=100004760147677</a>
112	VINTIMILLA ROVALINO MARÍA BELÉN	Relevé Pirouette	Relevé Pirouette	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2016	2019	relevepirouette.ec@gmail.com	984642349	tienda online de ropa y accesorios para Ballet	<a href="https://www.facebook.com/RelevePirouetteCuenca">https://www.facebook.com/RelevePirouetteCuenca</a>
113	AREVALO MALDONADO ERIKA ROCÍO	Calzados Rosio Armal	Rocio Armal Calzature	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2016	2020	armal_66@hotmail.com	961998500	zapatería	<a href="https://www.facebook.com/Rocio-Armal-152669415629299">https://www.facebook.com/Rocio-Armal-152669415629299</a>
114	MUÑOZ ÁLVAREZ FERNANDA	Save the Date Accesorios	Save the Date Accesorios para Bodas	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2013	2015	fernandanz2@hotmail.com	991832512	creamos los más hermosos accesorios para tu boda: Ligas, almohadas para aros, coronas de flores, azares para novios	<a href="https://www.facebook.com/savethedatecuenca">https://www.facebook.com/savethedatecuenca</a>
115	COOPER PESÁNTEZ MICHELLE RUTH	Shela Cooper	sc by shela / Husky	CADENA DE VALOR 6	whatsapp	2009	2009	shelacooper24@gmail.com	992634110	usa la cultura, el tejido, tendencias, confort y originalidad	<a href="https://www.facebook.com/schylshelacooper">https://www.facebook.com/schylshelacooper</a>
116	SEGARRA SEBASTIAN	SEBASTIAN SEGARRA	SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2020	2013	segarrasebastian@gmail.com	987212265	Ternos, pantalones, camisas, camisetitas, corbatas y accesorios	<a href="https://www.facebook.com/sebastiansegarradesign">https://www.facebook.com/sebastiansegarradesign</a>
117	MARQUEZ TAPIA SHEILA CRUSKAYA	Sheila Market	Sheila Marquez	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2018	2020	soli-vargas@hotmail.com	988953582	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/sheilita.marquez">https://www.facebook.com/sheilita.marquez</a>
118	BURGILES ORTIZ JENNYFER TATIANA	Tagi Atelier de Moda	Tagi Atelier de Moda	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2020	2020	taturgiles12@gmail.com	995334207	indumentaria femenina y vestidos de ocasión	<a href="https://www.facebook.com/Tagi%3AAD-104999861387243">https://www.facebook.com/Tagi%3AAD-104999861387243</a>
119	ZENTENO VASQUEZ GEOVANNA ALEJANDRA	Tarantini	Tarantini productos publicitarios	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2016	2019	tarantini499@gmail.com	996689870	Impresión de productos publicitarios	<a href="https://www.facebook.com/tarantini.ec">https://www.facebook.com/tarantini.ec</a>
120	VILLALTA MOLINA FERNANDA ESTEFANÍA	BRENA	BRENA	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2016	2017	teffvillalta@gmail.com	998689870	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/teff.villalta/about_details">https://www.facebook.com/teff.villalta/about_details</a>
121	TATIANA BURBANO	TB	TB	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2016	2017	mburbano_93@hotmail.com	987830591	Diseños exclusivos y a medida Vestidos de novia/ trajes	<a href="https://www.facebook.com/tbit.t">https://www.facebook.com/tbit.t</a>
122	VÁZQUEZ SEGARRA ESTEFANÍA	Estefanía Vázquez	Estefanía Vázquez	CADENA DE VALOR 6	messenger (FACEBOOK)	2015	2017	niavazart@gmail.com	998810259	Ropa casual de mujer	<a href="https://www.facebook.com/te.vazquez">https://www.facebook.com/te.vazquez</a>

Tabla 12. Base de datos diseñadores textil y moda.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

123	ABRIL ABRIL XIMENA BELÉN	Cereza&Kiwi	Cereza&Kiwi	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2019	2019	cerezakiwi@gmail.com	989577476	Atelier de indumentaria casual femenina	<a href="https://www.facebook.com/cerezaandkiwi">https://www.facebook.com/cerezaandkiwi</a>
124	POLO AGUILAR CLAUDIA ELIZABETH	Arte para el alma	Arte para el alma	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2007	2019	artoparaelalma.ec@gmail.com	983459101	Arte Terapia y Delicite de los sentidos, Relajación y bienestar	<a href="https://www.facebook.com/clauidiapoloco">https://www.facebook.com/clauidiapoloco</a>
125	MUÑOZ ZHUNIO DIANA CATALINA	Clave Comunicación visual	Clave Comunicación visual	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2013	2017	kikadian1@gmail.com	998133992	ilustración digital y manejo de redes	<a href="https://www.facebook.com/clave.comunicacionvisual">https://www.facebook.com/clave.comunicacionvisual</a>
126	BARROS CARDENAS CLAUDIA CRISTINA	Clodette	Clodette	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2018	2018	claudiabarrosardenas@gmail.com	983741512	marca de prendas de vestir para mujeres	<a href="https://www.facebook.com/clodetteec">https://www.facebook.com/clodetteec</a>
127	SANGURIMA MERCHÁN KARLA EVELIN	Coral minnt	Coral minnt	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2020	2020	kariasangurima3@gmail.com	959929600	Estudio de diseño	<a href="https://www.facebook.com/CoralMinnt">https://www.facebook.com/CoralMinnt</a>
128	ILLESCHAS MOGROVEJO MARÍA CRISTINA	Visenna	Visenna	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2013	2013	cristillescas@icloud.com	998647883	indumentaria femenina y accesorios	<a href="https://www.facebook.com/cristina.alyarez.92123">https://www.facebook.com/cristina.alyarez.92123</a>
129	CARTAGENA DANIELA JOHANNA BAXTER MOSCOSO EMILY JANE	Ceda	Ceda	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2017	2018	damiret22@hotmail.es	917658914471	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/dam.reinoso">https://www.facebook.com/dam.reinoso</a>
130	LLANGARI PINCHAO LIGIA ELENA	Vestidos de novia	Emily Baxter novias y ceremonia	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2014	2015	emilyjane.baxter@yahoo.com	992650579	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/emilybaxterm">https://www.facebook.com/emilybaxterm</a>
131	ENCALADA ORTIZ LISETH FABIOLA	Garipi Fashion Design	Garipi Fashion Desing	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2016	2020	helenaalangari2@gmail.com	991180297	ofrece diseño y confección de indumentaria, para damas y niños	<a href="https://www.facebook.com/garipi.fashion.design">https://www.facebook.com/garipi.fashion.design</a>
132	TAPIA BARZALLO PATRICIA VALERIA	LE. Fabrica de Vestidos	LE. Fabrica de Vestidos	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2015	2016	cohetexta@hotmail.com	983346948	vestidos de gala, novia, damas,	<a href="https://www.facebook.com/LE.FEstudiomoda">https://www.facebook.com/LE.FEstudiomoda</a>
133	MOSQUERA CEDILLO MARÍA ISABEL	INGENIA	INGENIA	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2016	2016	ingeniamodacc@gmail.com	979300057	Venta de productos (carteras, zapatos y accesorios)	<a href="https://www.facebook.com/ingeniamodacc">https://www.facebook.com/ingeniamodacc</a>
134	JHORDAN ANABELLE FRANCO ZAMORA	Iskay	Iskay tienda de diseño	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2016	2017	iskaydiseño@hotmail.com	986699223	Tienda de Diseño, indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/iskaytiendadediseño">https://www.facebook.com/iskaytiendadediseño</a>
135	RODAS LOJANO DAVID ANDRES	Jhordan Franco Fashion Designer	Jhordan Franco Fashion Designer	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2013	2016	francojhordan@gmail.com	983510298	Moda masculina	<a href="https://www.facebook.com/Jhordan-Franco-Fashion-Designer-112251270690692">https://www.facebook.com/Jhordan-Franco-Fashion-Designer-112251270690692</a>
136	ROJAS ZAPATA MARITZA FERNANDA	Kuro's Desing	Kuro's Desing	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2019	2018	kurodesing@gmail.com	987115051	Kuro's Desing es una empresa dirigida para todo público	<a href="https://www.facebook.com/kurodesing">https://www.facebook.com/kurodesing</a>
137	LEÓN HERAS KAREN MARIUXI	Lo-fs Closet	Lo-fs Closet	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2013	2011	info_lofscloset@gmail.com	983419939	Indumentaria Urbano-Casual & Formal	<a href="https://www.facebook.com/lofscloset">https://www.facebook.com/lofscloset</a>
138	CARDENAS VALERIA ARIEL	LUA	LuiIha	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2018	2018	lubbastore@hotmail.com	987795206	indumentaria femenina	<a href="https://www.facebook.com/LuiIha27">https://www.facebook.com/LuiIha27</a>
139	CARDENAS VALERIA ARIEL	Maku Artesanía	Maku Artesanía	CADENA DE VALOR 7	messenger (FACEBOOK)	2015	1974	makuartesania@gmail.com	993647141	Ropa confeccionada y bordada a mano	<a href="https://www.facebook.com/makuartesania">https://www.facebook.com/makuartesania</a>

Tabla 12. Base de datos diseñadores textil y moda.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

140	ENDERICA CORONEL ANDREA PAULINA	Runas	Runas	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2012	2016	ventas@amoresrunas.com	995779937	indumentaria canina	<a href="https://www.facebook.com/amoresrunas">https://www.facebook.com/amoresrunas</a>
141	AMPUERO PENA PABLO ANDRES	Ampuero	Ampuero indumentaria femenina	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2011	2011	ampuero.dm@gmail.com	99845836	Vestido de Ocasión	<a href="https://www.facebook.com/ampuero">https://www.facebook.com/ampuero</a>
142	CALLE LOZANO ANDREA BELÉN	Cáló	Cáló	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2017	2018	angaita7dg@gmail.com	963618295	Indumentaria Formal, Casual, Urbano Chic	<a href="https://www.facebook.com/andrecallosedesigner">https://www.facebook.com/andrecallosedesigner</a>
143	MEJÍA CARPIO SANTIAGO DAVID	Aprotex Azuay	Aprotex Azuay	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2018	2018	aprotexazuay@outlook.es	999790896	empresa dedicada a la confeccion de toda clase de p	<a href="https://www.facebook.com/aprotexazuay">https://www.facebook.com/aprotexazuay</a>
144	FARFÁN QUINTUÑA JUANA VALERIA	Juana Banana	Banana	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2017	2019	banana.disenov@gmail.com	983253720	Tienda de Diseño	<a href="https://www.facebook.com/Banana-2263774950341289/">https://www.facebook.com/Banana-2263774950341289/</a>
145	SAQUICELA CORDERO MARÍA ELISA	Bath Solutions	Bath Solutions	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2015	2020	elisaquicelacordero@gmail.com	987219058	Hacemos productos que toda mujer debería tener en	<a href="https://www.facebook.com/batholutions.ec">https://www.facebook.com/batholutions.ec</a>
146	AUCANCELA CARPIO BETSY AZUCENA	Betau	Betau	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2014	2014	betayac.1993@gmail.com	984496231	Betau Empresa de diseño e ilustración textil	<a href="https://www.facebook.com/BETAU-865822439903178">https://www.facebook.com/BETAU-865822439903178</a>
147	QUEZADA CANTOS SEBASTIAN ALEJANDRO	Bolson	Bolson bolsos y accesorios	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2009	2009	sebastianquezadacantos@gmail.com	993581759	Bolsos y accesorios	<a href="https://www.facebook.com/bolsoNacessorios">https://www.facebook.com/bolsoNacessorios</a>
148	FAJARDO LOJA MARIA ROSA	Glooc Seguridad	Glooc Seguridad	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2016	2015	mariafrose93@gmail.com	981163986	bordados y uniformes para instituciones de seguridad	<a href="https://www.facebook.com/BordadoDesign">https://www.facebook.com/BordadoDesign</a>
149	JOSELYN PAULETTE SÁNCHEZ PERALTA	Buoo textil	Buoo textil	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2015	2016	buootextil@gmail.com	968798975	Es una marca especializada en ropa casual masculina	<a href="https://www.facebook.com/buootextil">https://www.facebook.com/buootextil</a>
150	PAUTA COELLO DIANA CAMILA	Camila Pauta C	Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	CADENA DE VALOR 8	messenger (FACEBOOK)	2019	2020	camilapautac@gmail.com	983870618	Creatividad, inspiración & patrones	<a href="https://www.facebook.com/CamilaPautaC">https://www.facebook.com/CamilaPautaC</a>

**Tabla 10.** Base de datos diseñadores textil y moda.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos recolectados en la encuesta.

## 2.3 DEFINICIÓN CADENA DE VALOR

Para la elaboración de la cadena de valor se socializó conjuntamente con el tesista Cristian Sucuzhañai y la docente Silvia Zeas cuales son los procesos productivos y de comercialización que emplean los emprendimientos al momento de ser desarrollados, partiendo por conocer si los profesionales de la rama elaboran su propia materia prima, cuales son los procesos que emplean al momento de confeccionar una colección y diseño a medida, conocer cuales son sus medios de comercialización y difusión con la finalidad de consolidar la profesión en el medio local.

A continuación se muestra el modelo de la cadena de valor que se desarrollo para los 150 emprendimientos obtenidos en la encuesta previamente realizada, a través de la plataforma Illustrator se genero este diagrama que pretende ejemplificar los procesos productivos y de comercialización que los profesionales realizan, de esta manera se generaran las lógicas que predominan en cada uno de los procesos.



Plantilla elaborada por:  
 Silvia Zeas  
 Tatiana Guillén  
 Cristian Sucuzhañay  
 febrero - 2021

**Modelo cadena de valor**  
**Fuente:** Autoría de Cristian Sucuzhañay, Tatiana Guillen y Dis Silvia Zeas.

### 2.3.1 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA ENCONTRAR LAS LÓGICAS DE PRODUCCIÓN

La producción textil abarca la fabricación de ropa, piezas de vestir e incluso zapatos, y a lo largo de los años su labor se ha desarrollado tanto en fábricas textiles o en pequeños talleres para quienes lo realizan a menor escala, dentro del análisis previamente desarrollado para la ejecución de la cadena de valor se contemplo que dentro de la producción textil que componen

la industria son:

- *Obtención de materia prima*
- *Hilado*
- *Diseño de colección*
- *Técnicas y acabados textiles*

- *Fibra*
- *Tejeduría*
- *Diseño a medida*

### 2.3.2 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA ENCONTRAR LAS LÓGICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Uno de los principales objetivos de los emprendimientos que se desarrollan es poder comercializar sus productos ya sea a través de plataformas digitales como, Instagram, Facebook, entre otros como en negocios que cuentan con su espacio físico.

Las pequeñas empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, sin embargo no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena difusión de sus productos, por esta razón se consideró importante incluir dentro de la cadena de valor la difusión y comercialización

de los emprendimientos de esta manera conocer como los diseñadores textil y moda logran mostrar y a su vez vender los productos.

*Redes sociales: Facebook*  
*Instagram*  
*Tiktok*

*Venta por catálogo*  
*Página web*  
*Local propio*  
*Tienda de diseño*





# CAPÍTULO III

## 3.1 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1.1 RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se desarrollo una encuesta a través de google forms en donde se desglosa cada una de las preguntas de la cadena de valor previamente realizada, se pudo identificar cuales son las lógicas de producción y comercialización que

emplea cada uno de los diseñadores al momento de realizar su producto, la encuesta se realizó de manera digital a través del correo electrónico y WhatsApp de los diseñadores.

#### Proyecto de graduación

Buenos días estimado diseñador/a, mi nombre es Tatiana Guillen soy estudiante de la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, junto al equipo de investigación de la Doctoranda Silvia Zeas y el tesista Cristian Sucuzhañai nos encontramos realizando un proyecto de investigación que tiene como fin levantar datos sobre los procesos creativos y de producción de los emprendimientos en nuestra rama; con el fin de levantar datos que serán compartidos con instituciones públicas como el Departamento de Cultura, Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca para generar plataformas comerciales. Solicitamos así su colaboración con una encuesta corta sobre sus proceso de diseño. Agradecemos enormemente su colaboración.

**\*Obligatorio**

Nombre de su Emprendimiento \*

Tu respuesta

¿Elabora sus propias fibras ?

- SI
- NATURALES
- SINTETICAS
- NO ELABORA SUS PROPIAS FIBRAS

¿ELABORA SU PROPIA HILATURA?

- SI
- HILATURA NACIONAL
- HILATURA INTERNACIONAL
- NO ELABORA SU PROPIA HILATURA

TEJEDURIA

- PRODUCCIÓN DE TEJIDOS
- TEJIDO PLANO
- TEJIDO DE PUNTO
- COMPRA BASE TEXTIL
- T PLANO
- T PUNTO

MASCAR LAS TÉCNICAS O ACABADOS TEXTILES QUE UTILIZA

- SUBLIMADO
- TINTURADO
- BORDADO
- APLIQUES
- PLIZADO
- ENCARRUJADO
- OTRO

PASOS PARA SU DISEÑO DE COLECCIÓN (MARCAR LOS QUE REALIZA)

- CONCEPTUALIZACIÓN
- MOODBOARD
- ANÁLISIS DE TENDENCIAS
- FICHAS TÉCNICAS
- PATRONAJE
- MODELADO MANIQUÍ
- CONCRECIÓN
- OTRO

**USTED POSEE**

- RISE
- RUC
- NO POSEE

**¿CUÁLES SON LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN QUE UTILIZA PARA PROMOCIONAR SU MARCA ?**

- REDES SOCIALES
- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- TIKTOK
- PÁGINA WEB
- CATALOGO
- OTRO

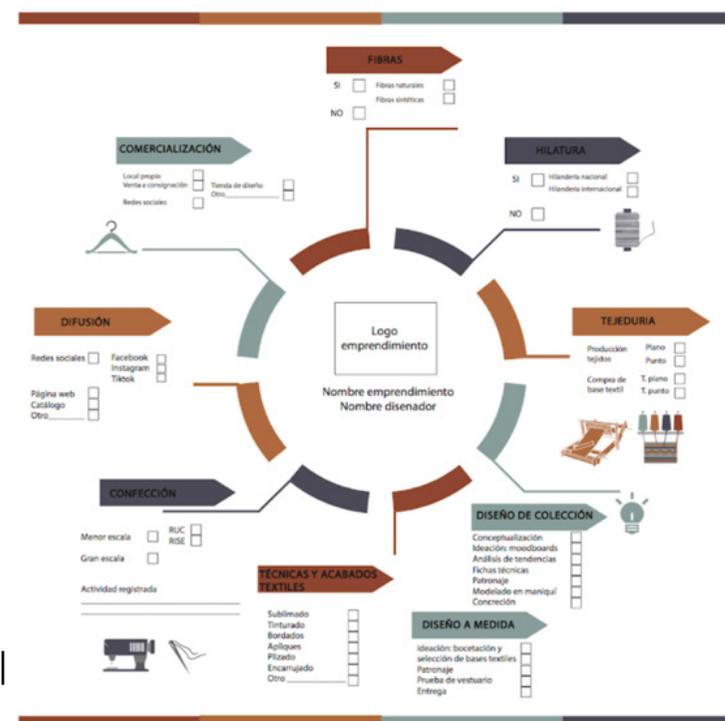
**¿ CUÁL ES EL MEDIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SU PRODUCTO ?**

- LOCAL PROPIO
- VENTA A CONSIGNACIÓN
- REDES SOCIALES
- TIENDA DE DISEÑO (VARIAS MARCAS)

**SI REALIZA DISEÑO A MEDIDA MARCAR LOS QUE REALIZA**

- BOCETACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS BASES TEXTILES
- PATRONAJE
- PRUEBAS DE VESTUARIO
- ENTREGA

**CADENA DE VALOR (LÓGICAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS)**

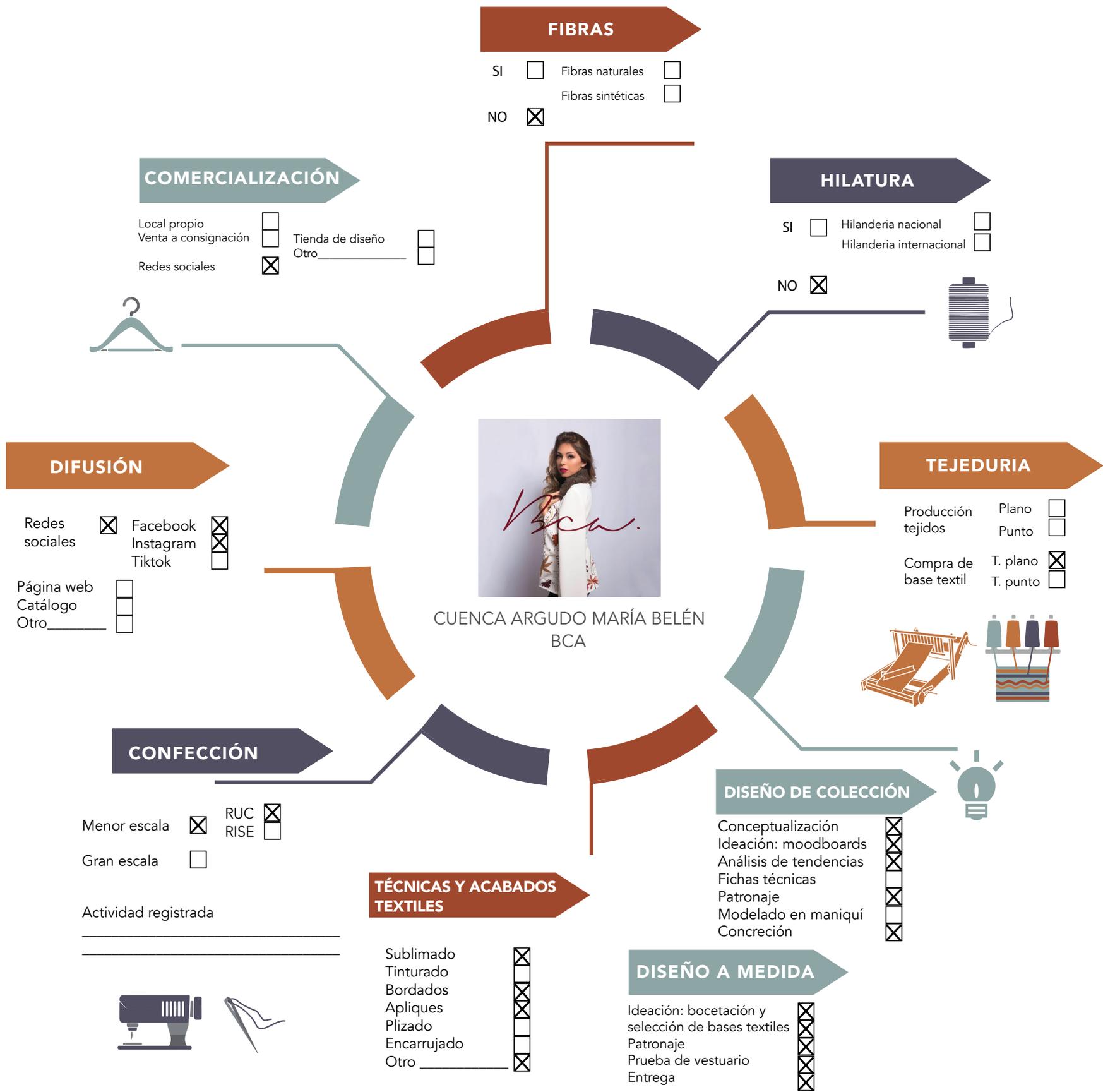


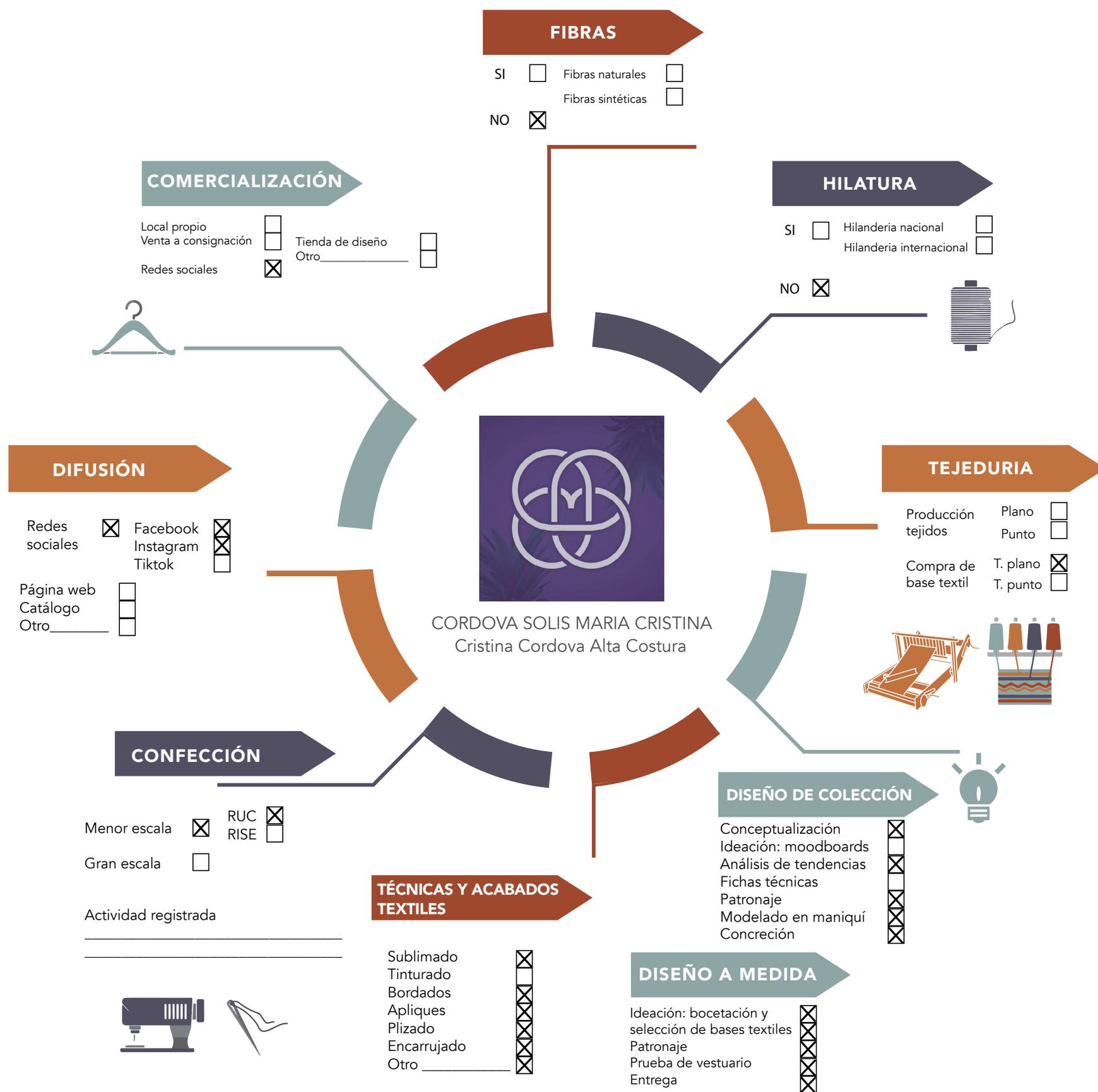
**Encuesta 2.** Cadena de Valor  
Fuente: Autoría Tatiana Guillen y Dis Silvia Zeas.

Para el desarrollo las tablas de porcentajes de las respuestas obtenidas en la encuesta previamente realizada, se desarrollo una plantilla en la plataforma de Excel en donde se dividieron las cadenas de valor para facilitar el orden por el cual los diseñadores textil y moda respondían la encuesta, a continuación se muestra la plantilla en la que se trabajaron las respuestas obtenidas de la cadena de valor. Se trabajo en diferentes hojas dentro del mismo documento de

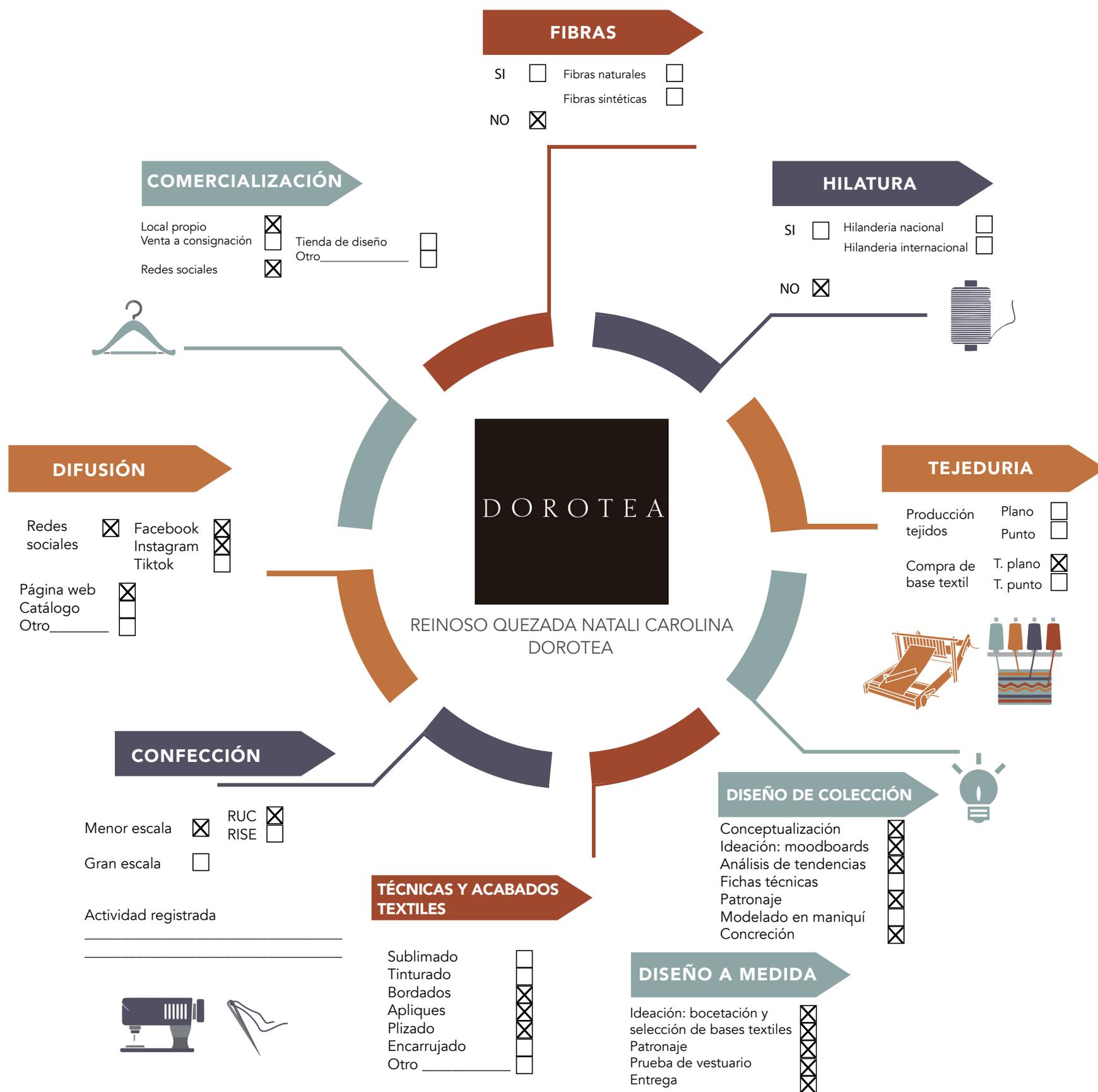
Excel en donde se fueron desglosando cada una de las preguntas de producción y comercialización que formaban parte de la cadena de valor elaborada conjuntamente con el tesista Cristian Sucuzhañay y la docente Silvia Zeas, que son llenadas de acuerdo a las respuestas que los diseñadores textil y moda han señalado dentro de la encuesta realizada en google forms previamente realizada, las tablas se encontraran en los anexos y a continuación las cadenas de valor respondidas por los diseñadores.

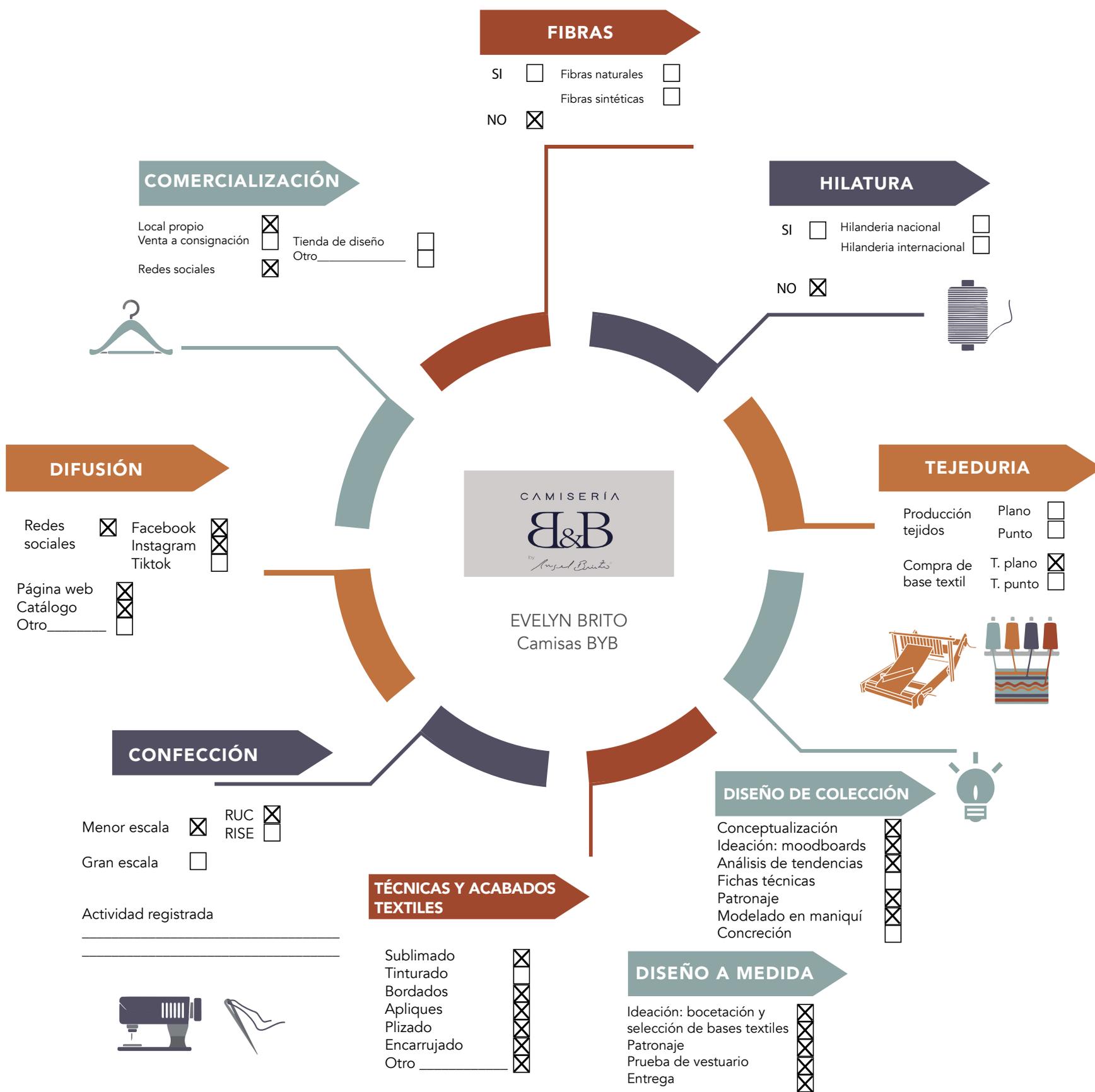


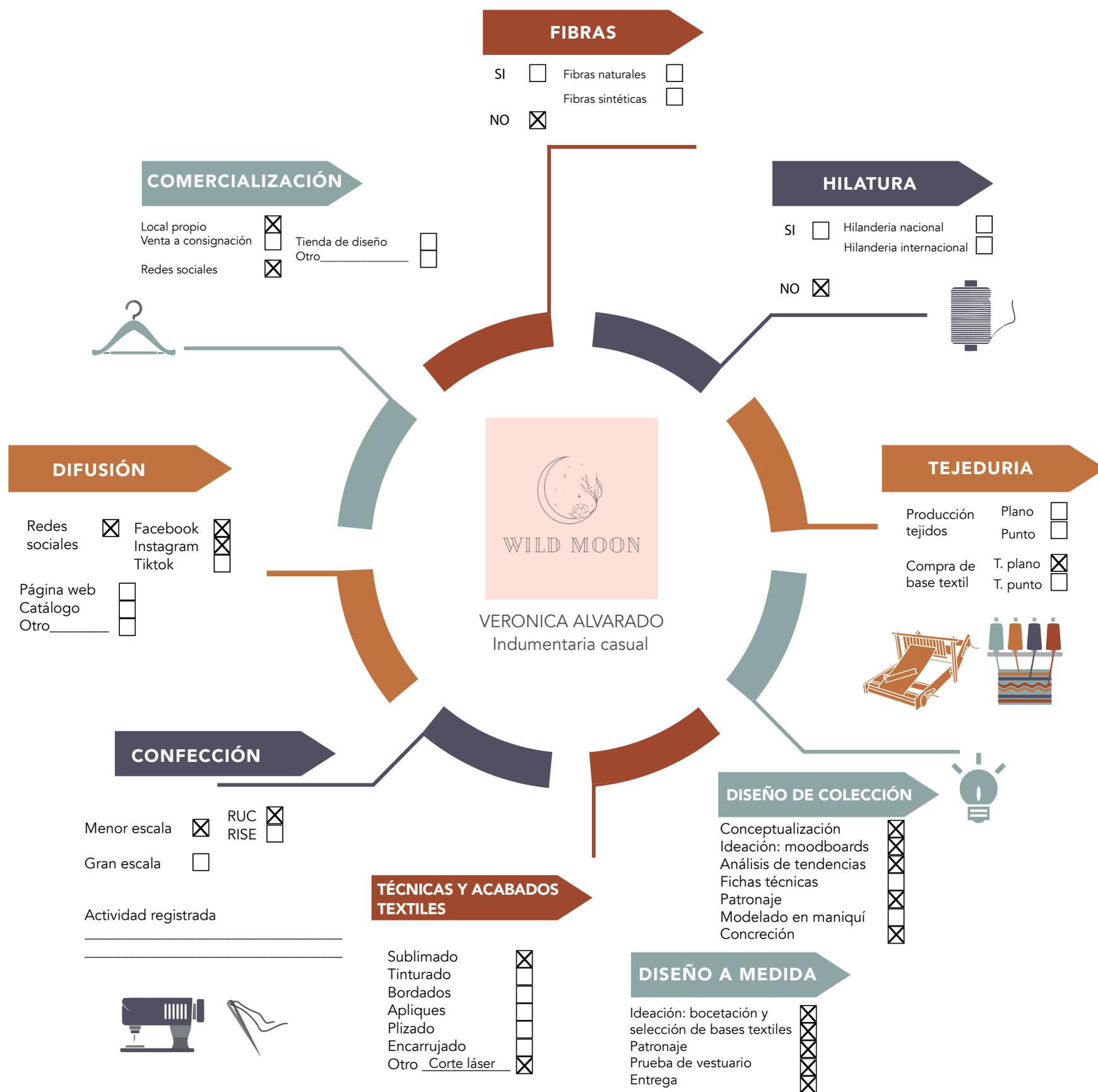


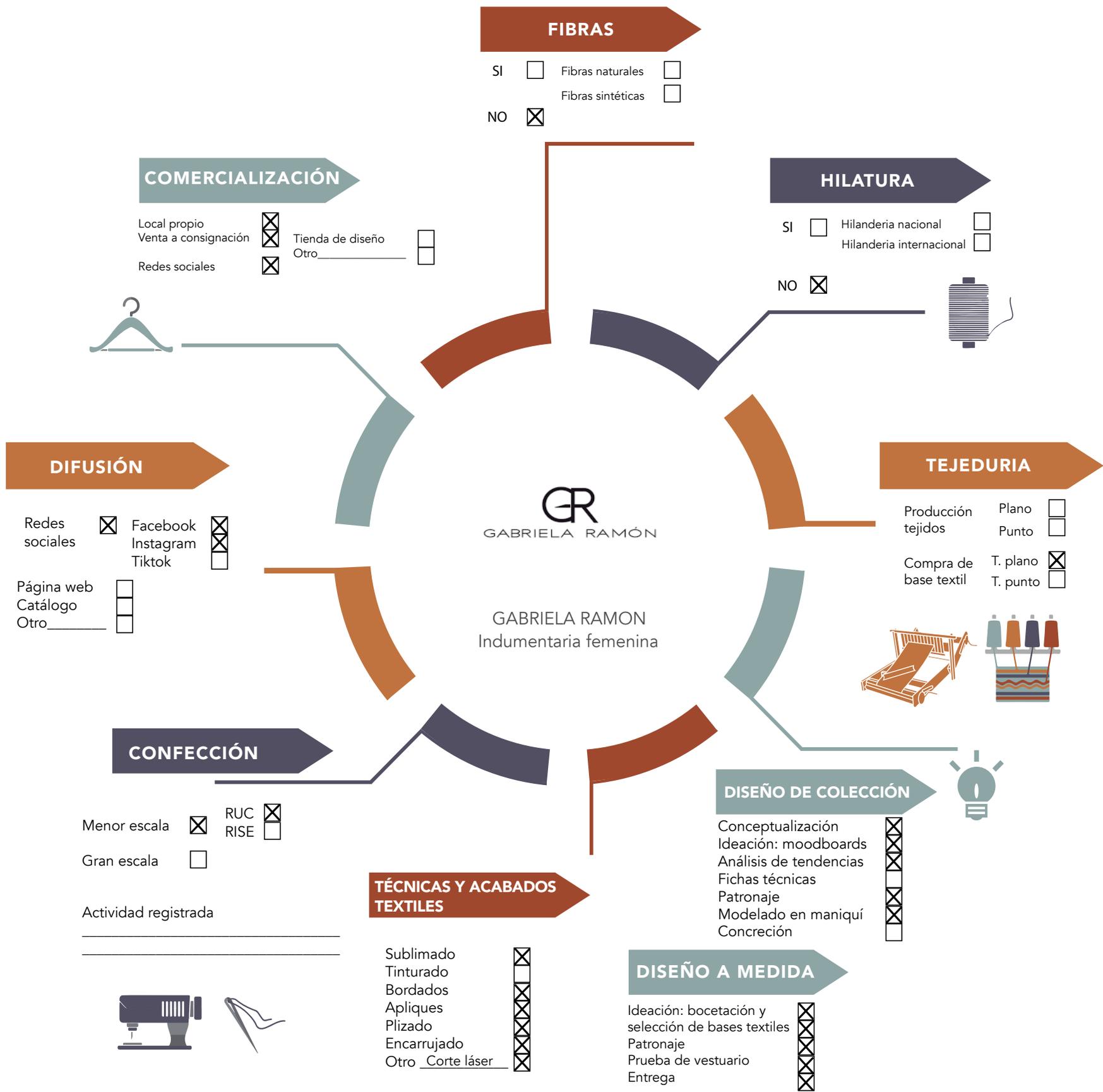


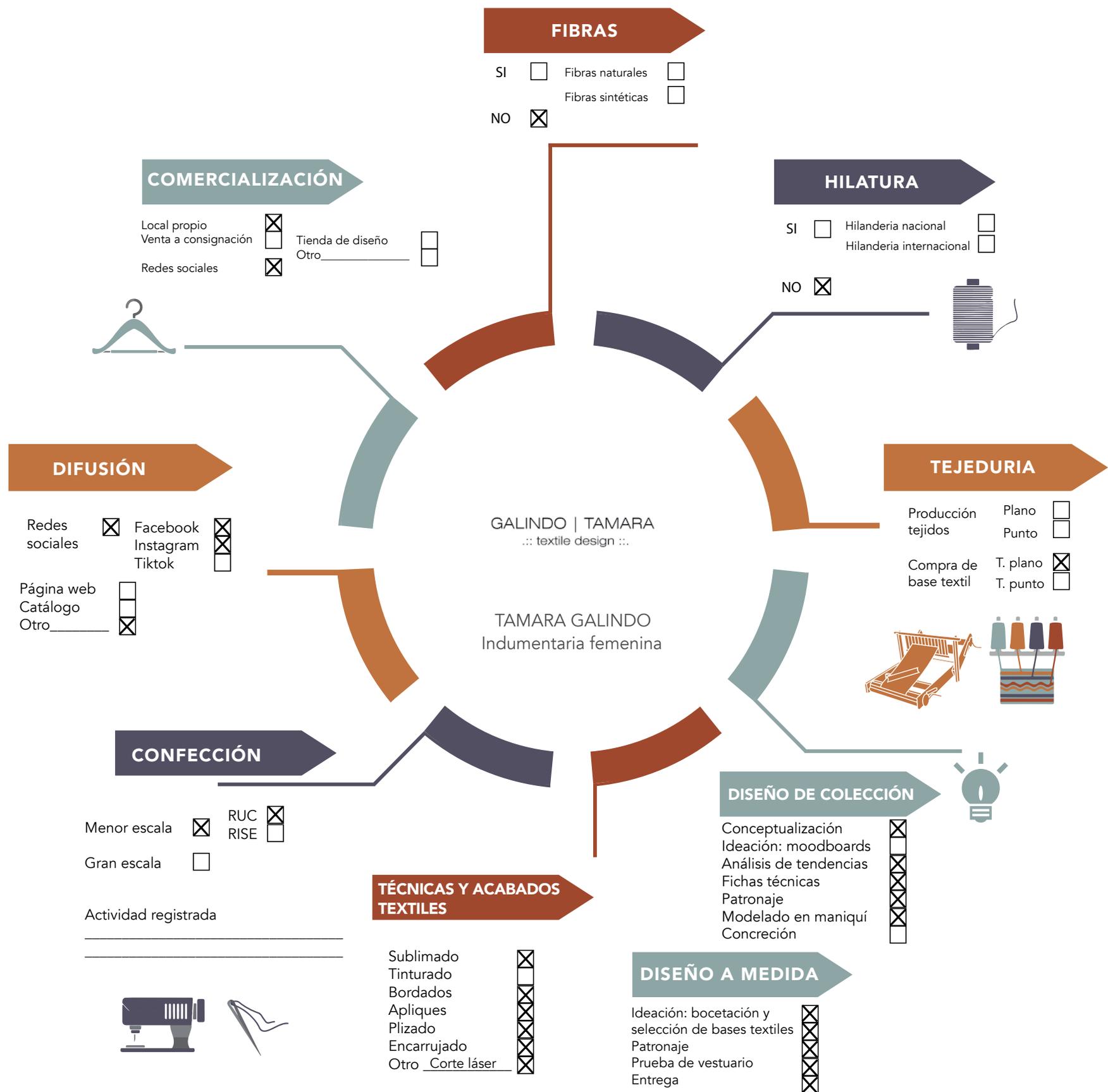


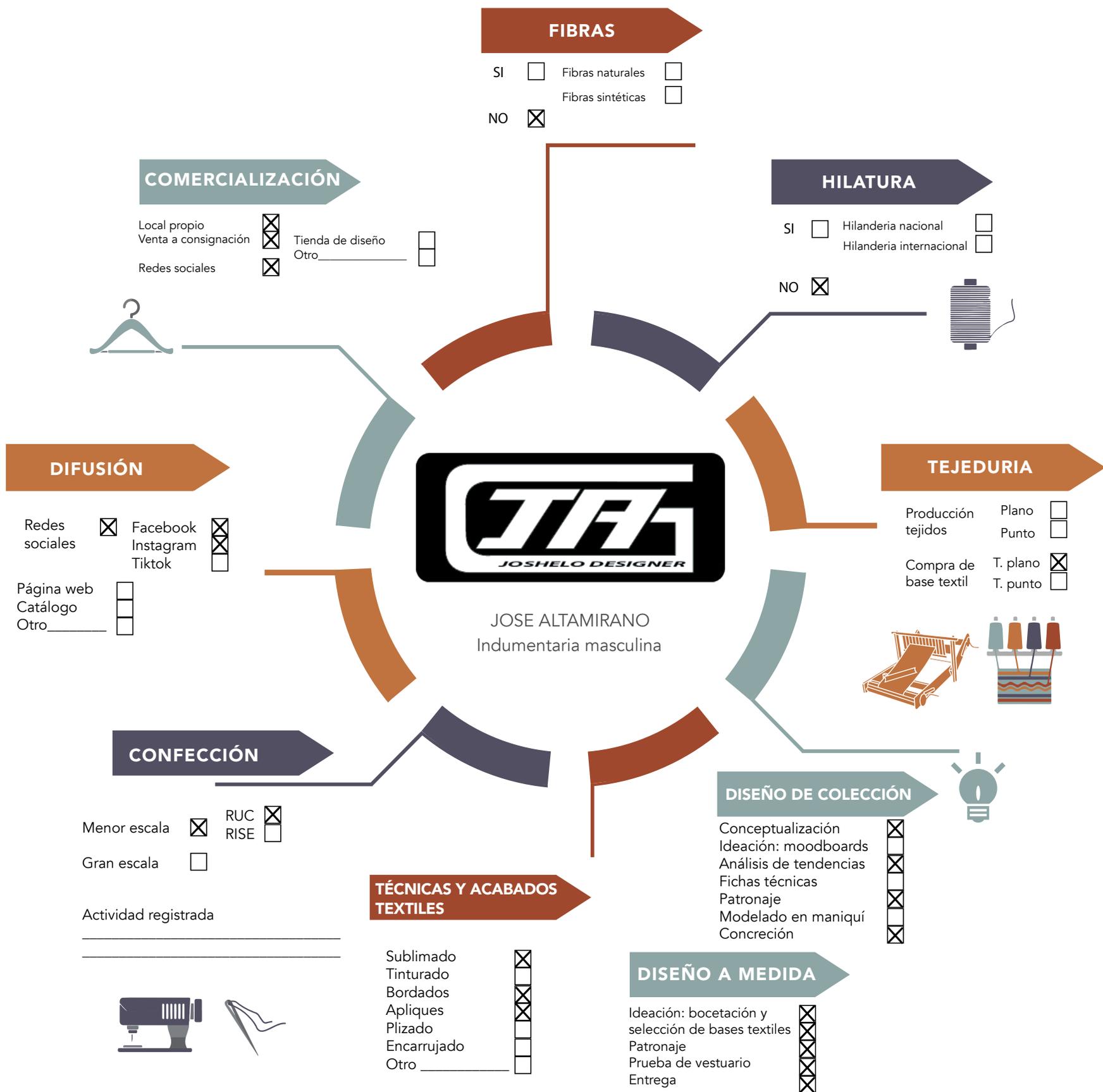


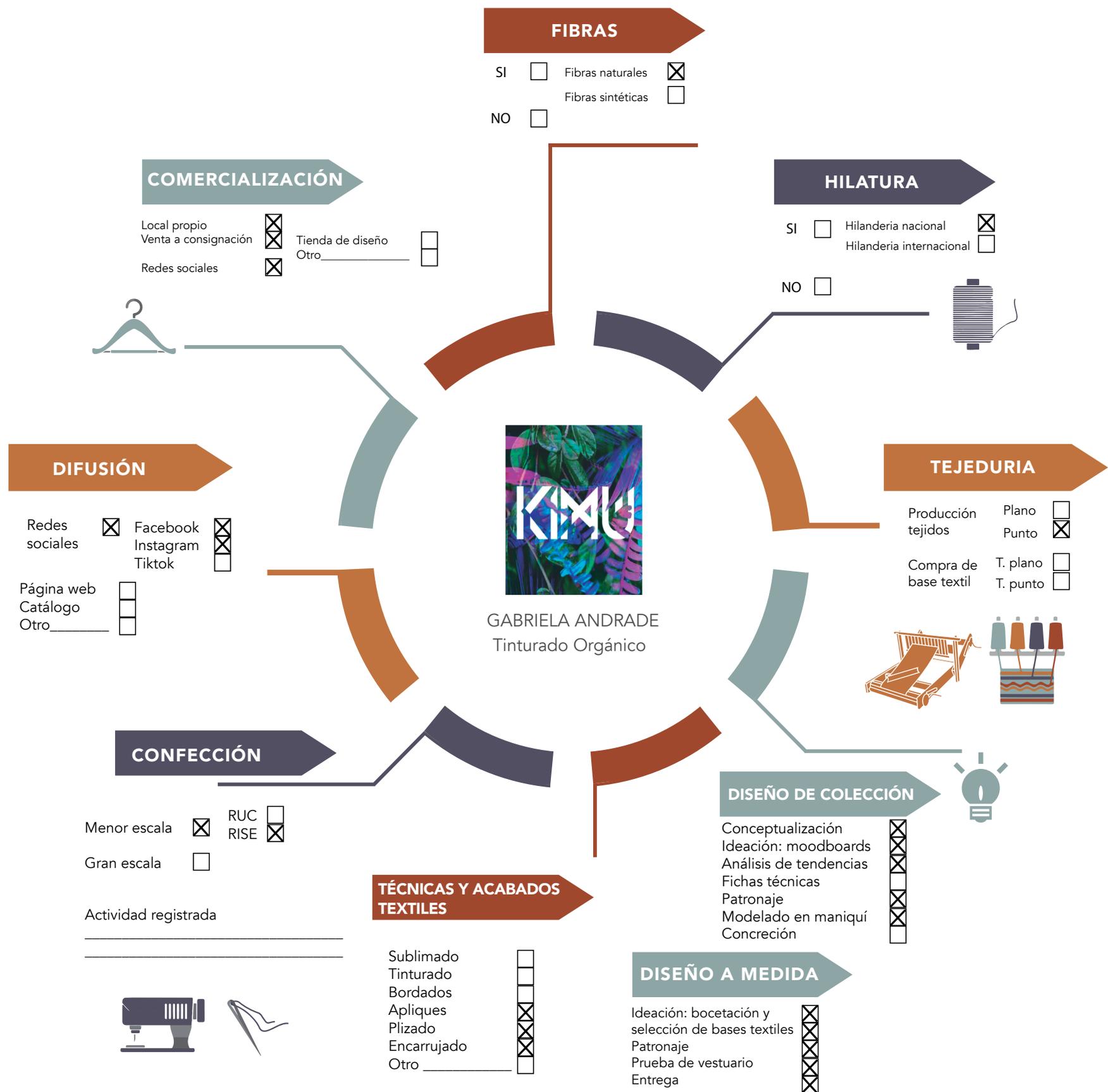


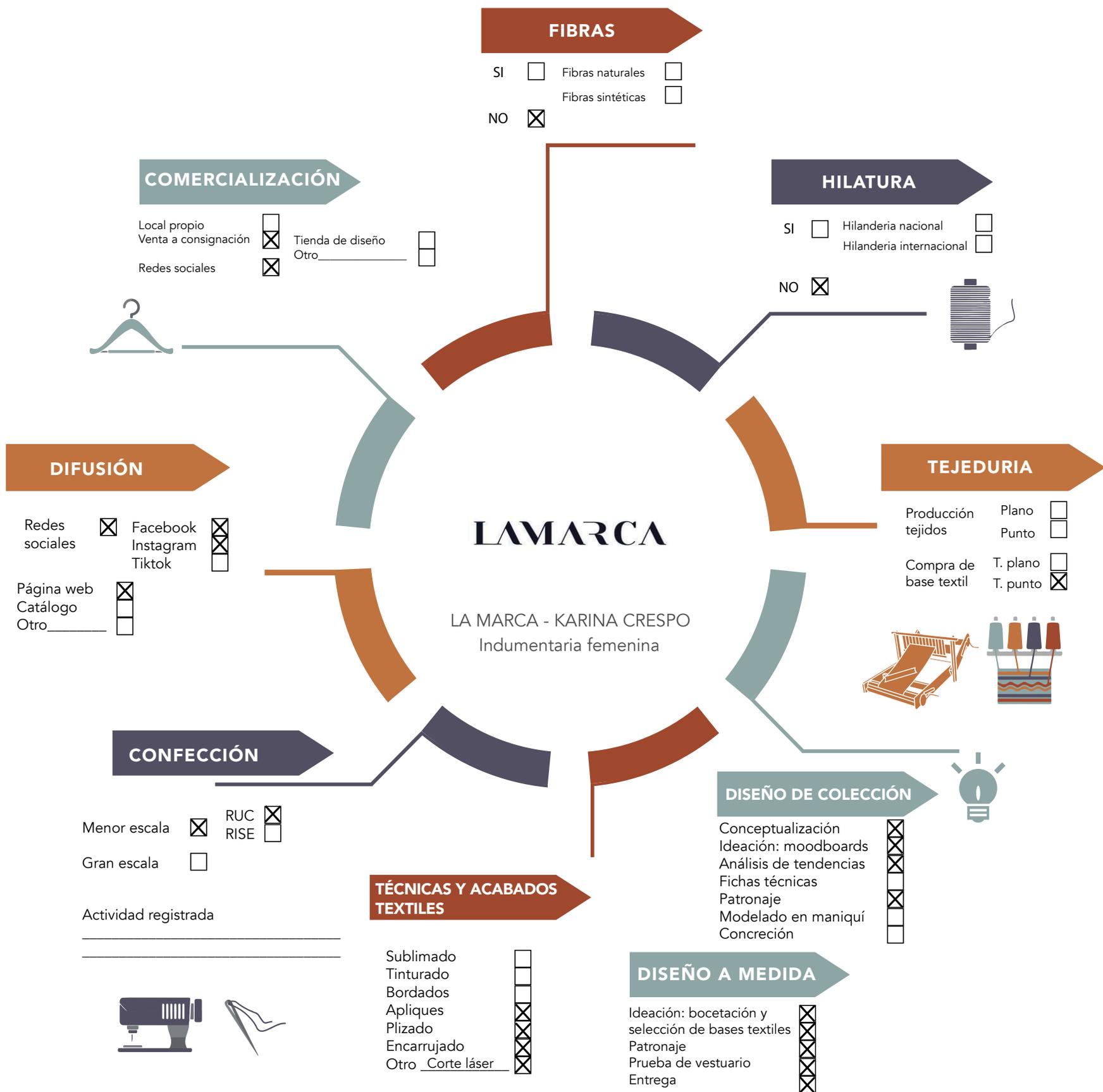




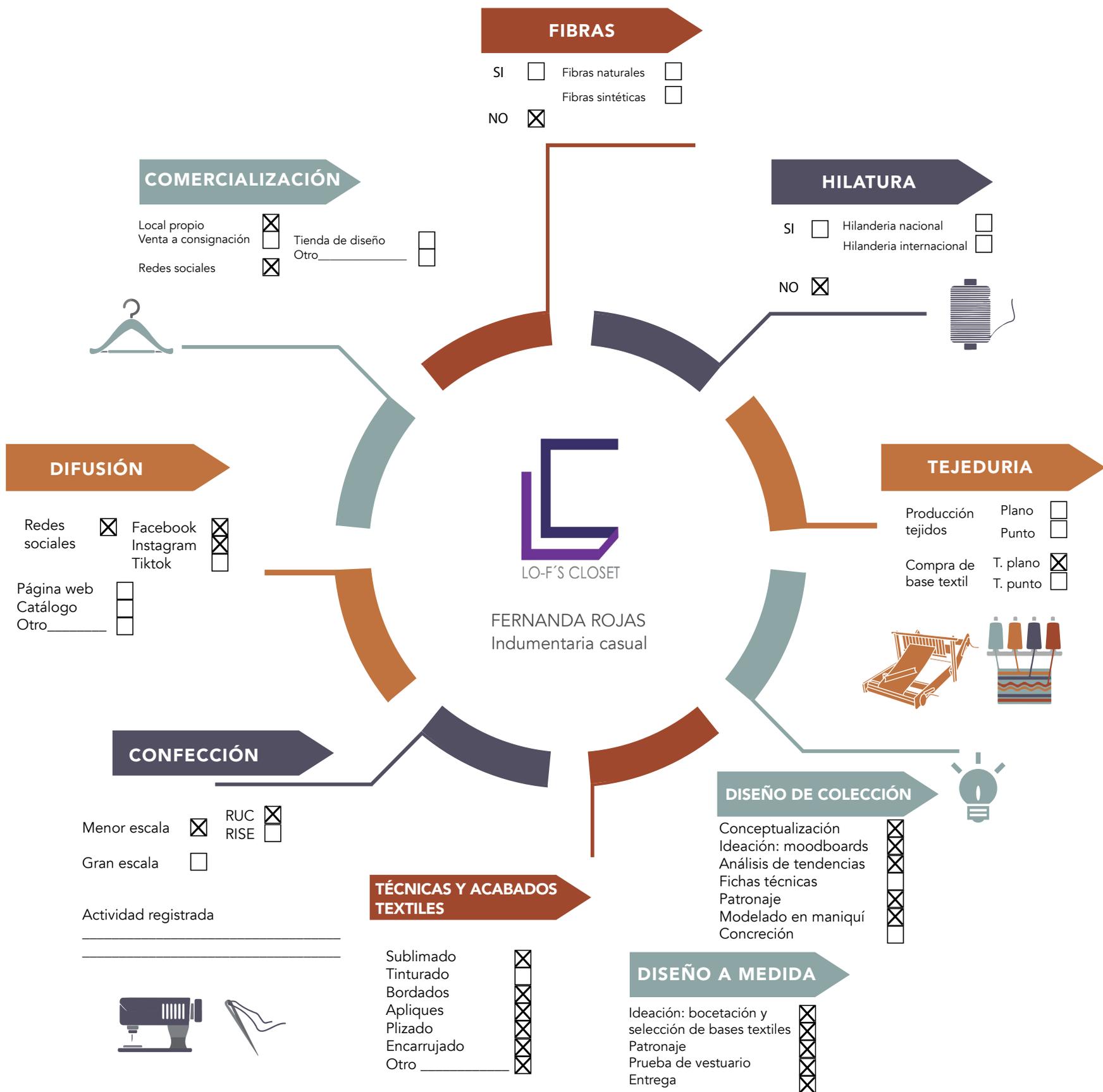


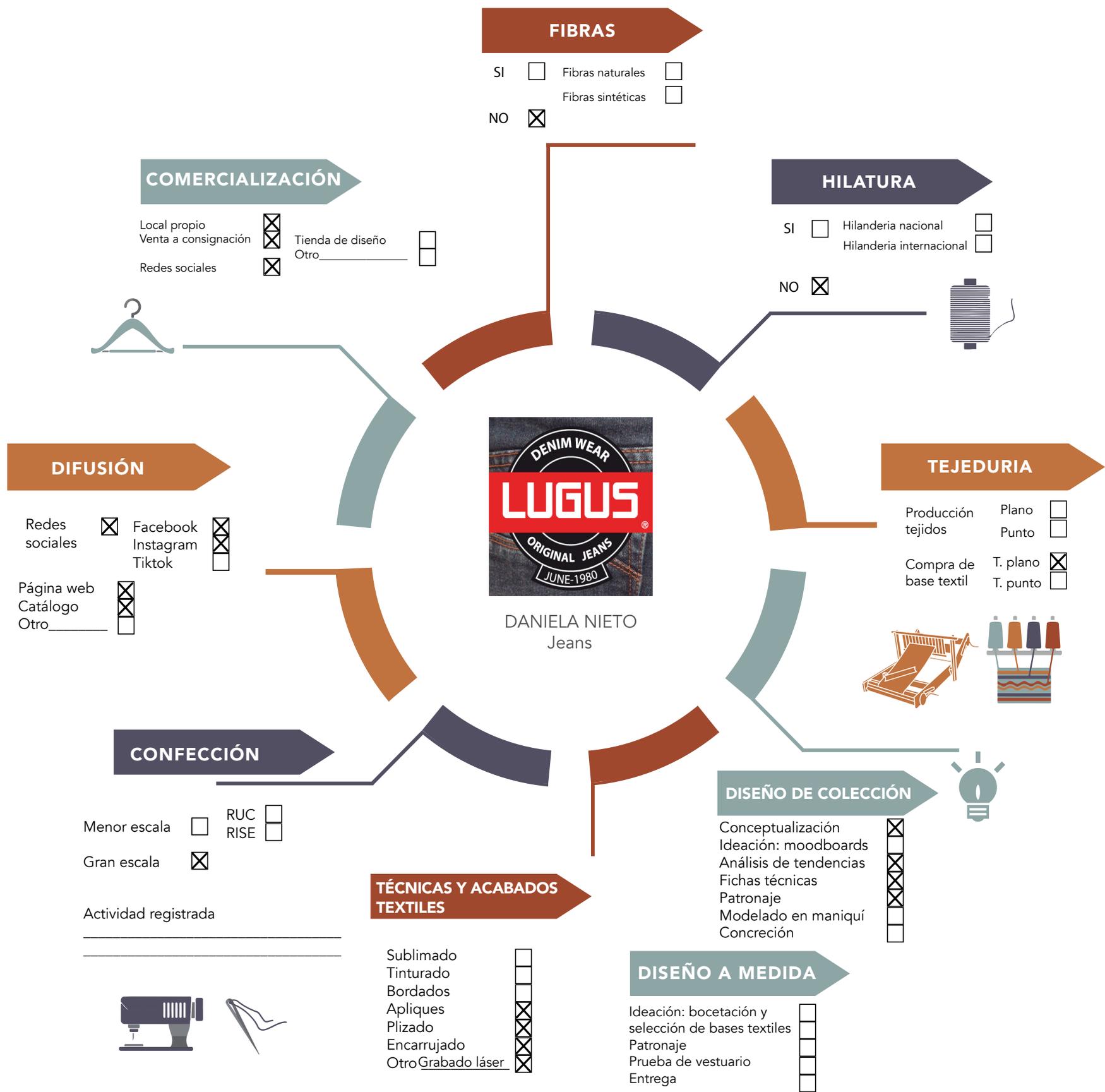


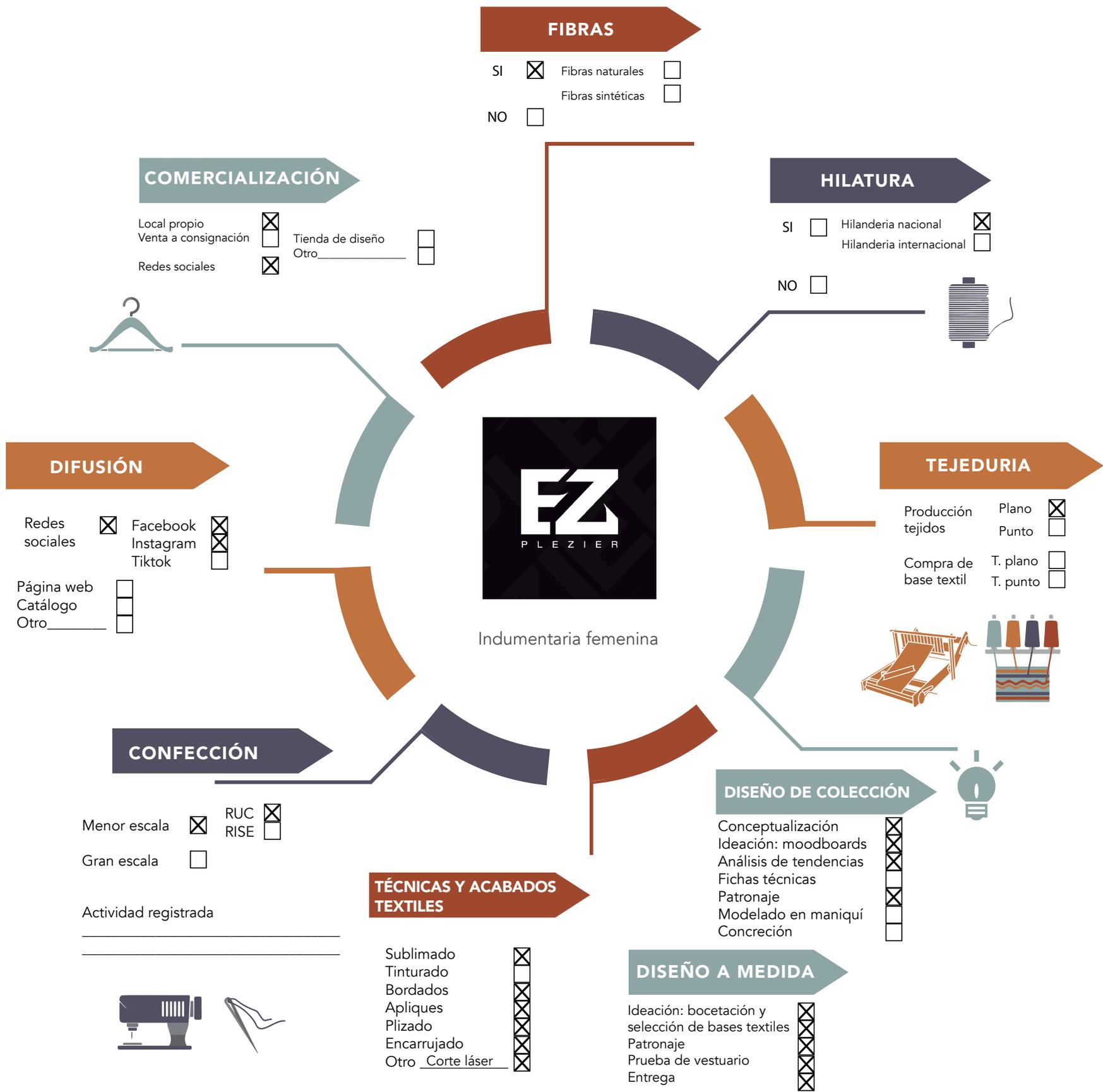


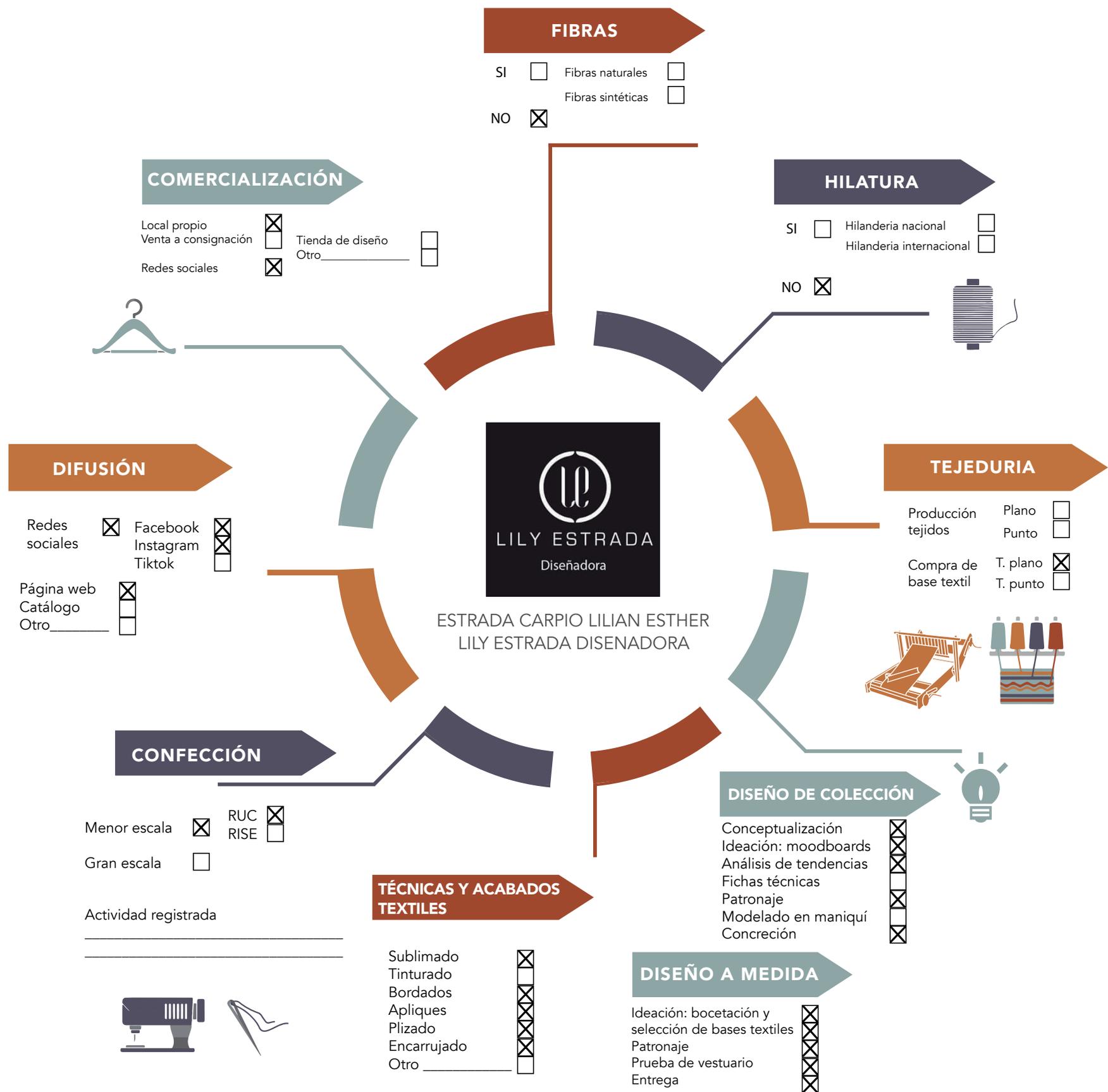


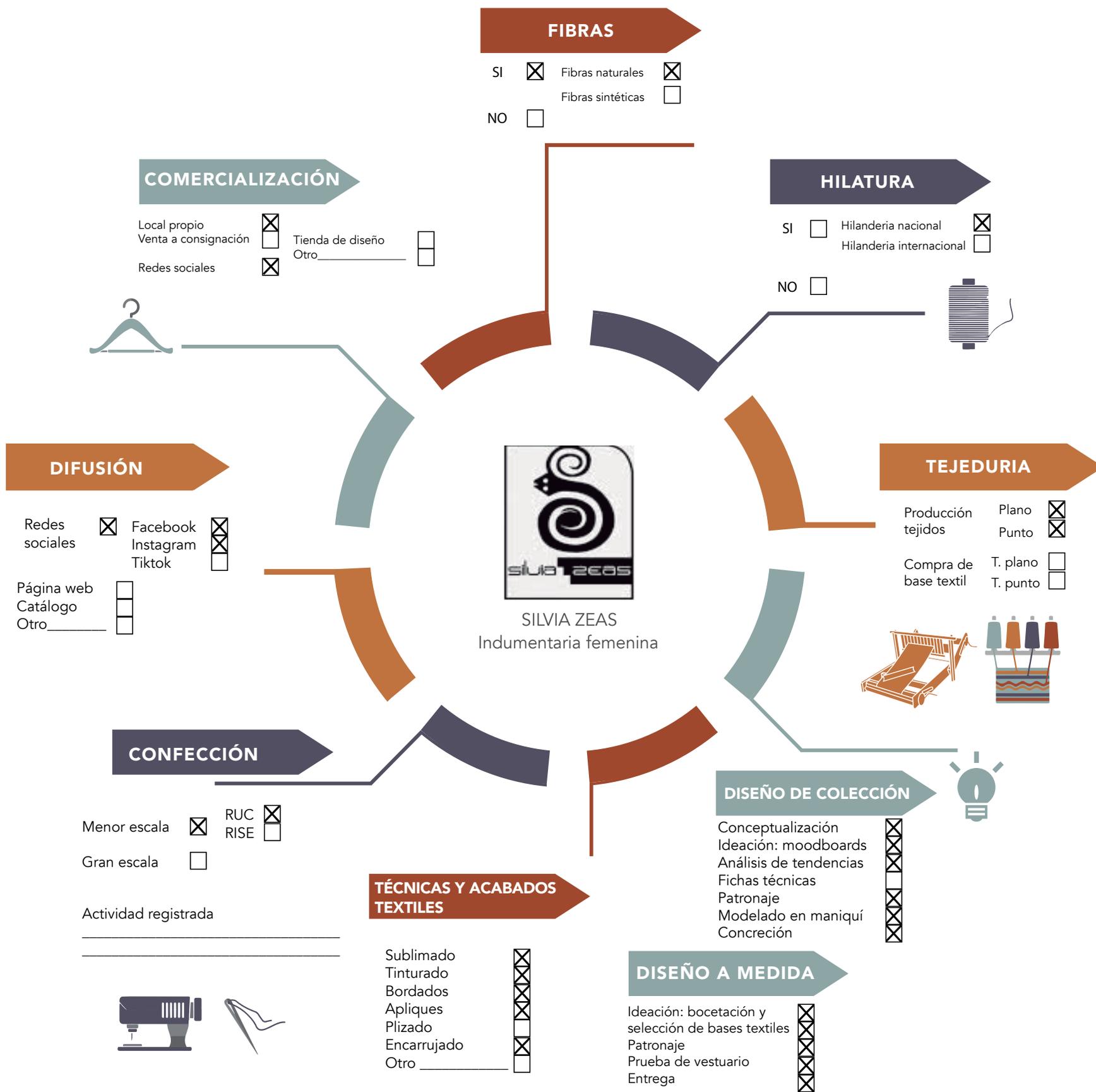


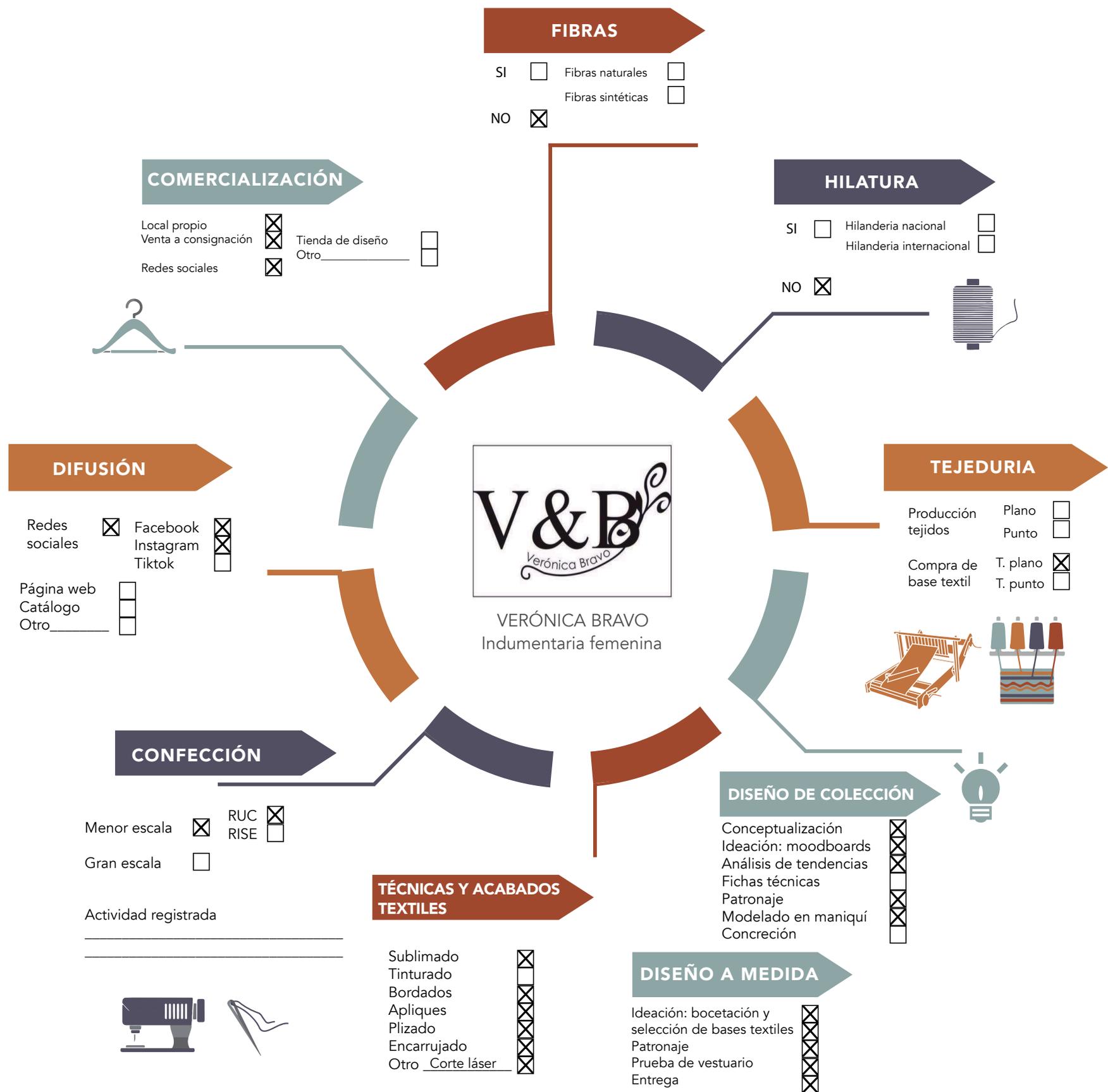






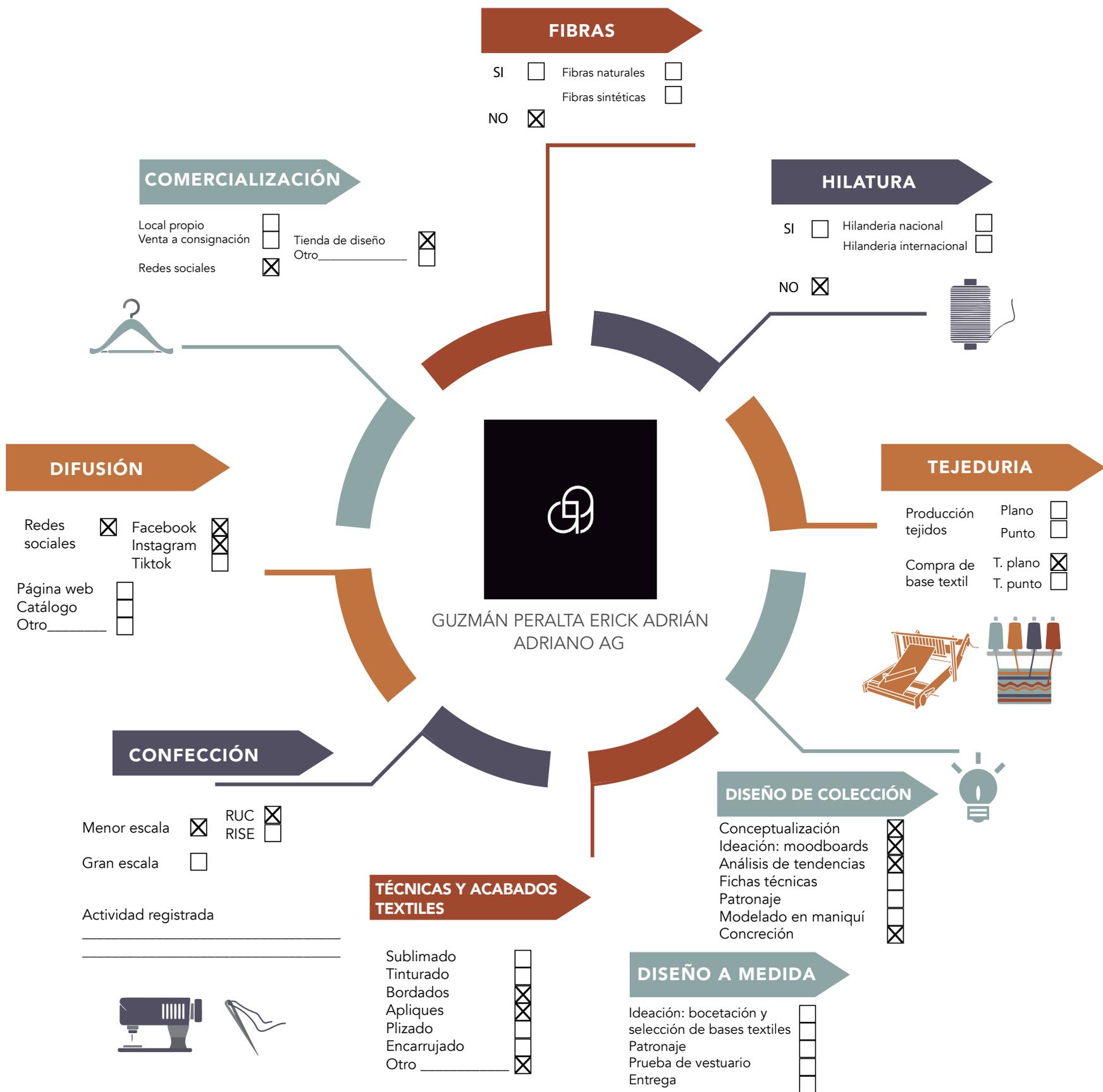


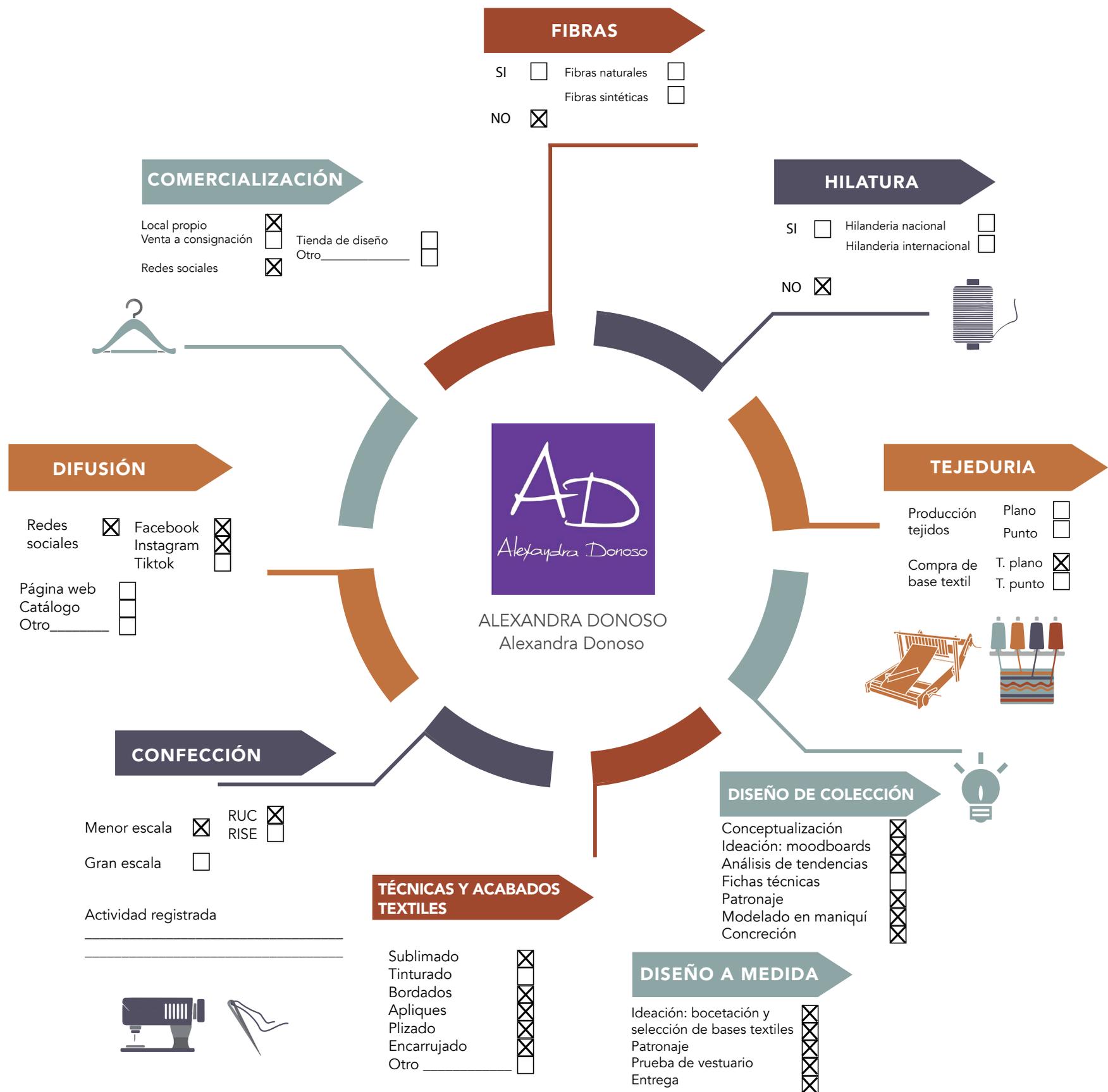


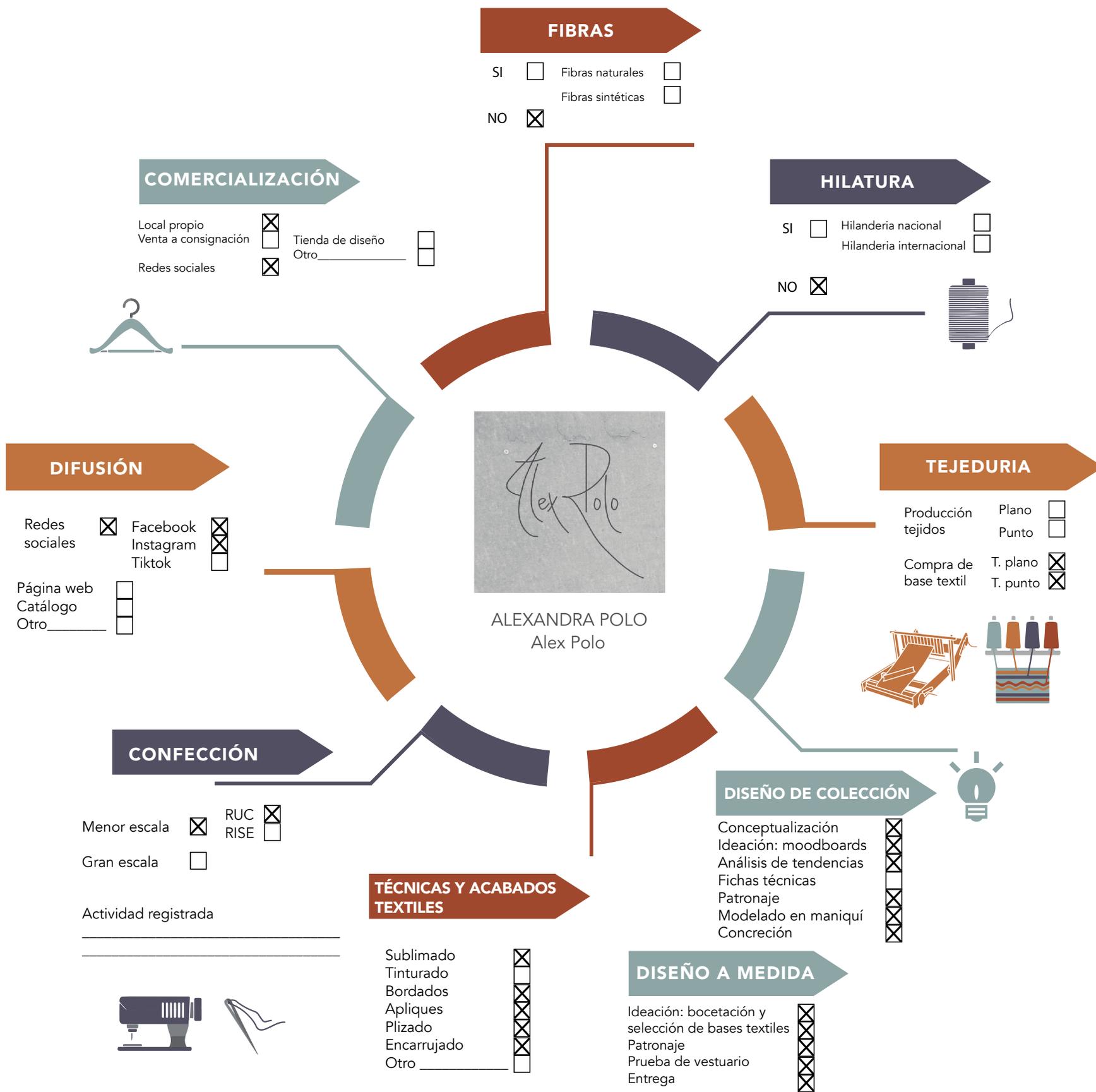


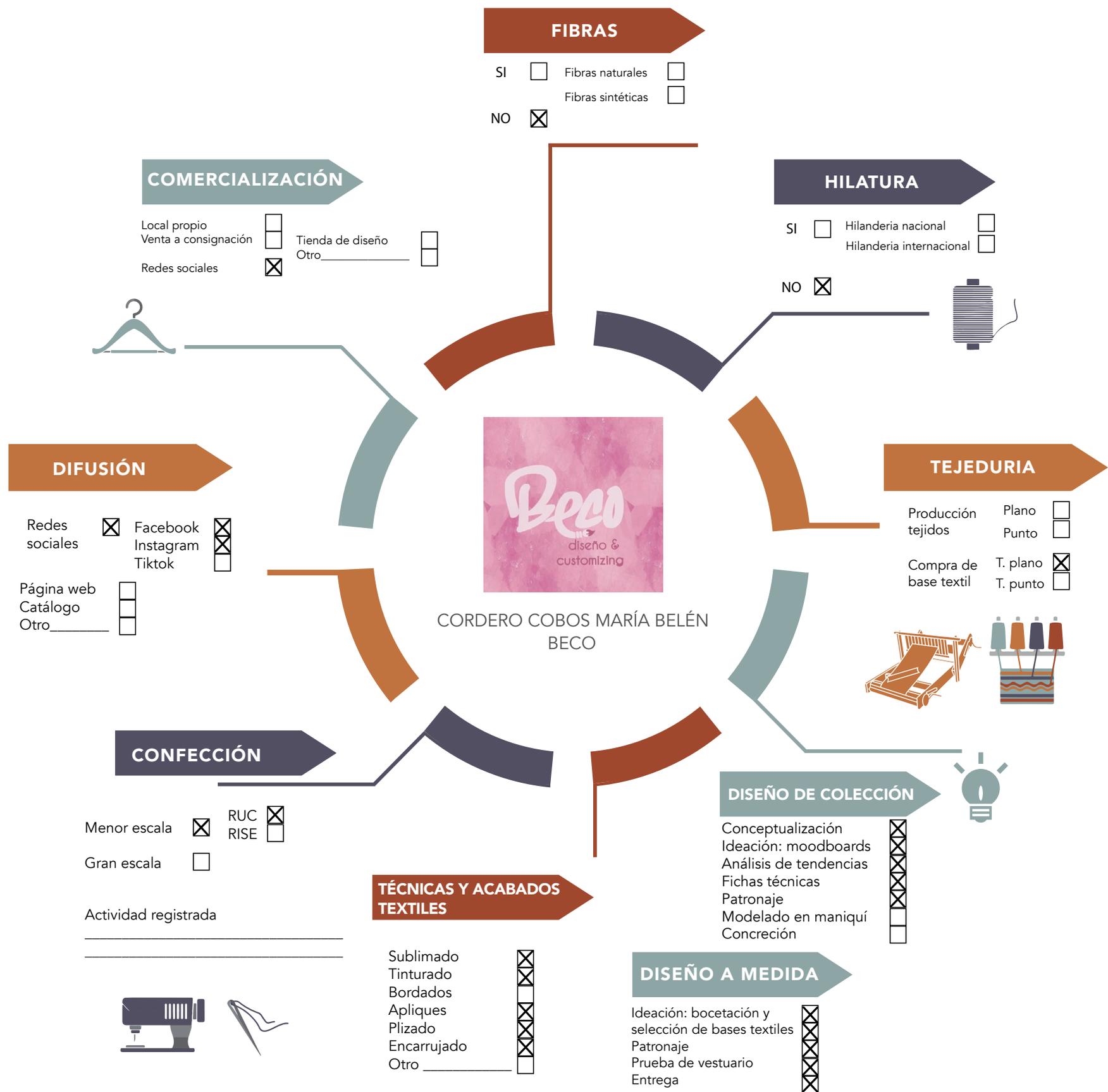








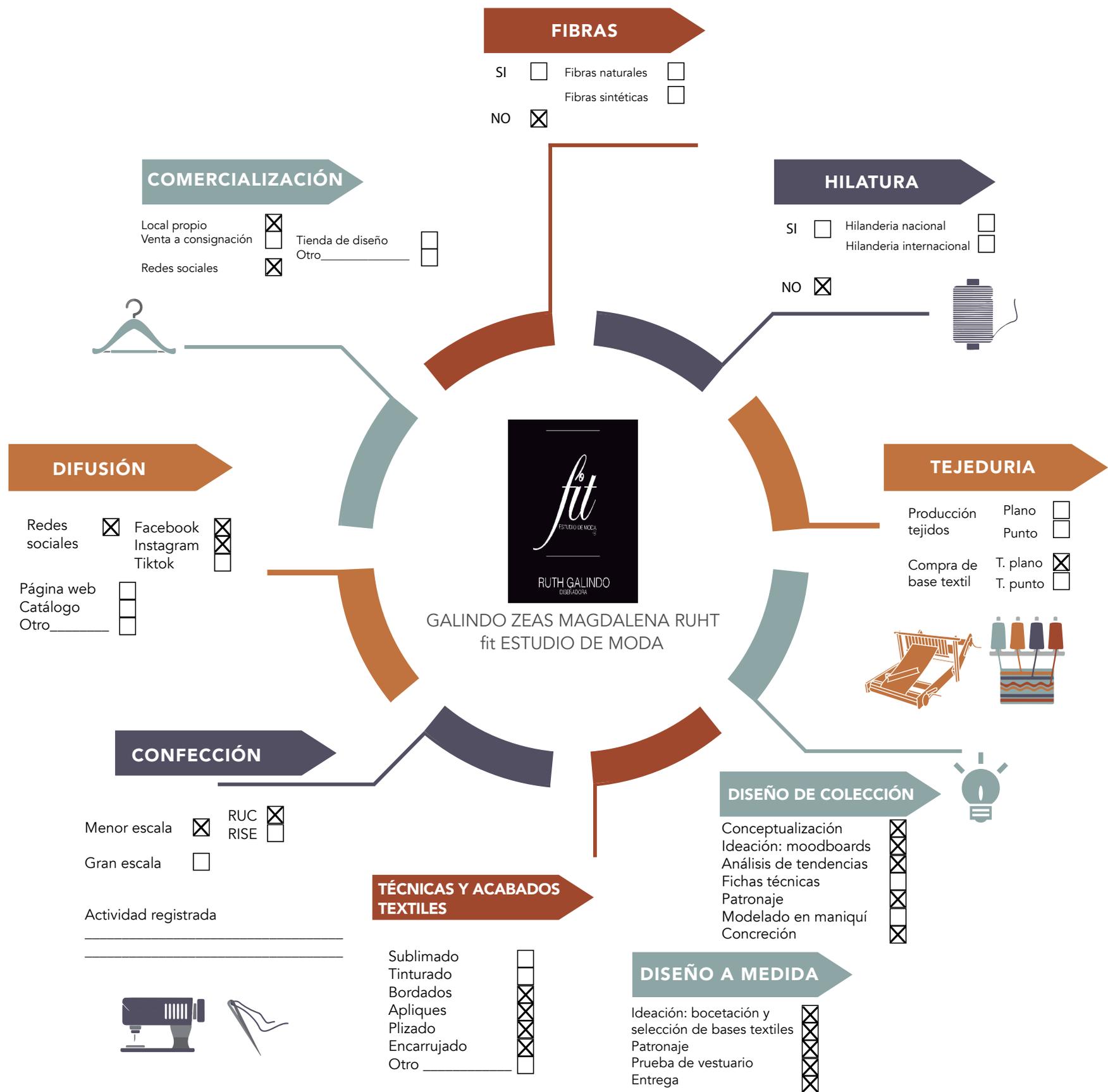






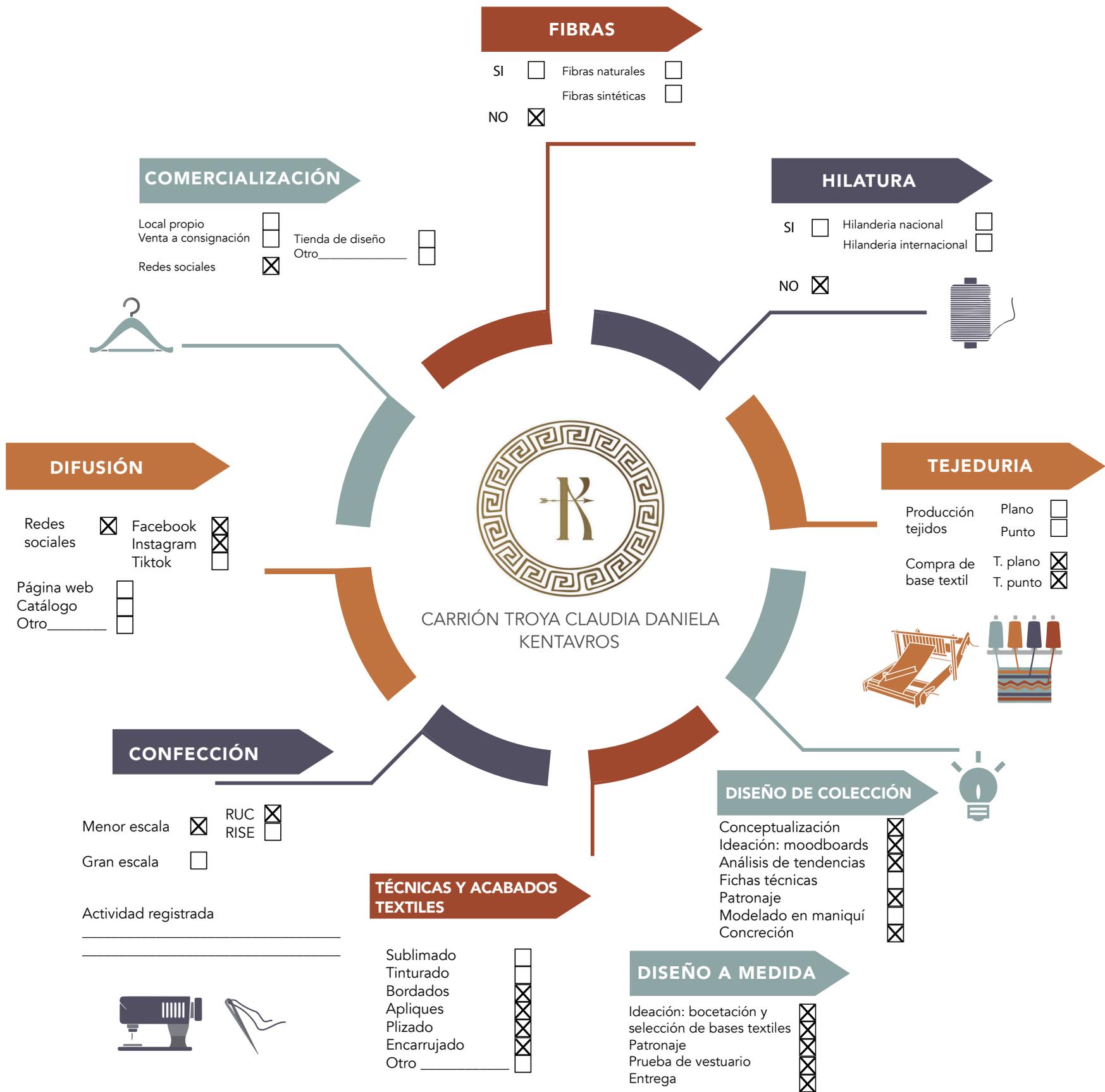


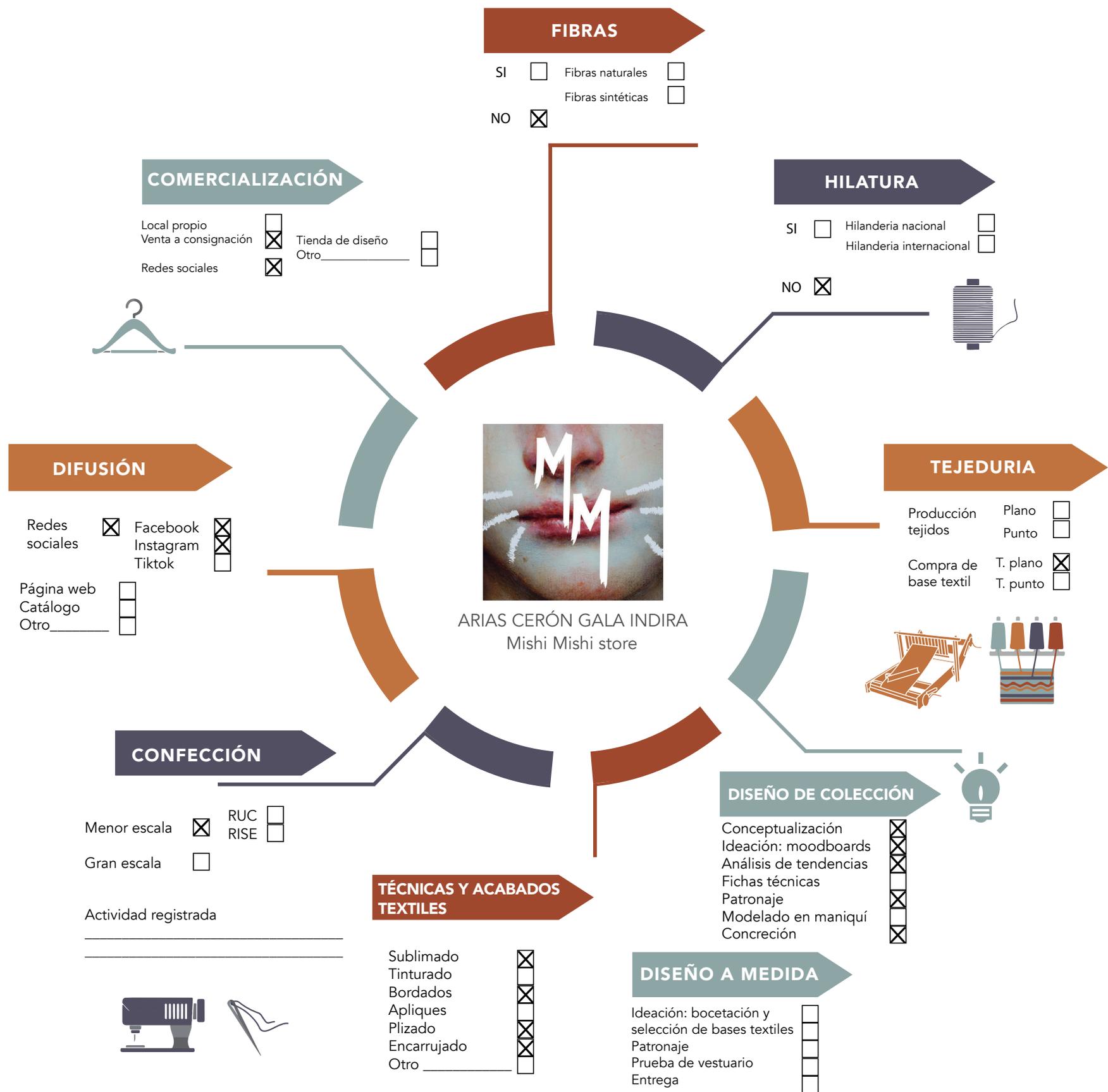


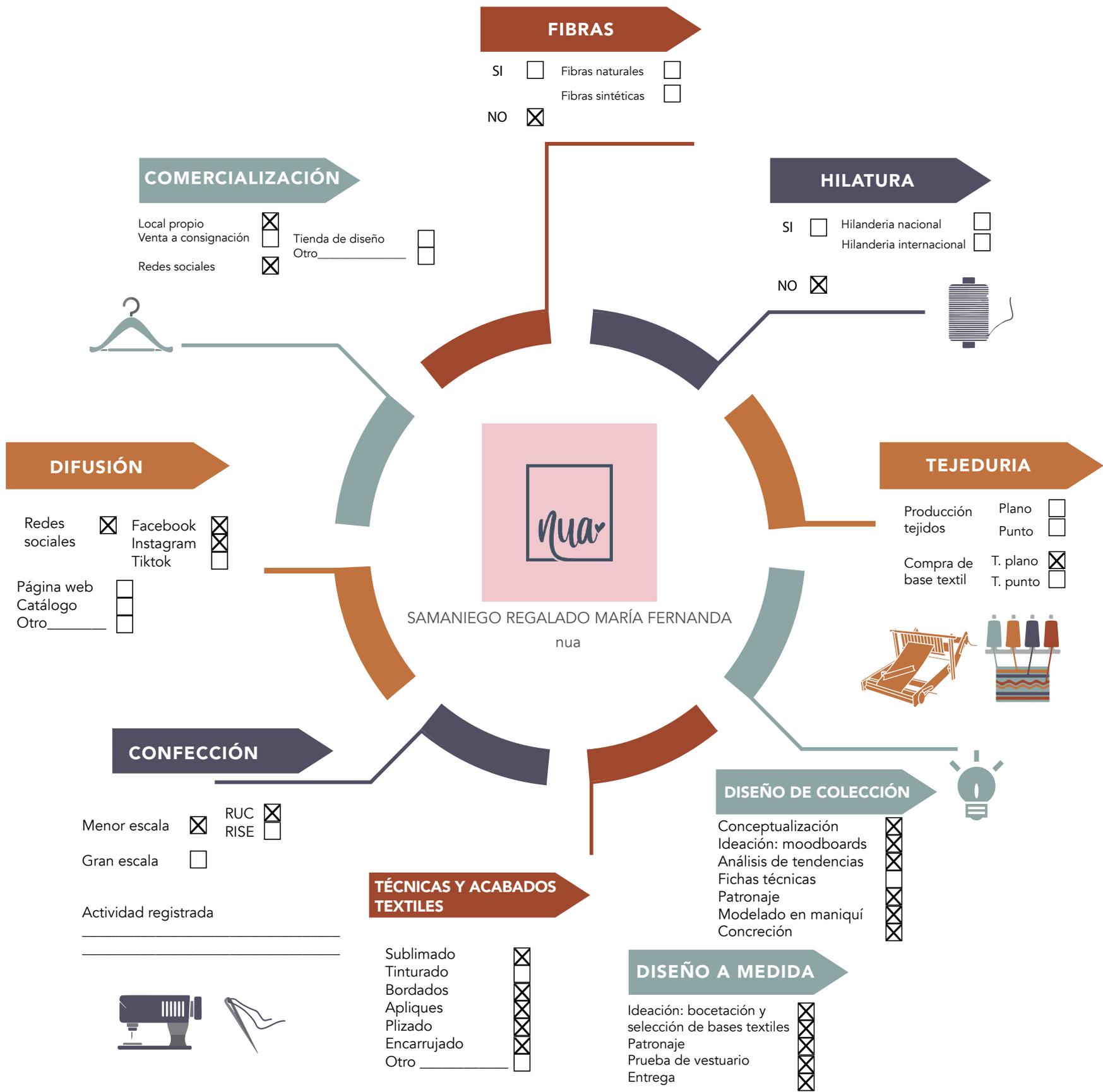


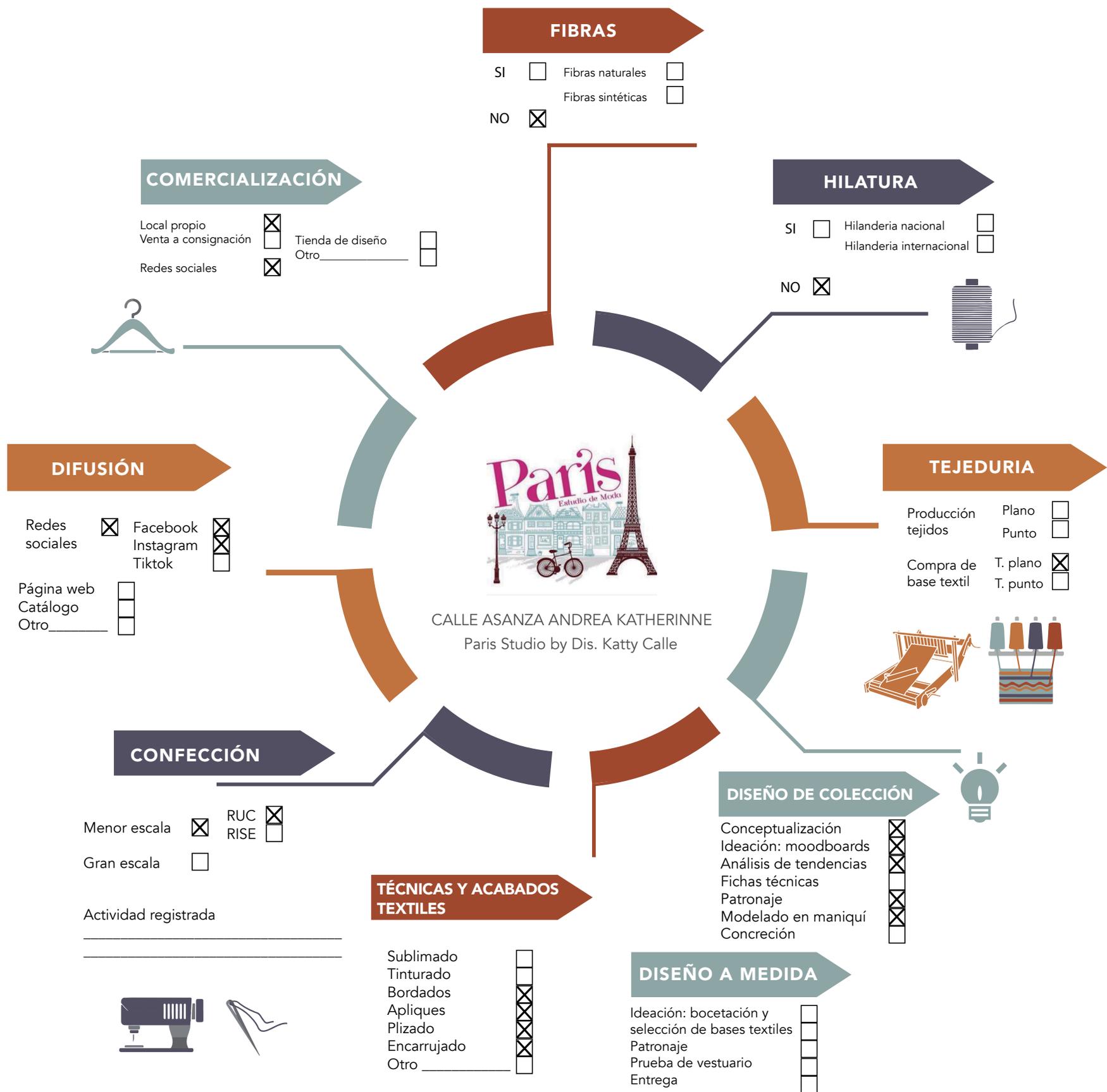


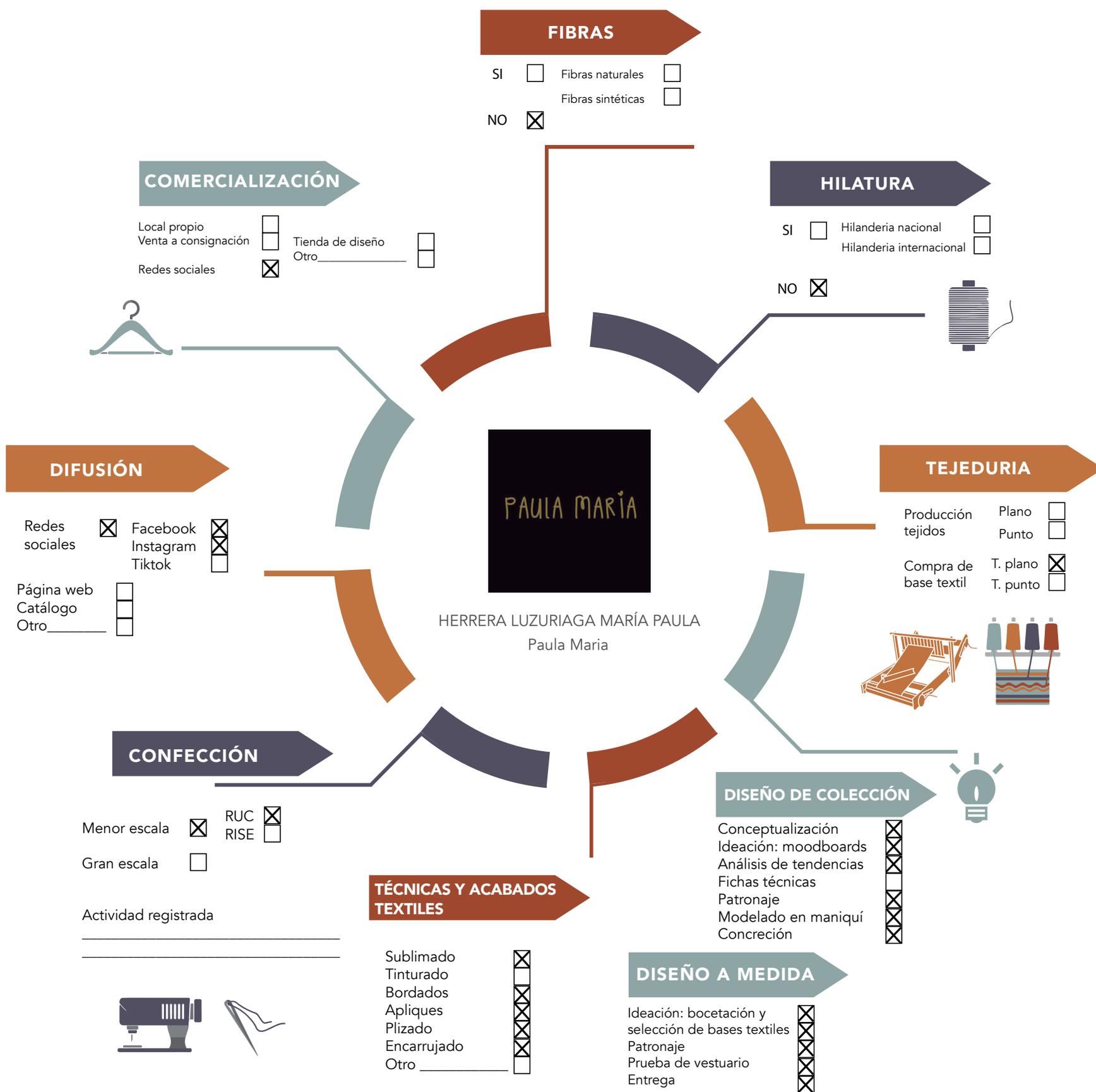


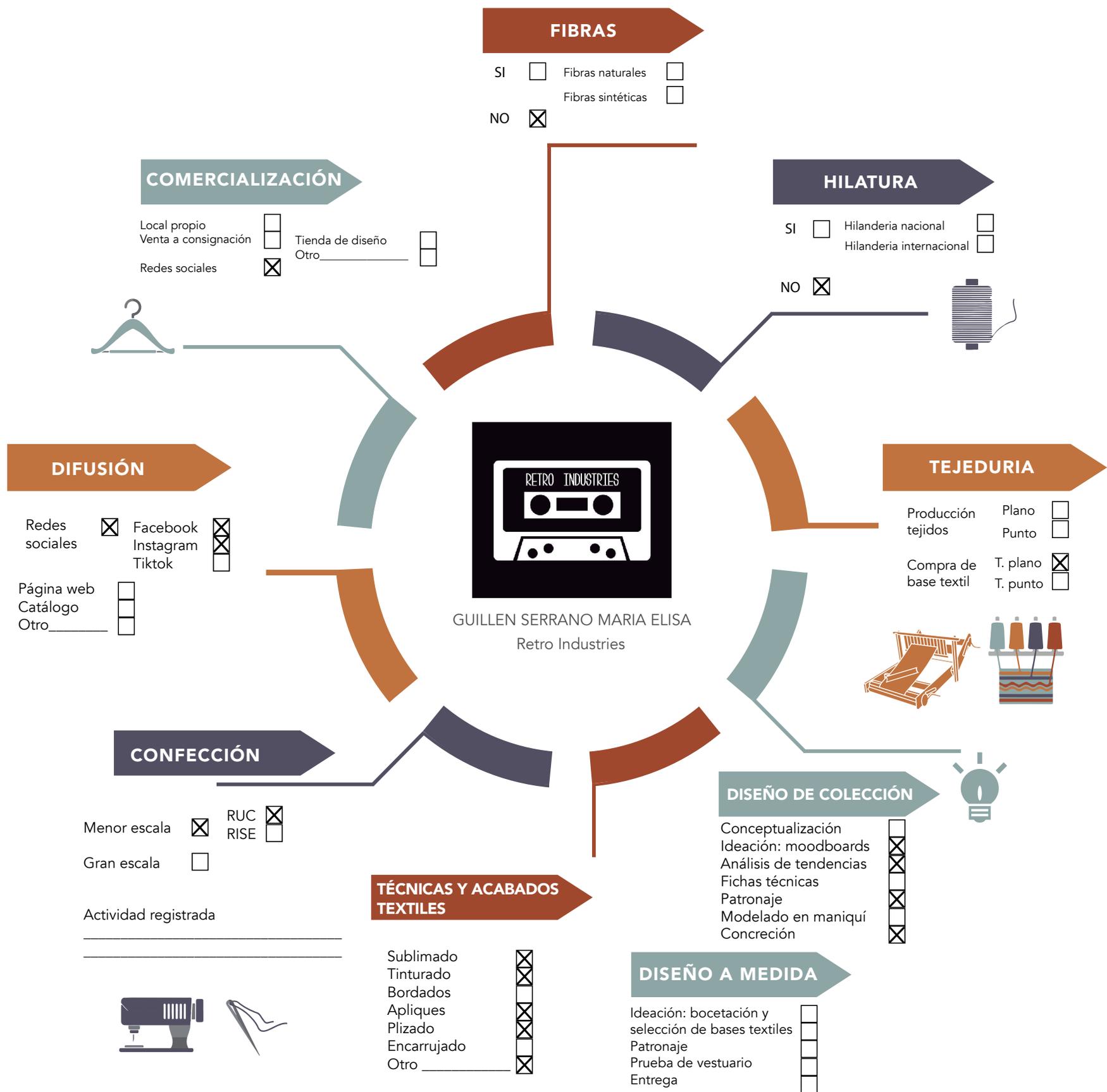


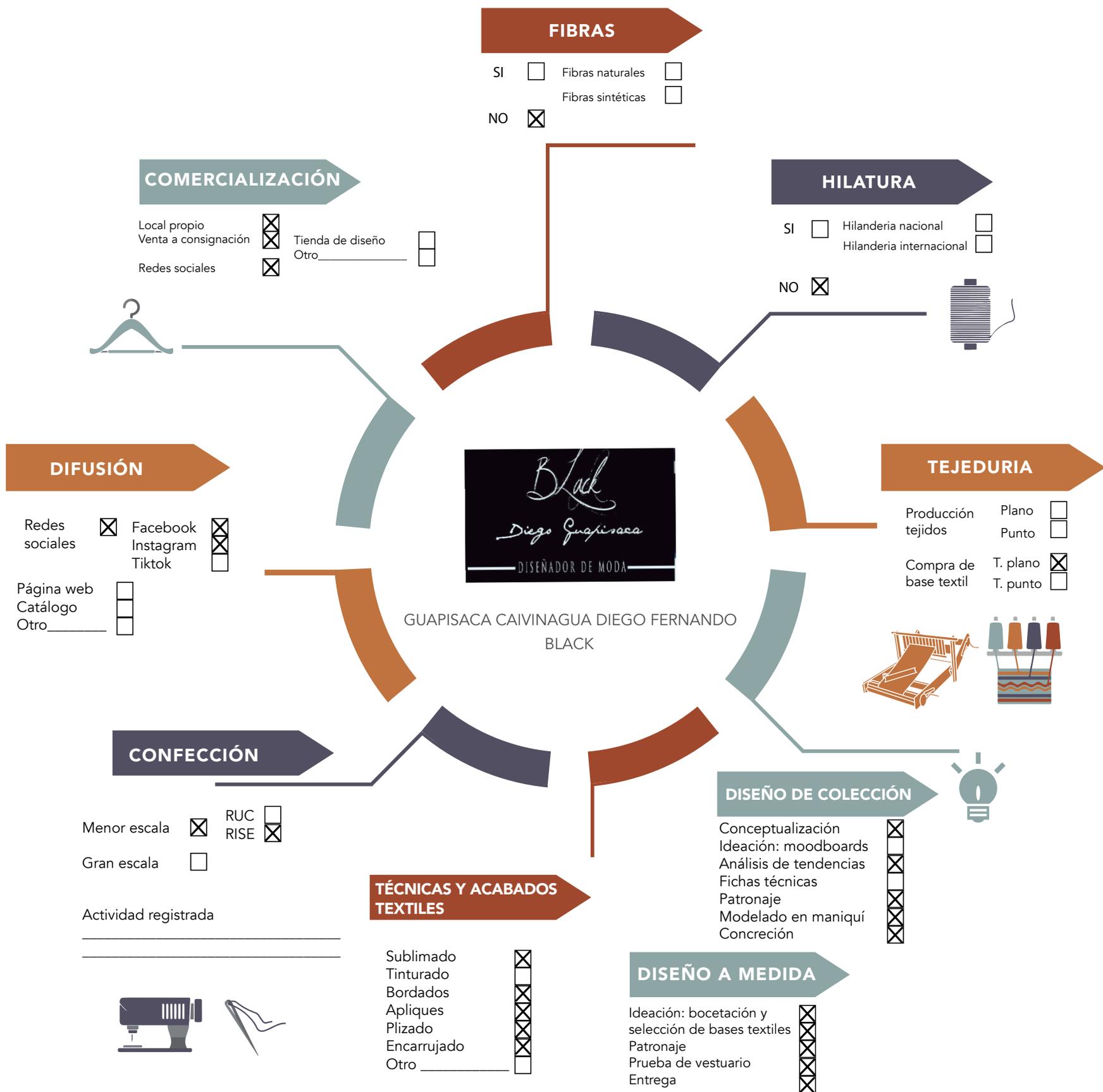


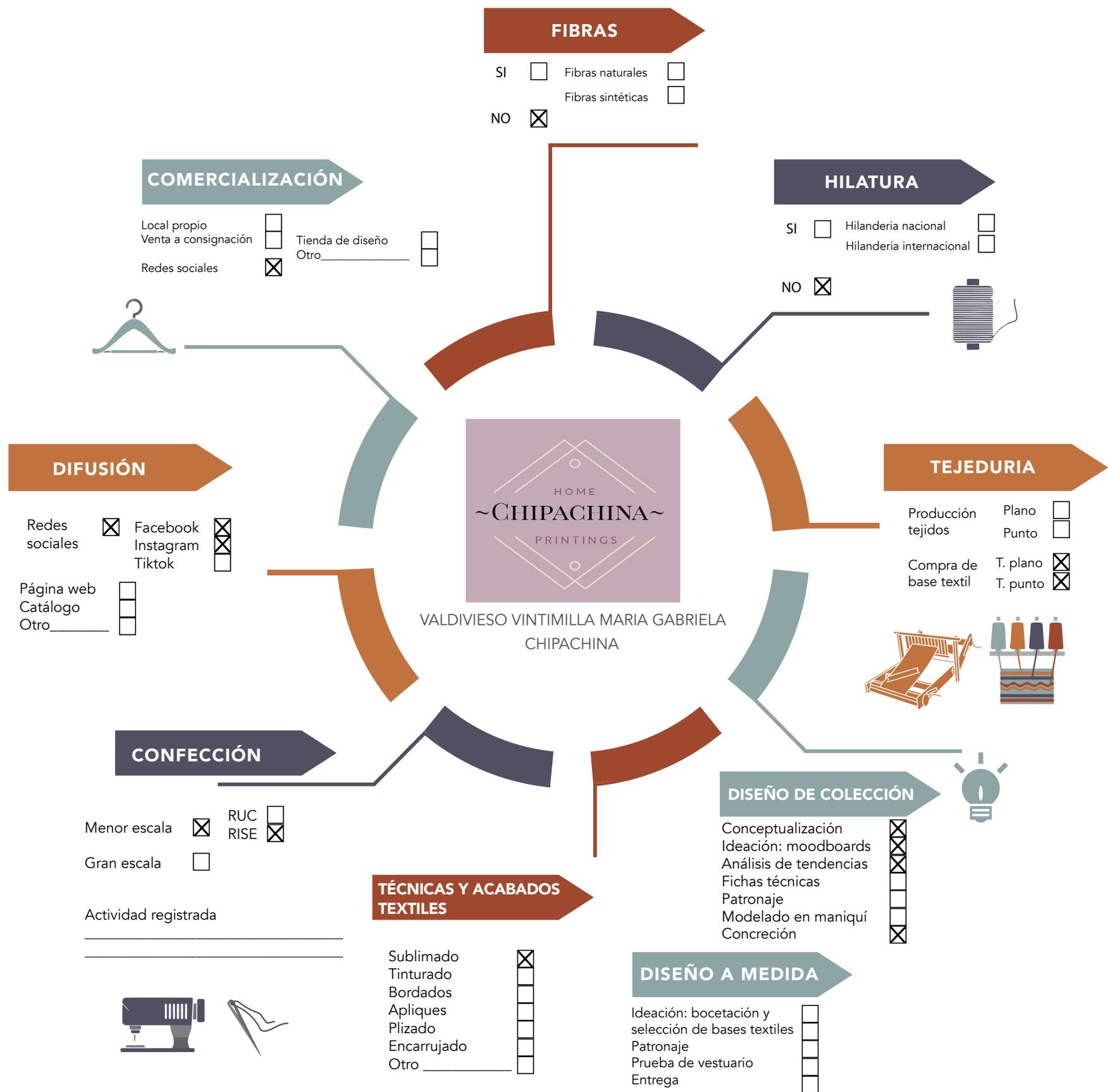




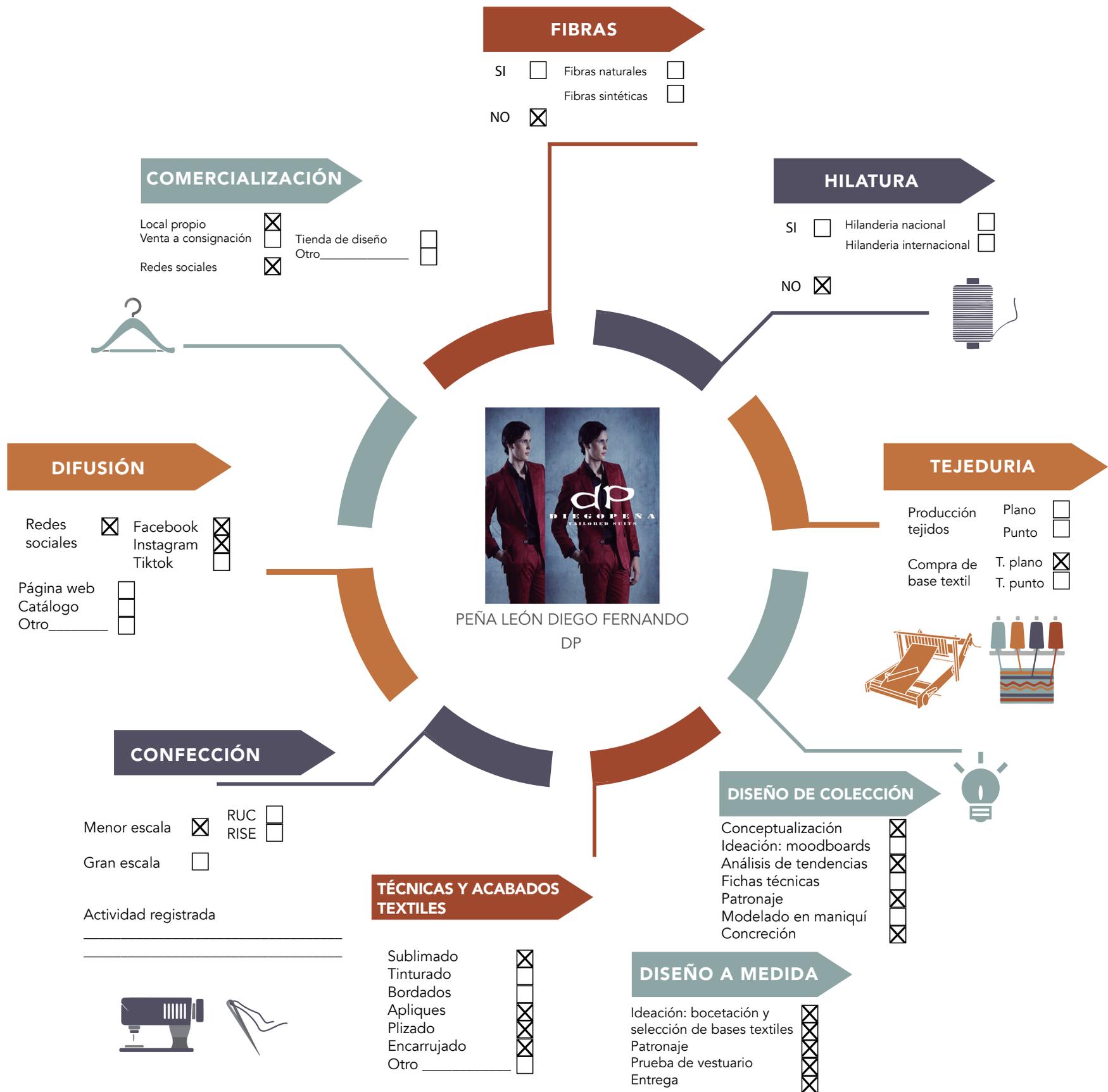


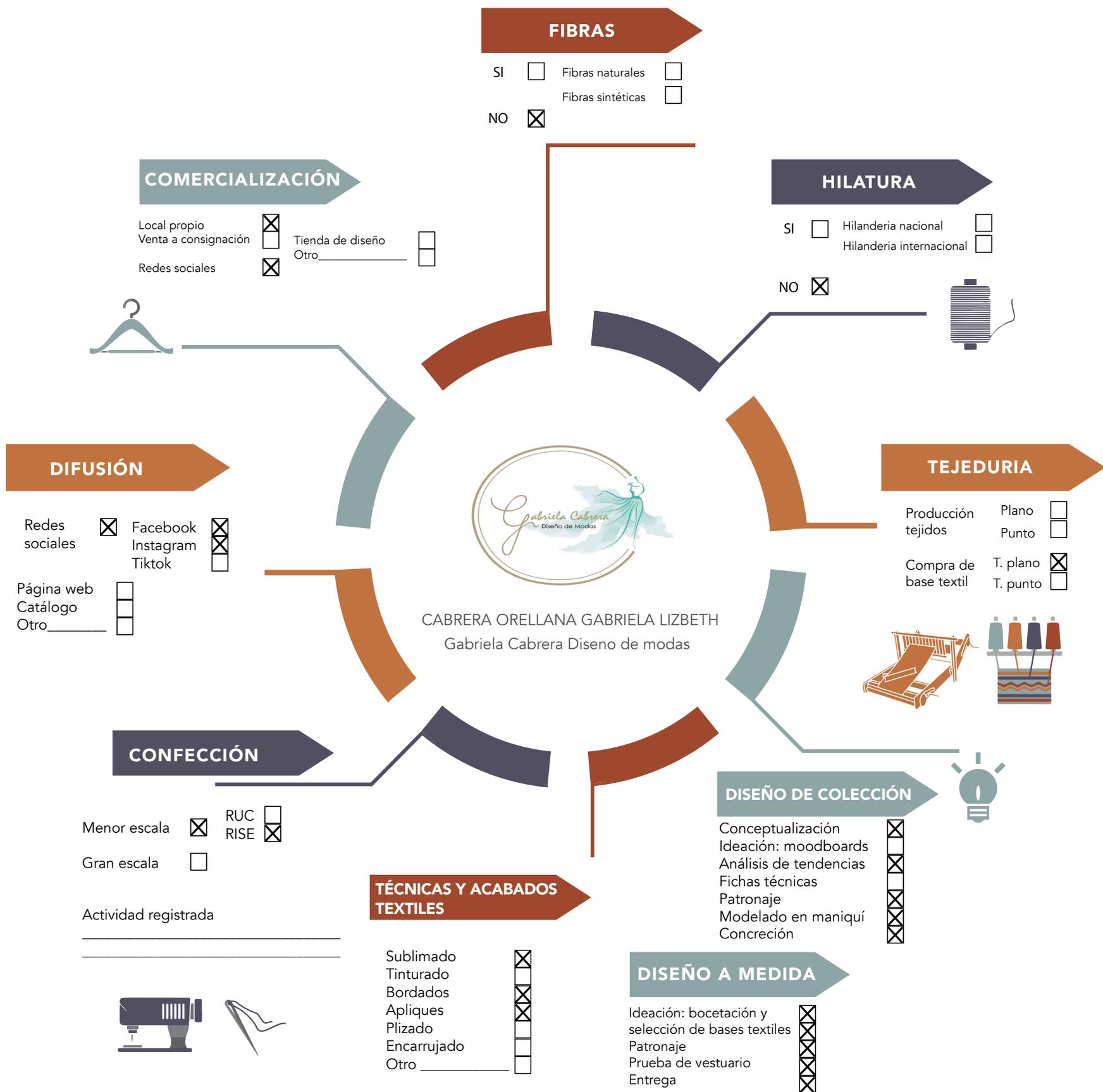


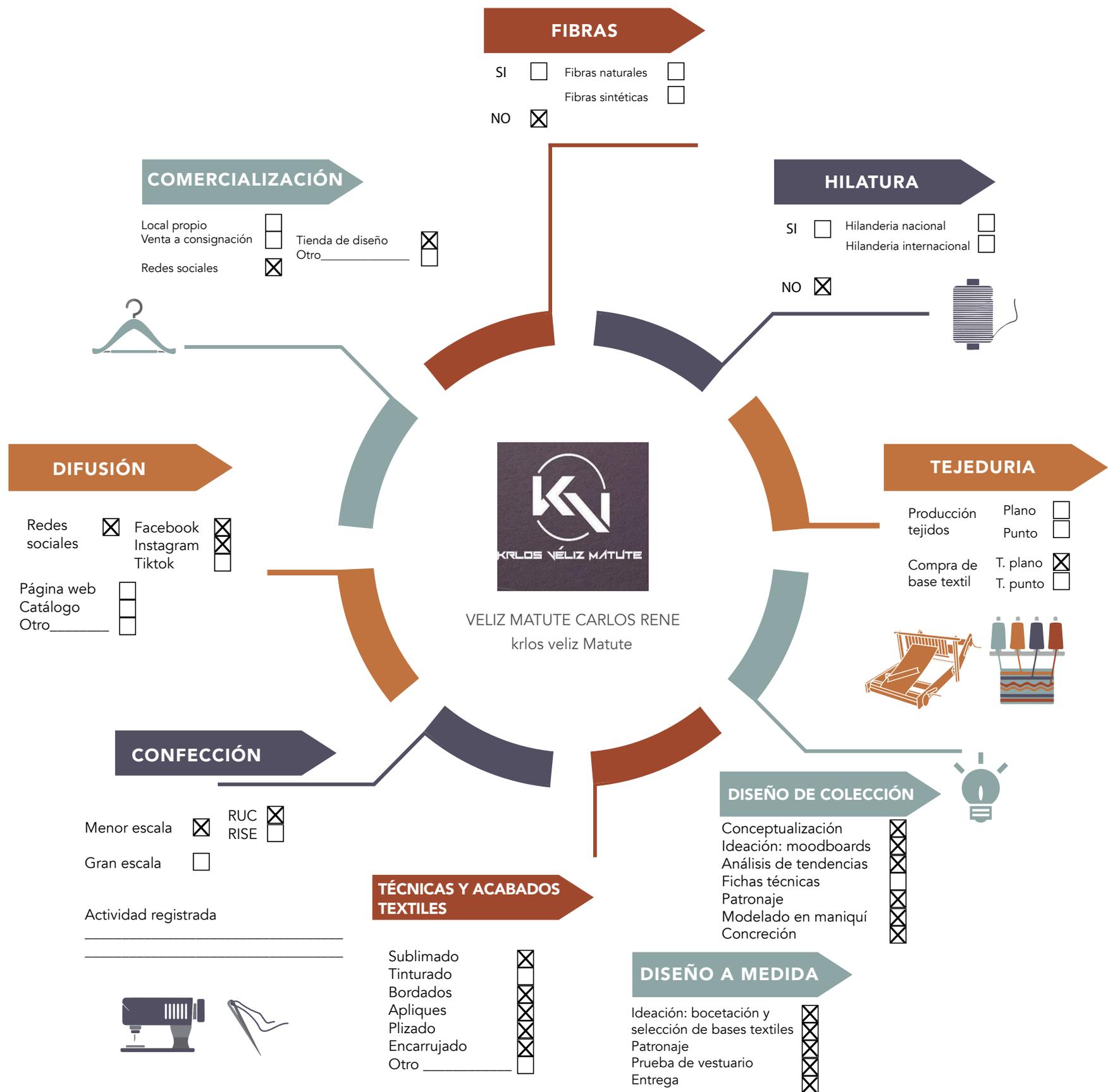


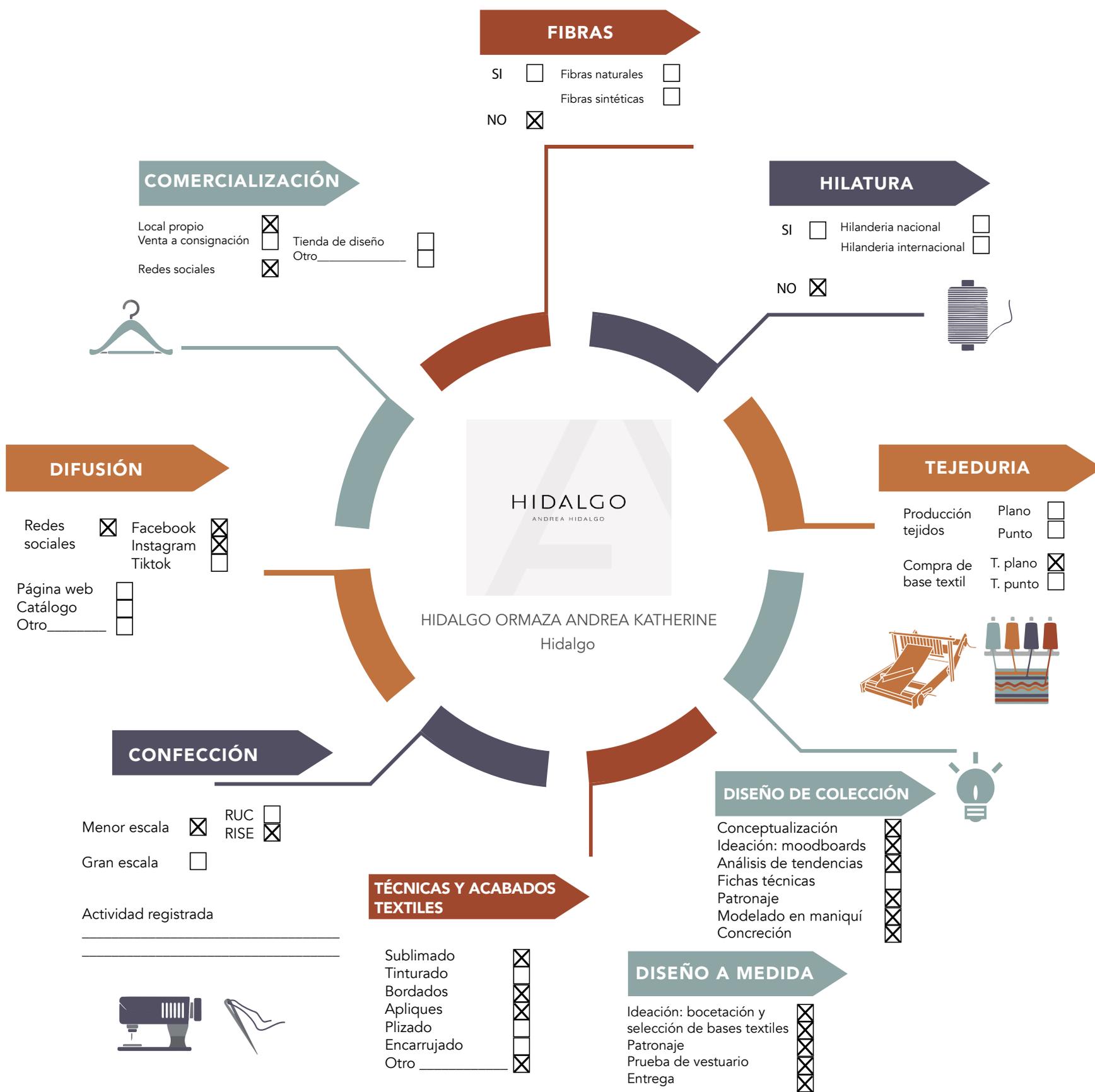


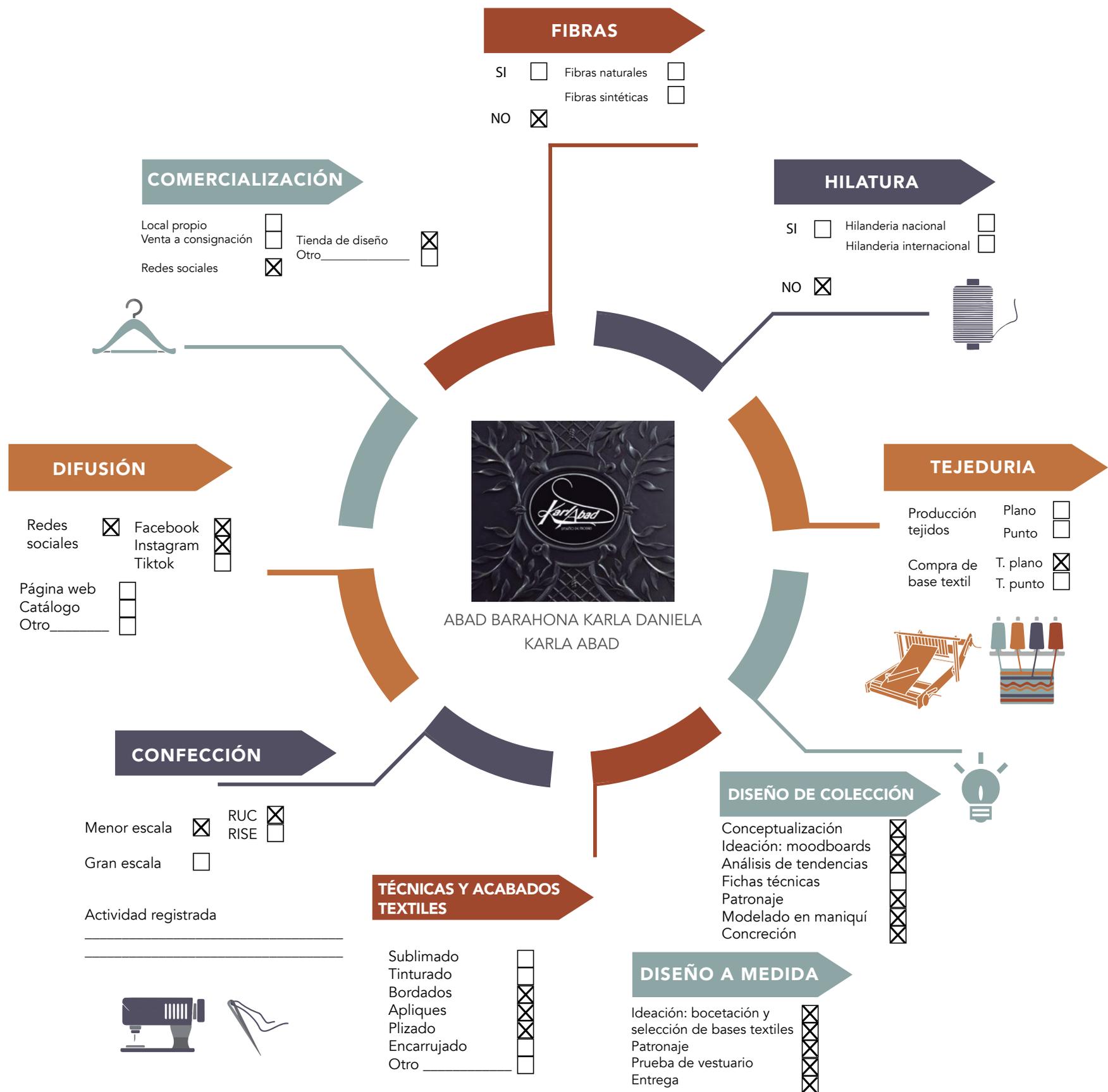


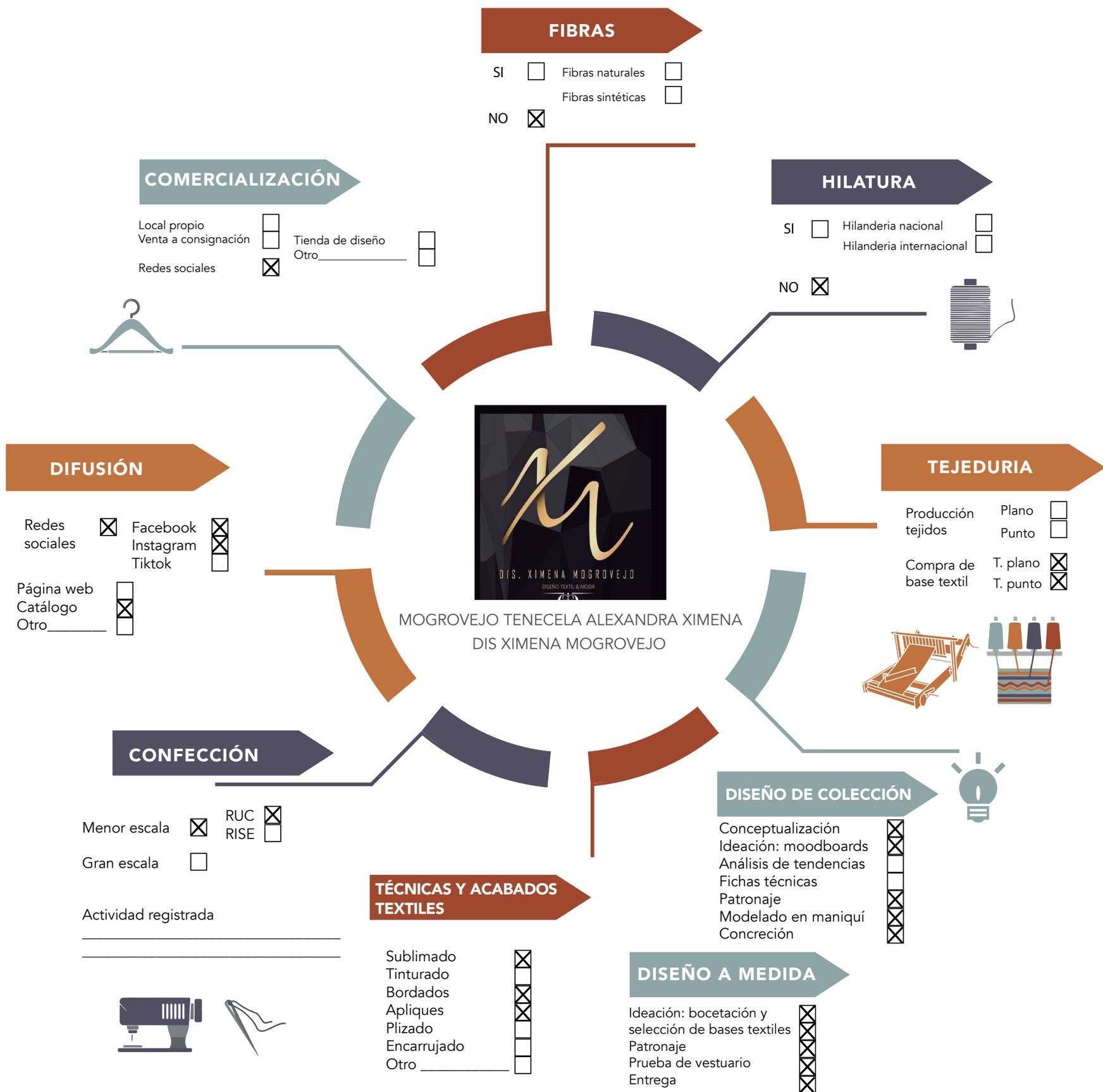


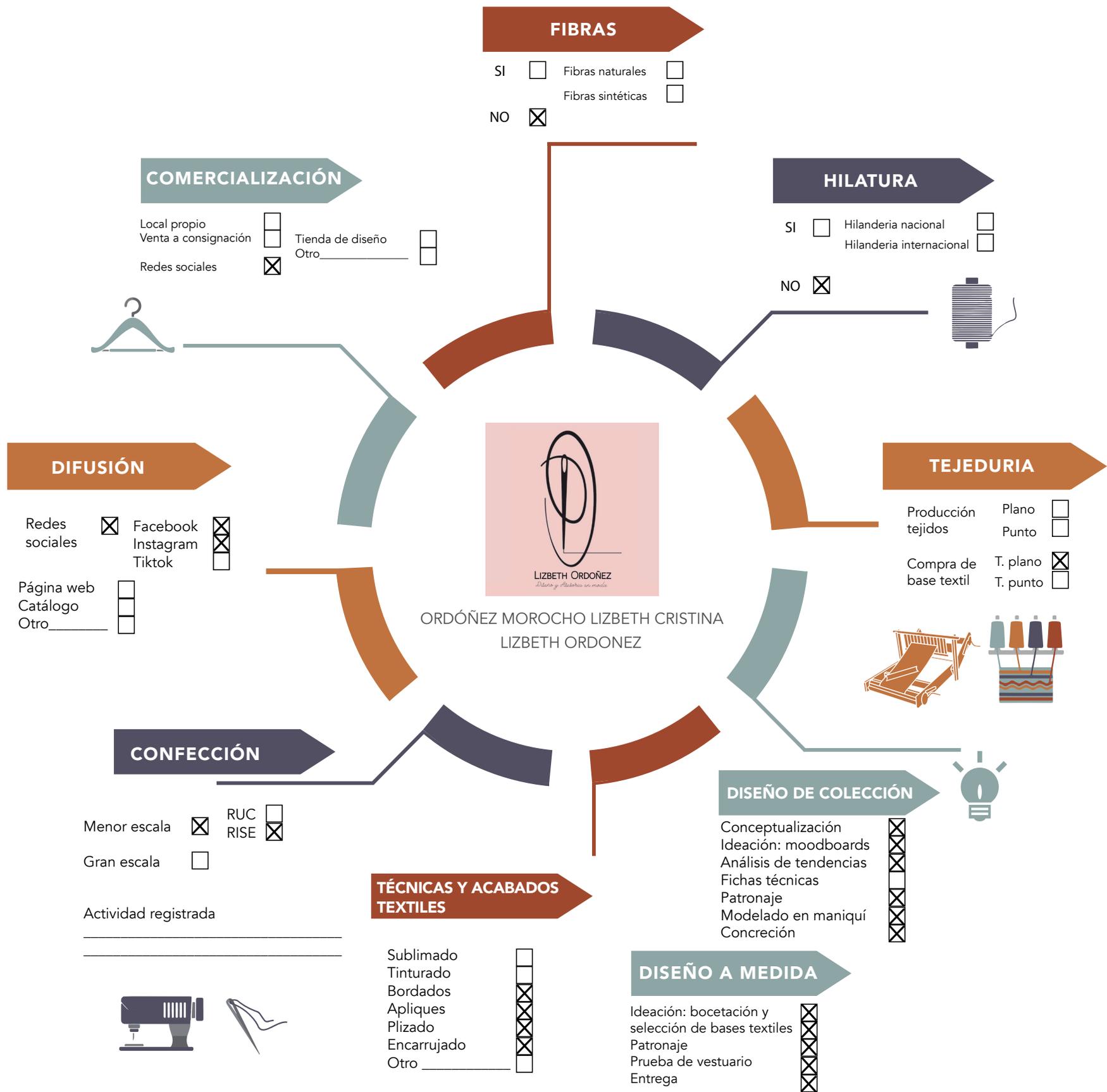


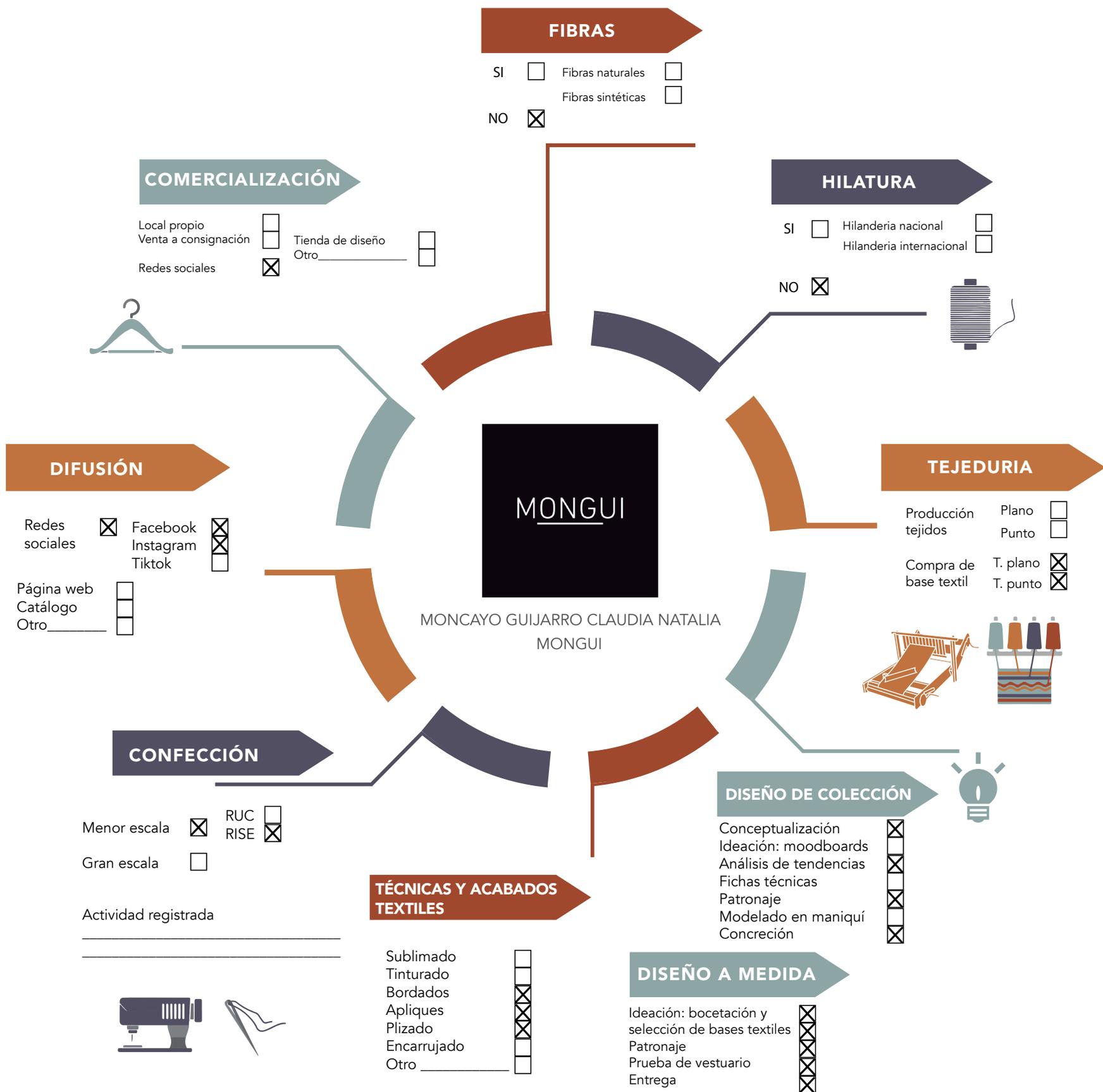


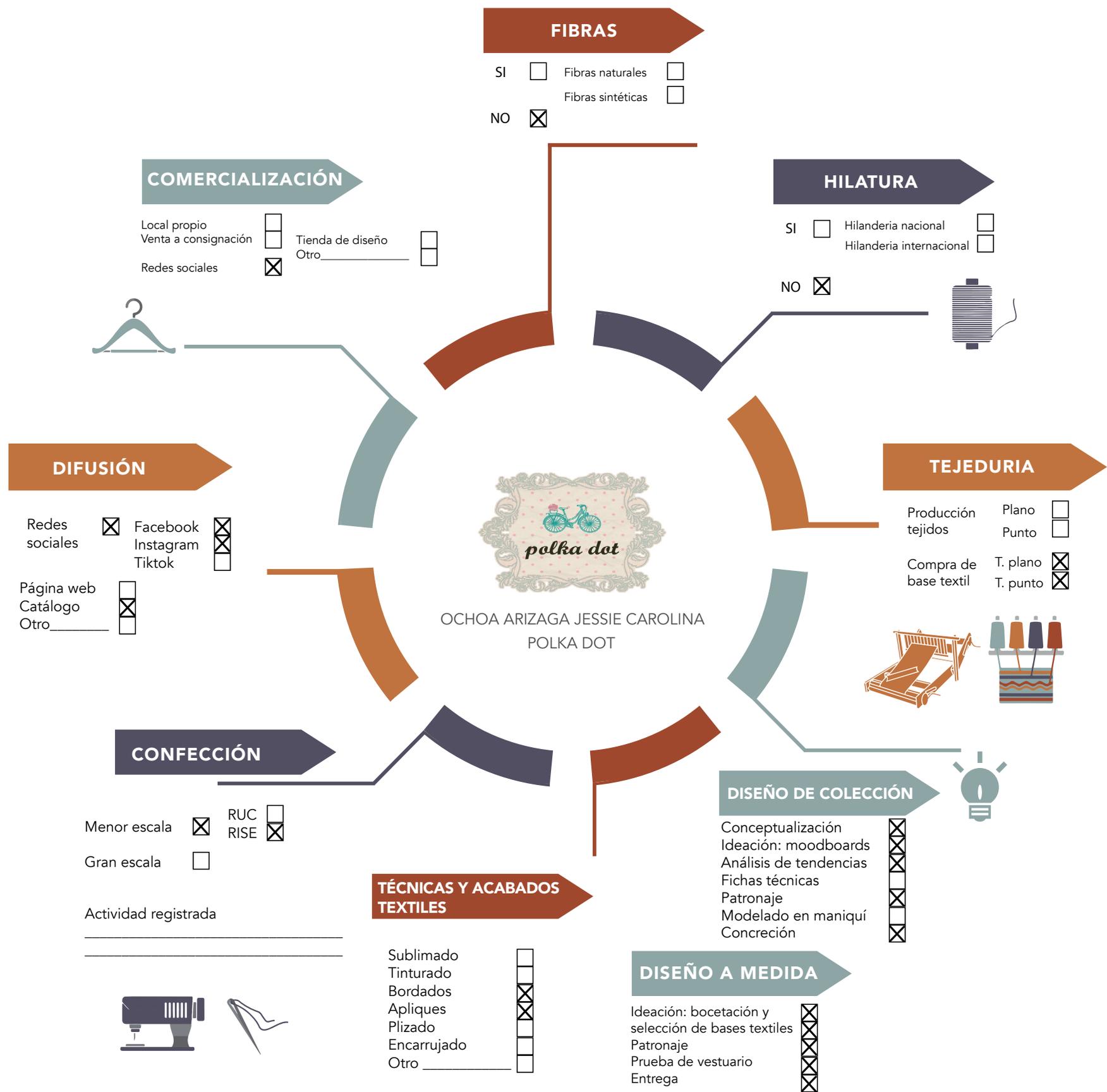




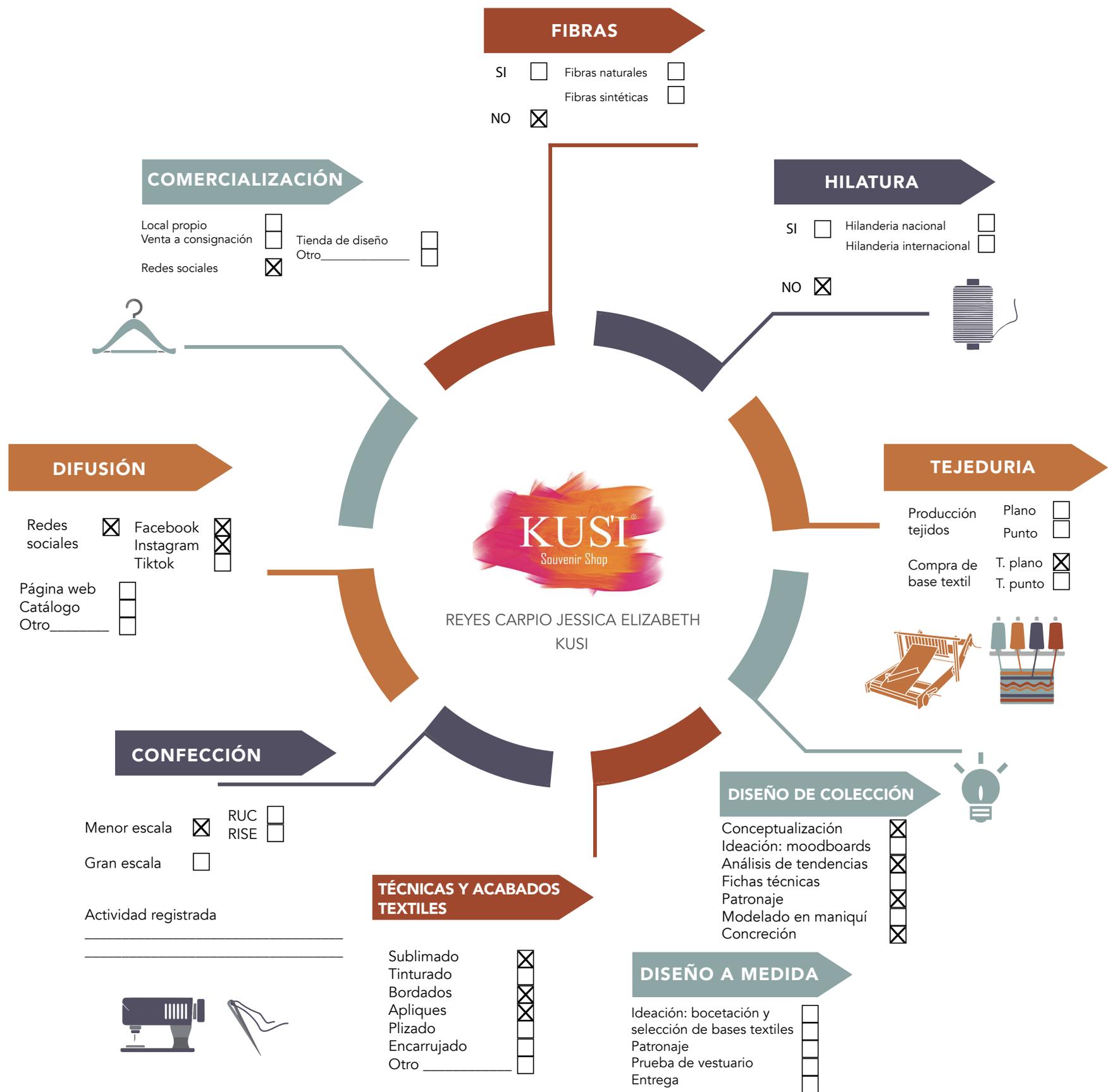




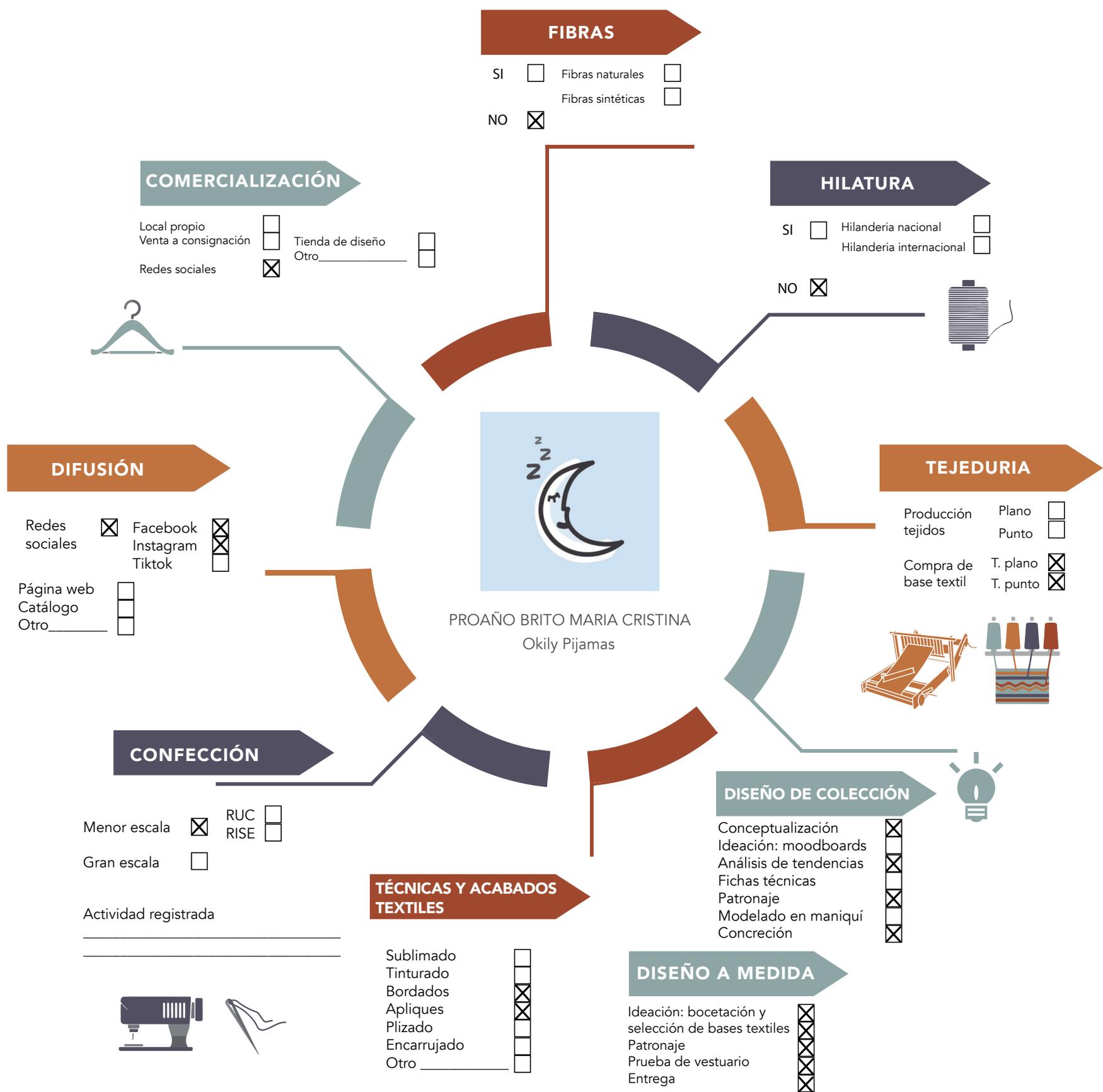






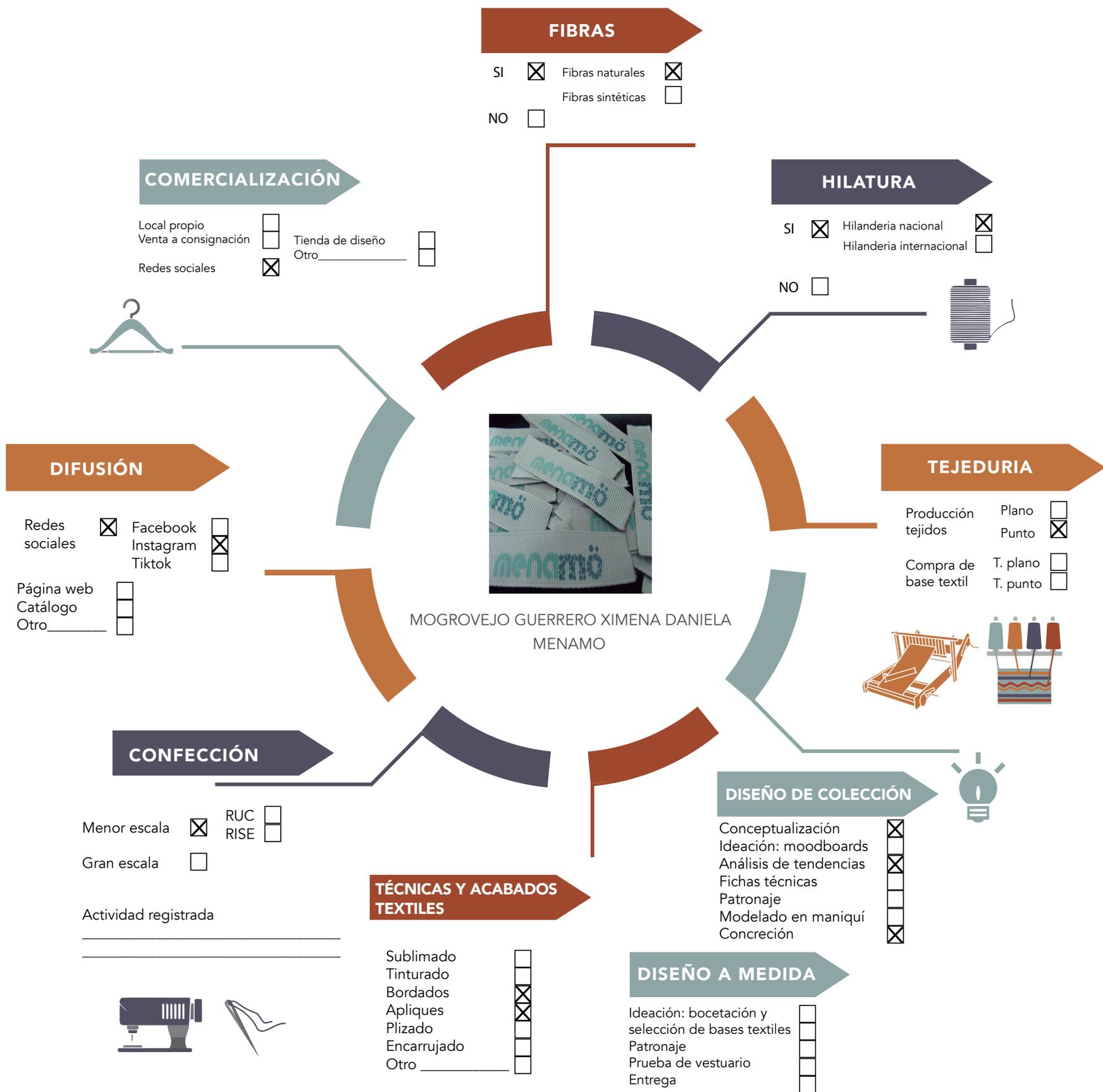


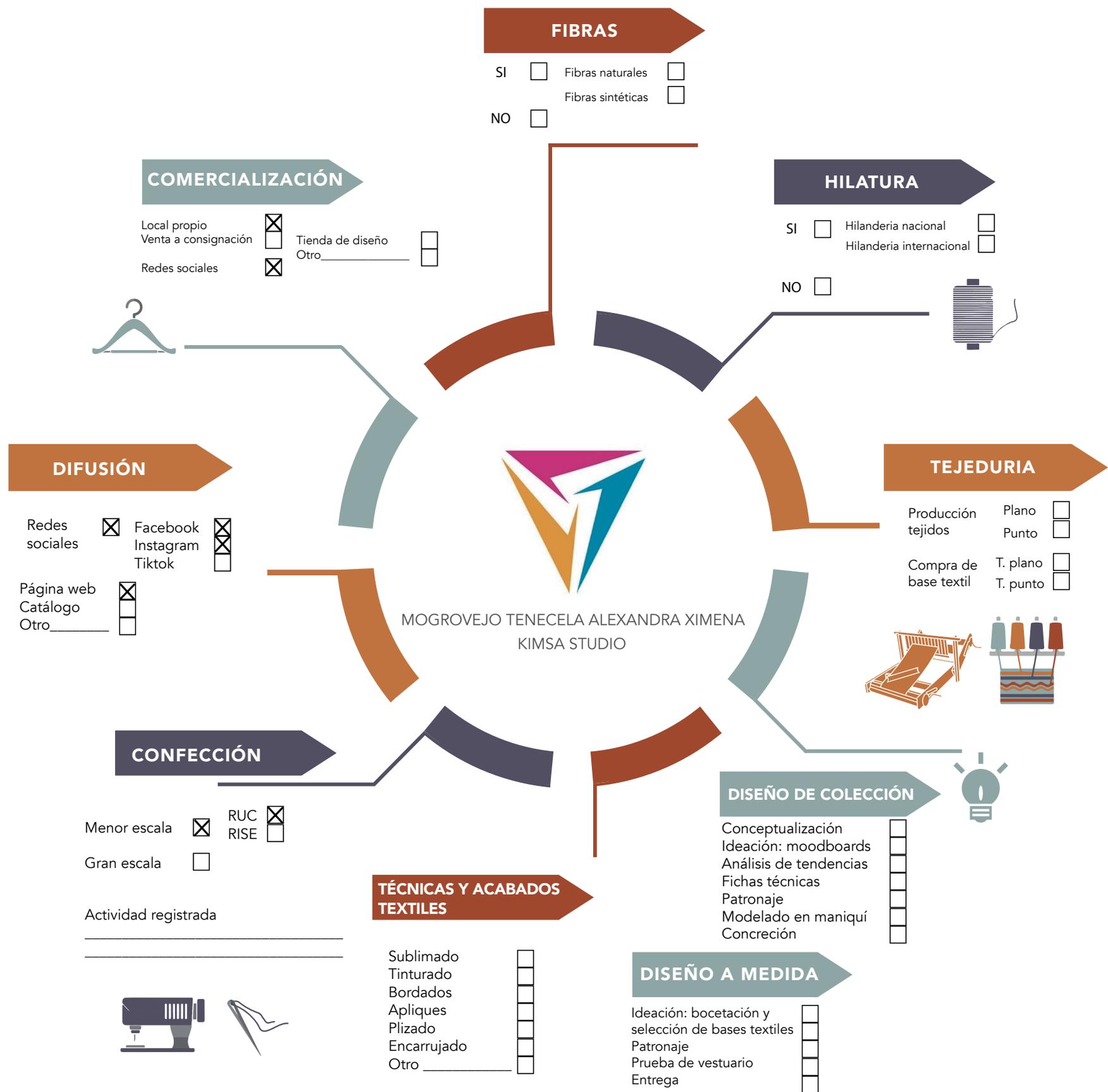




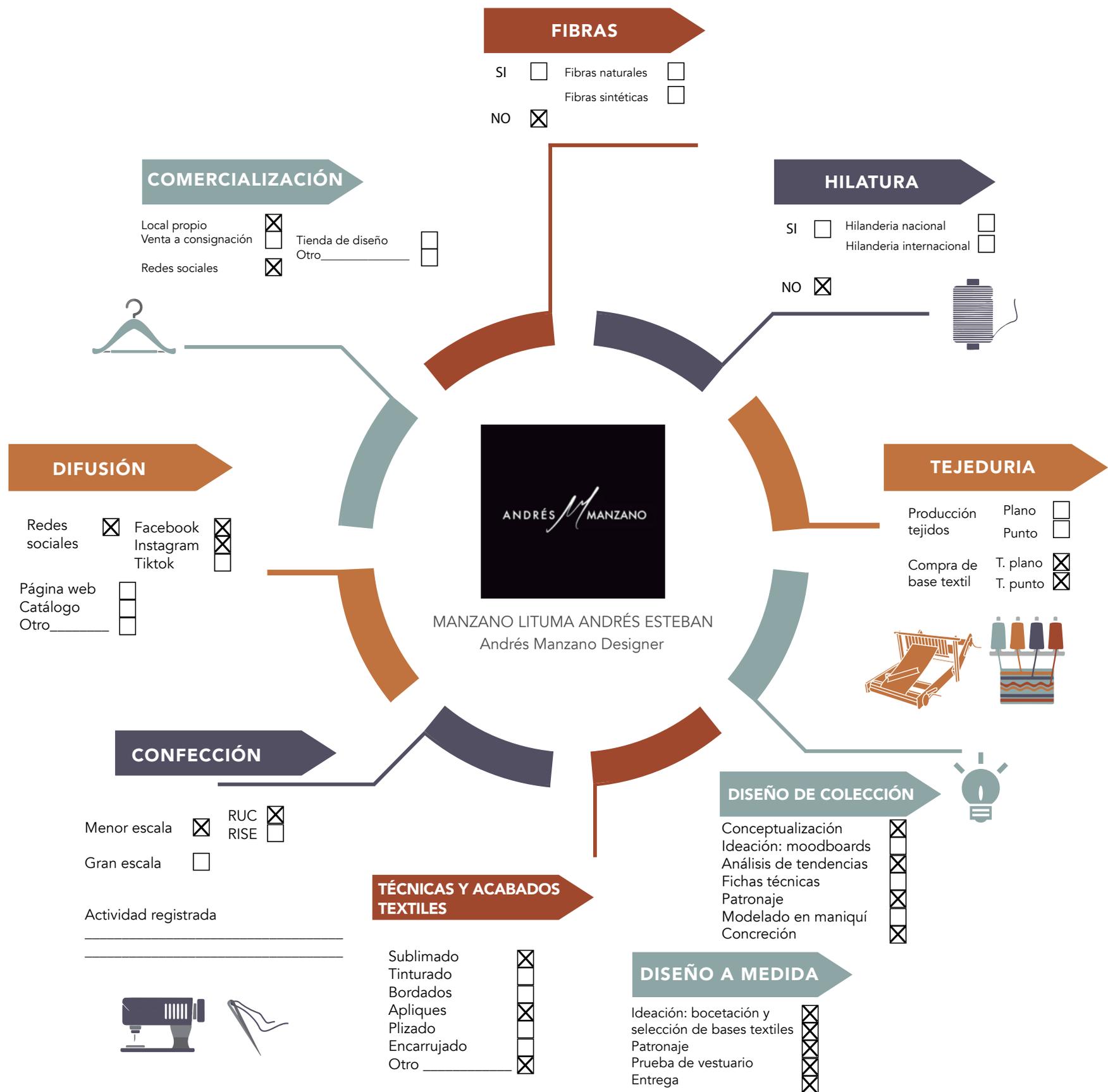


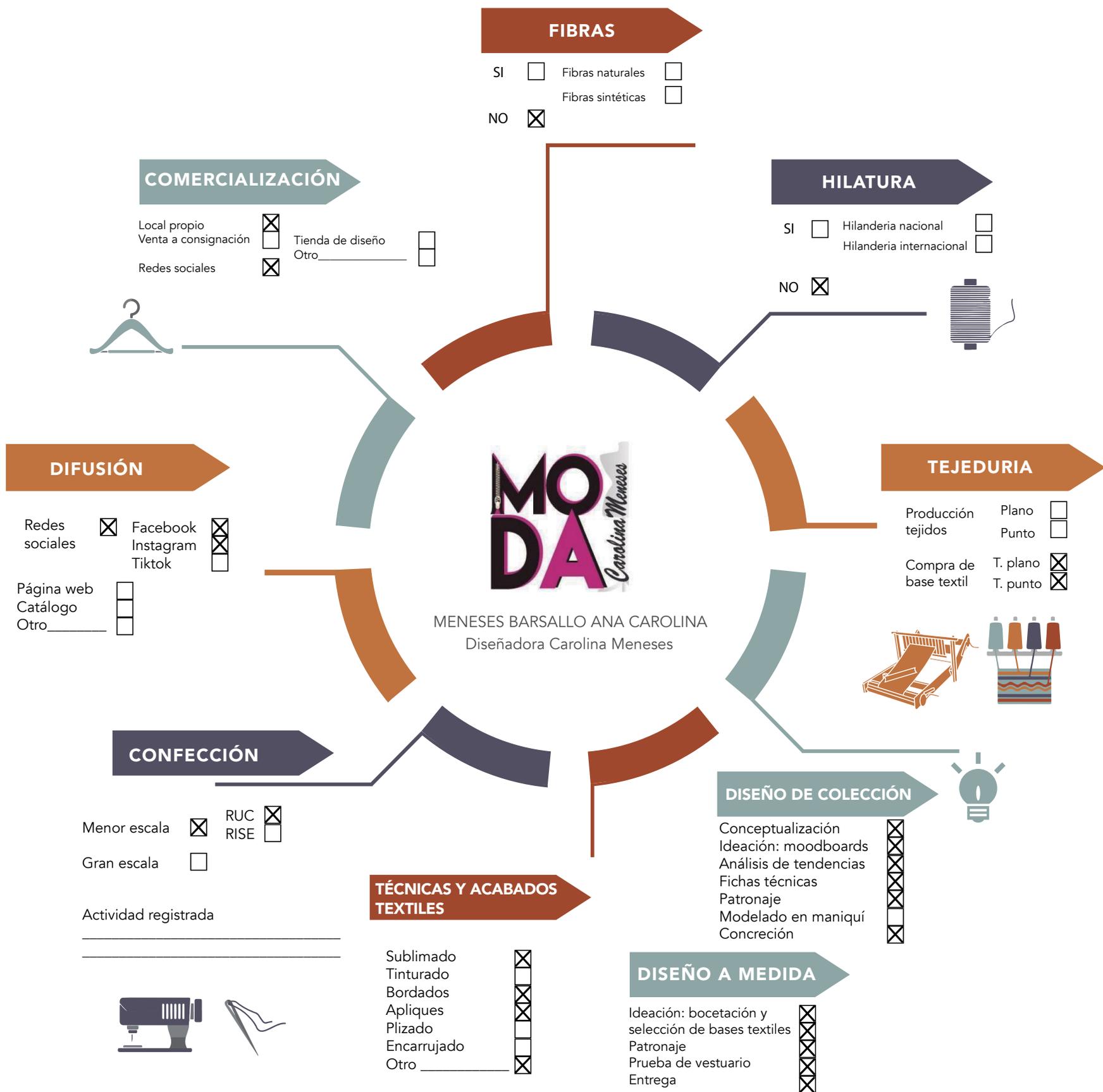


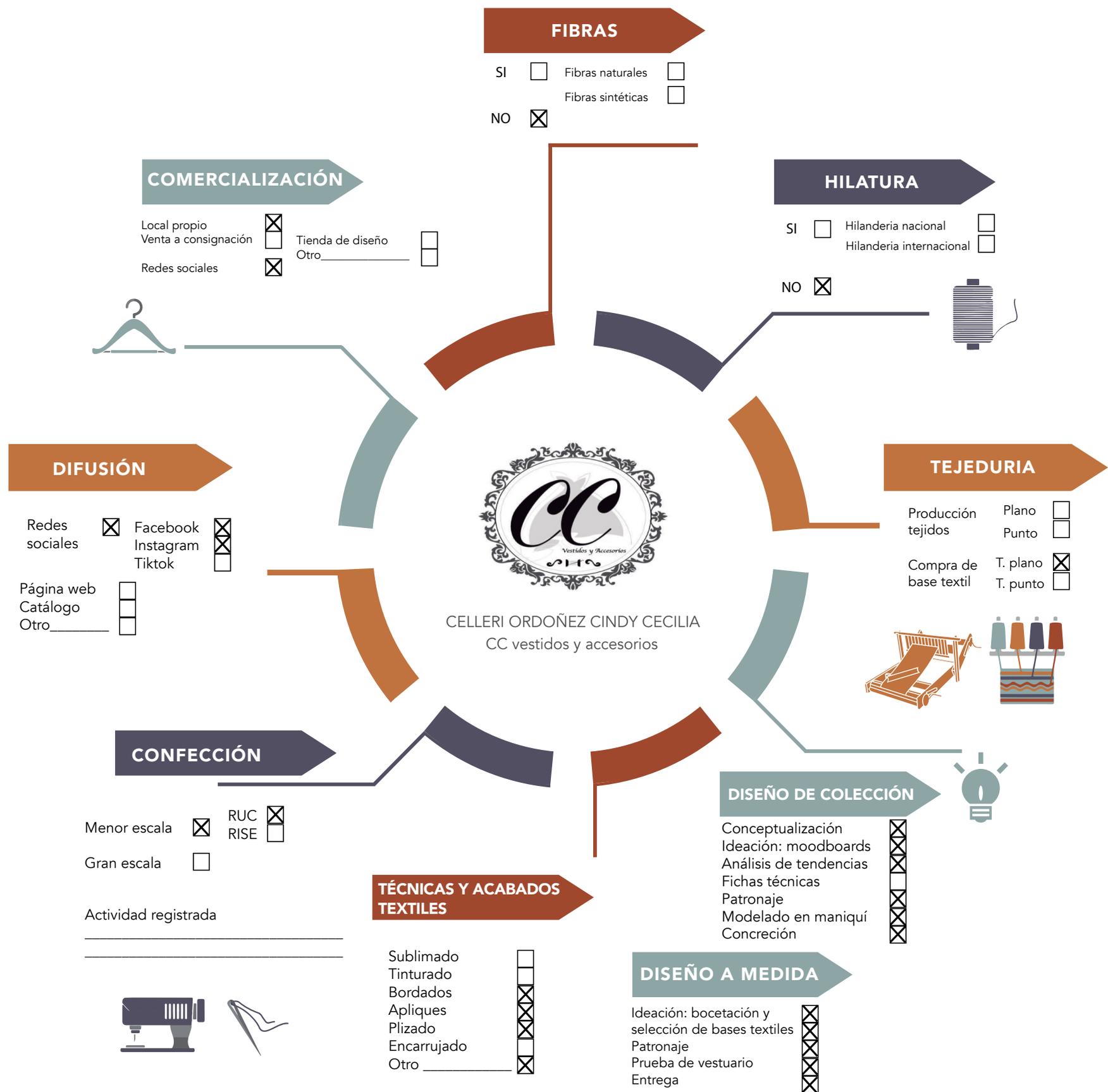


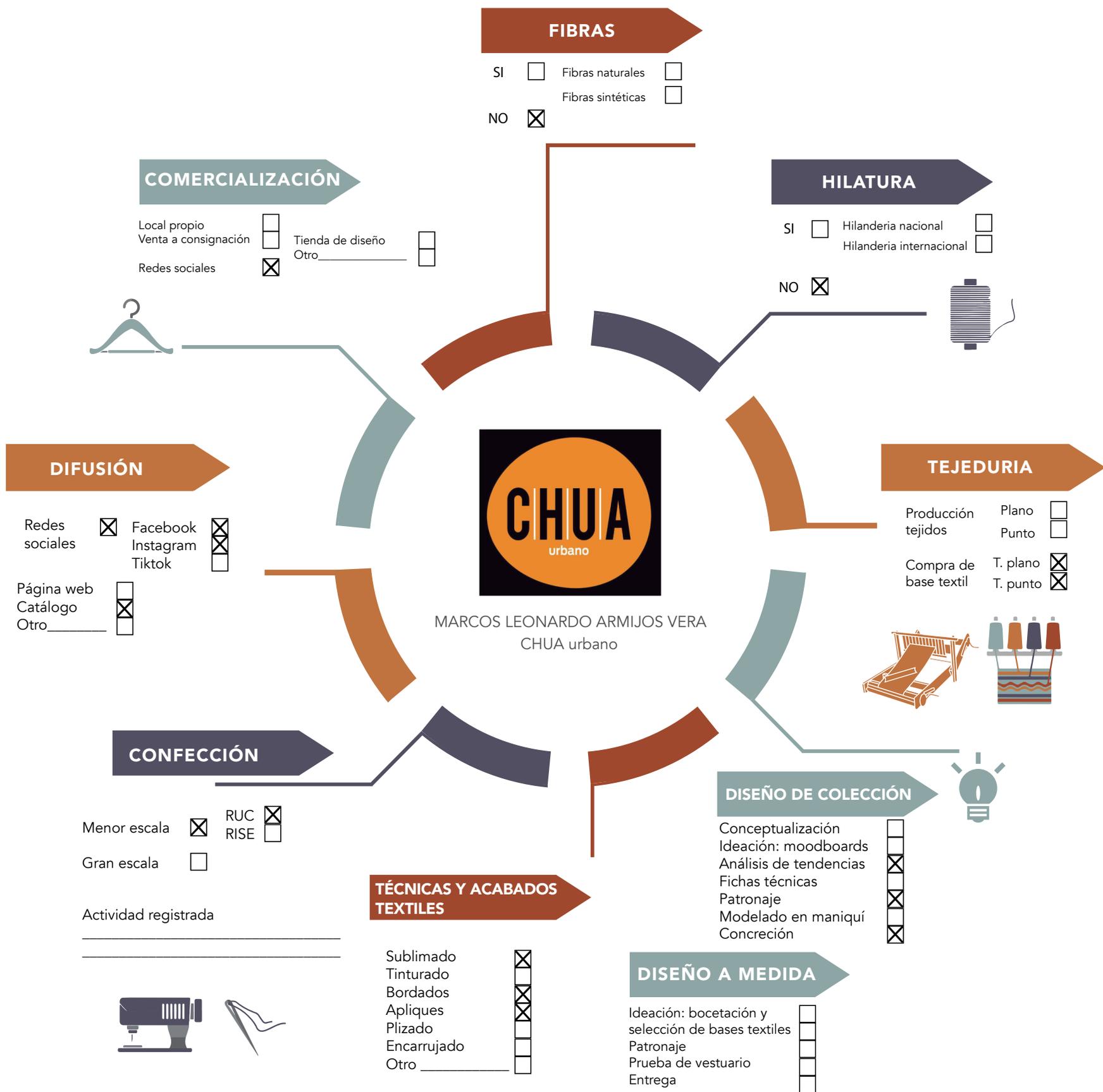


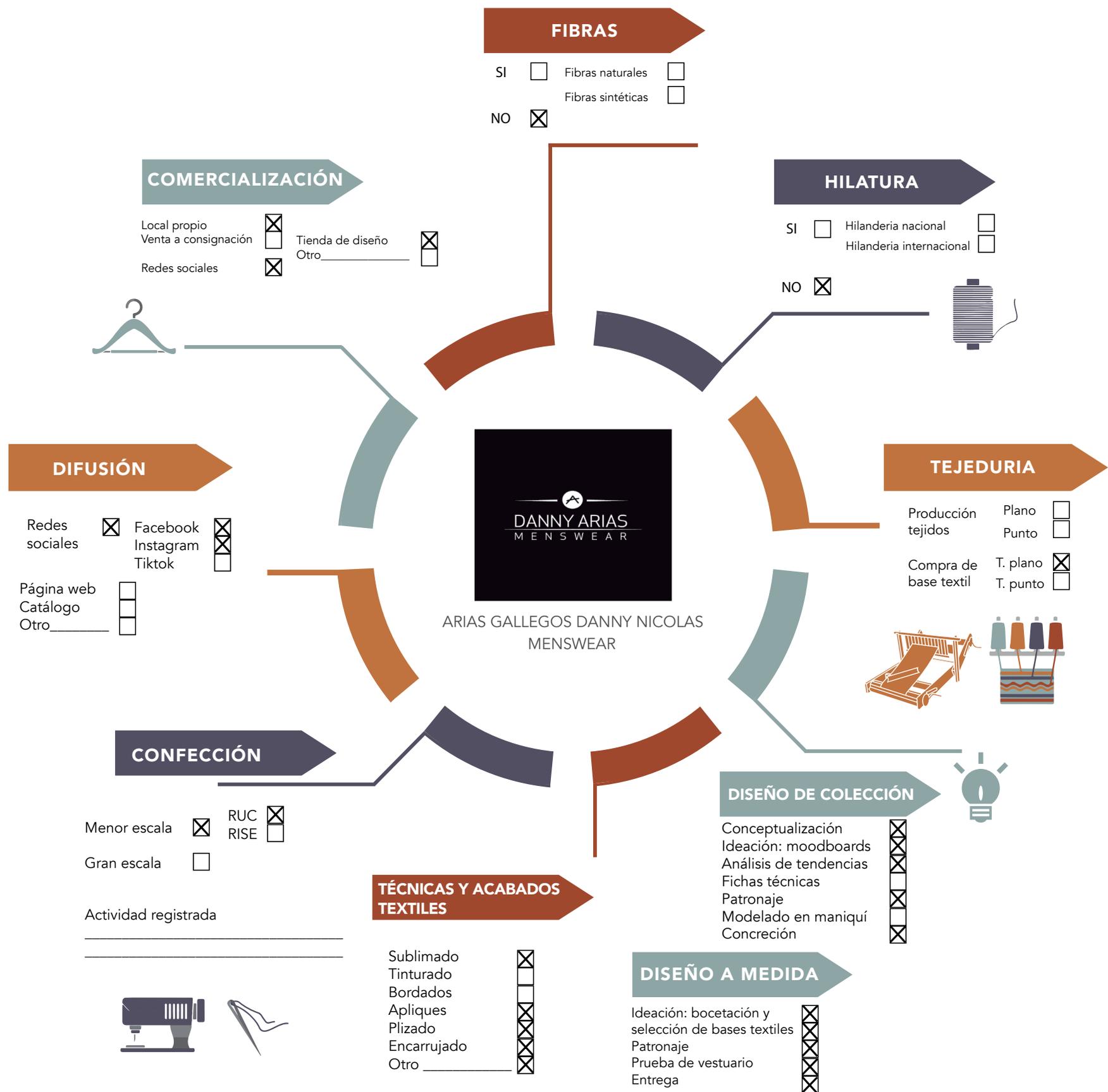


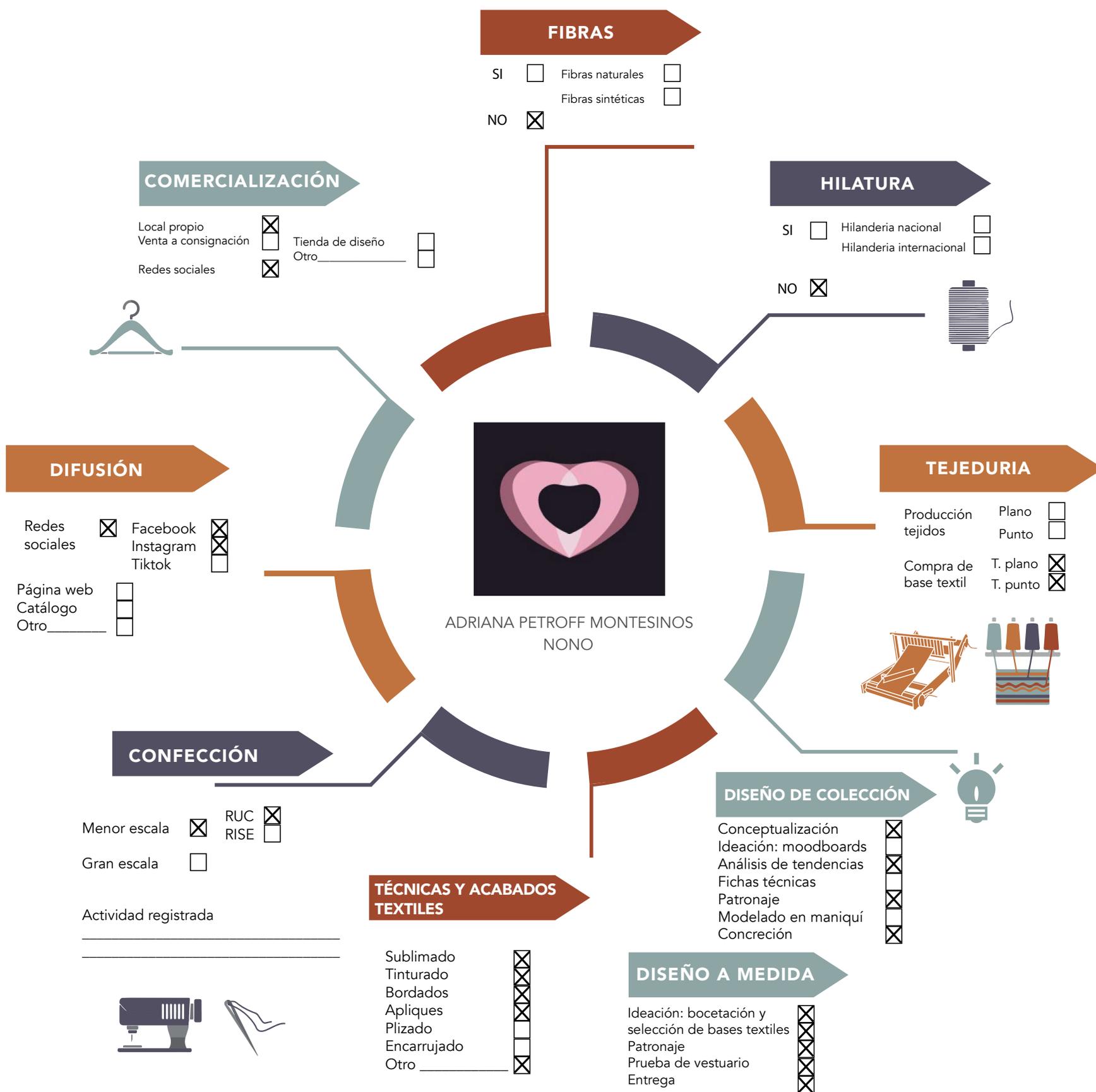


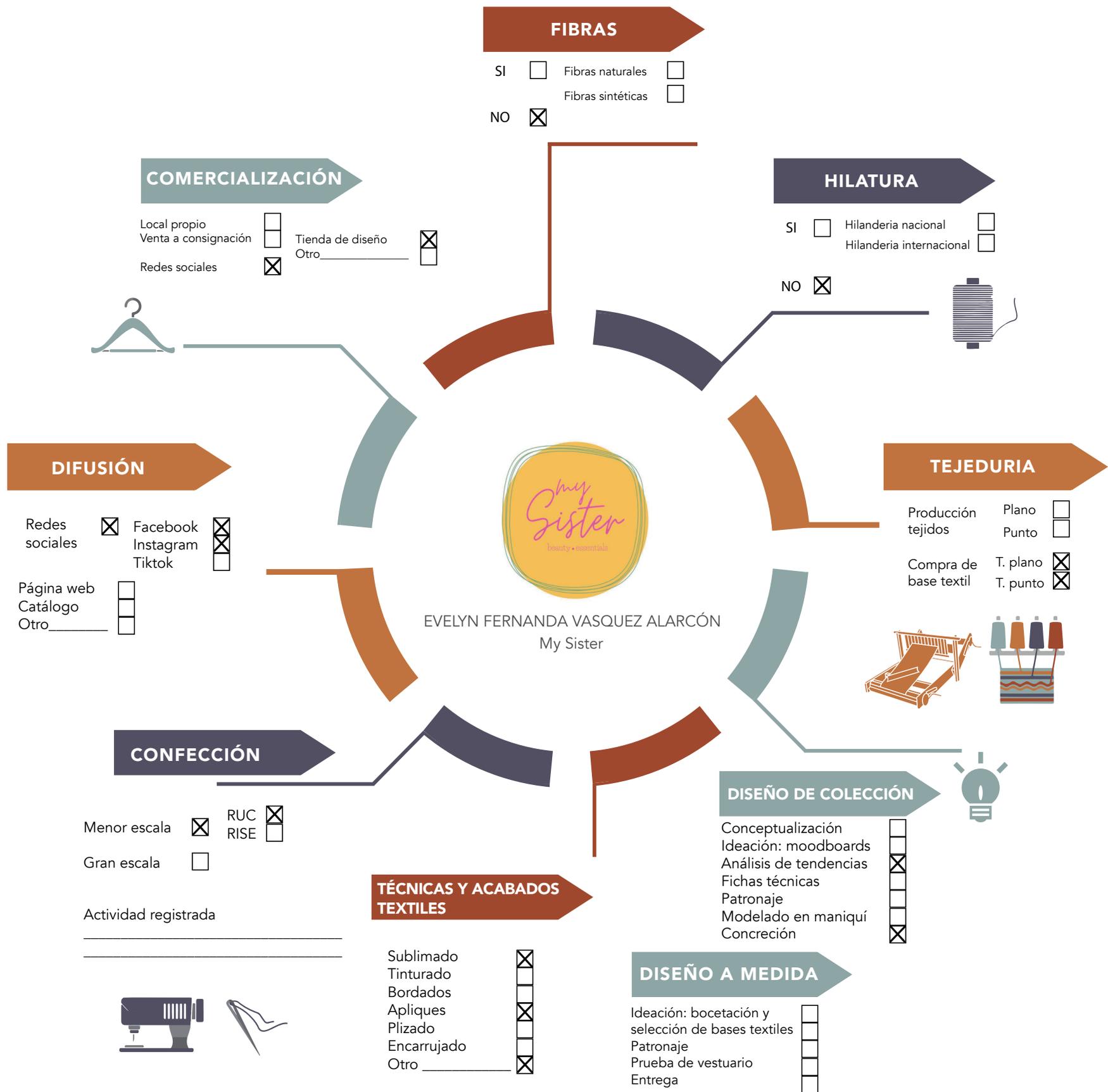




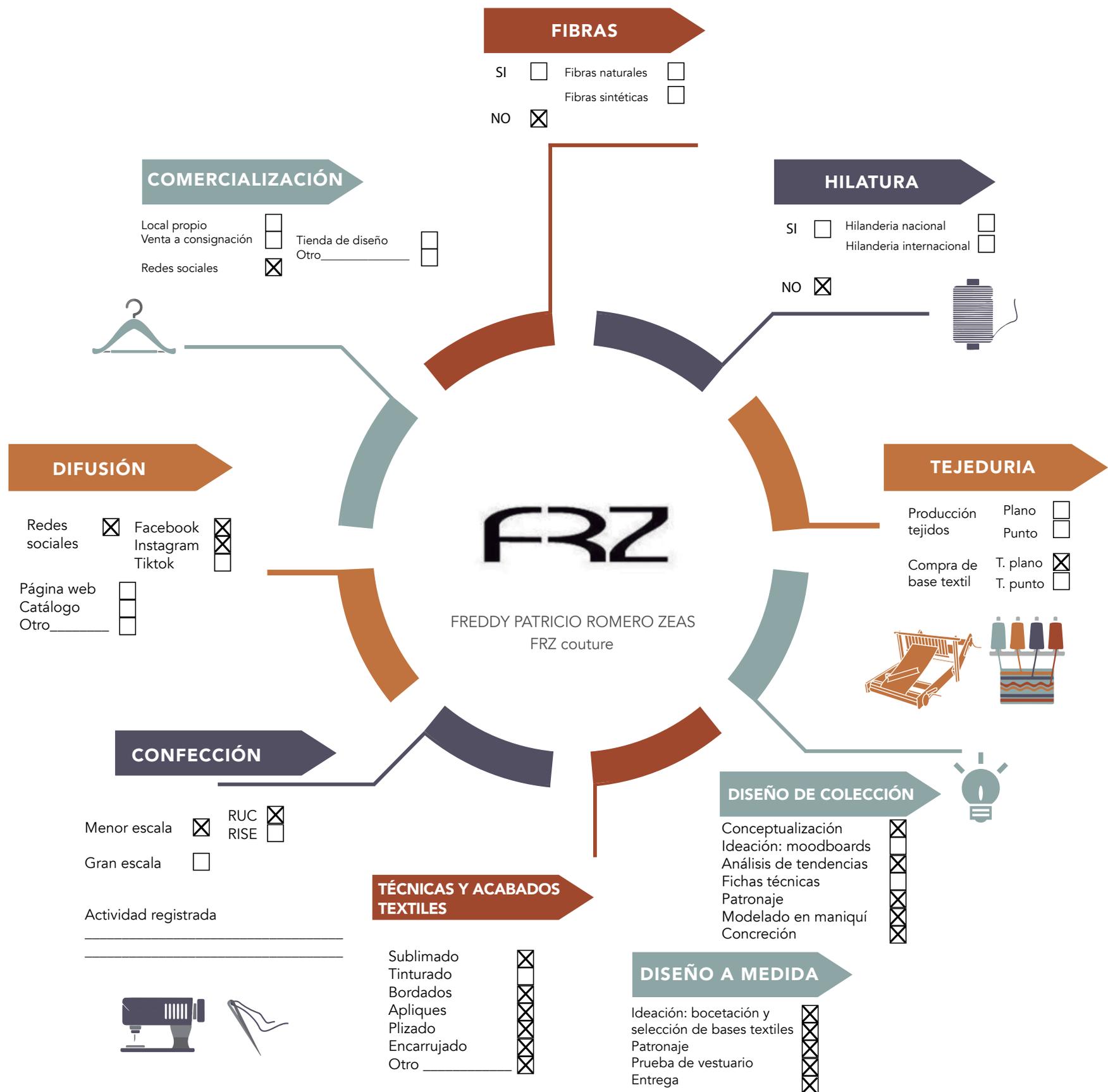


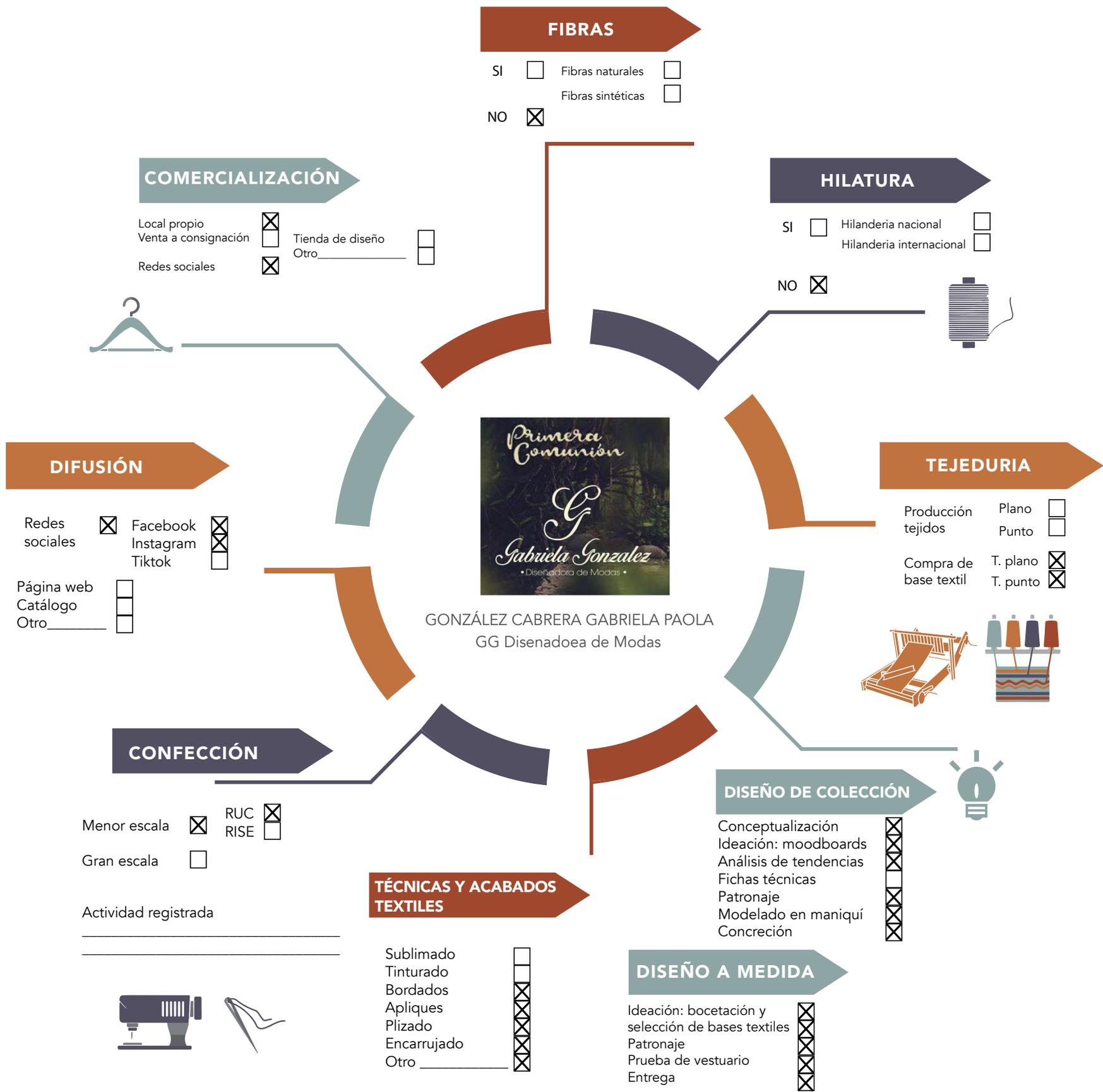


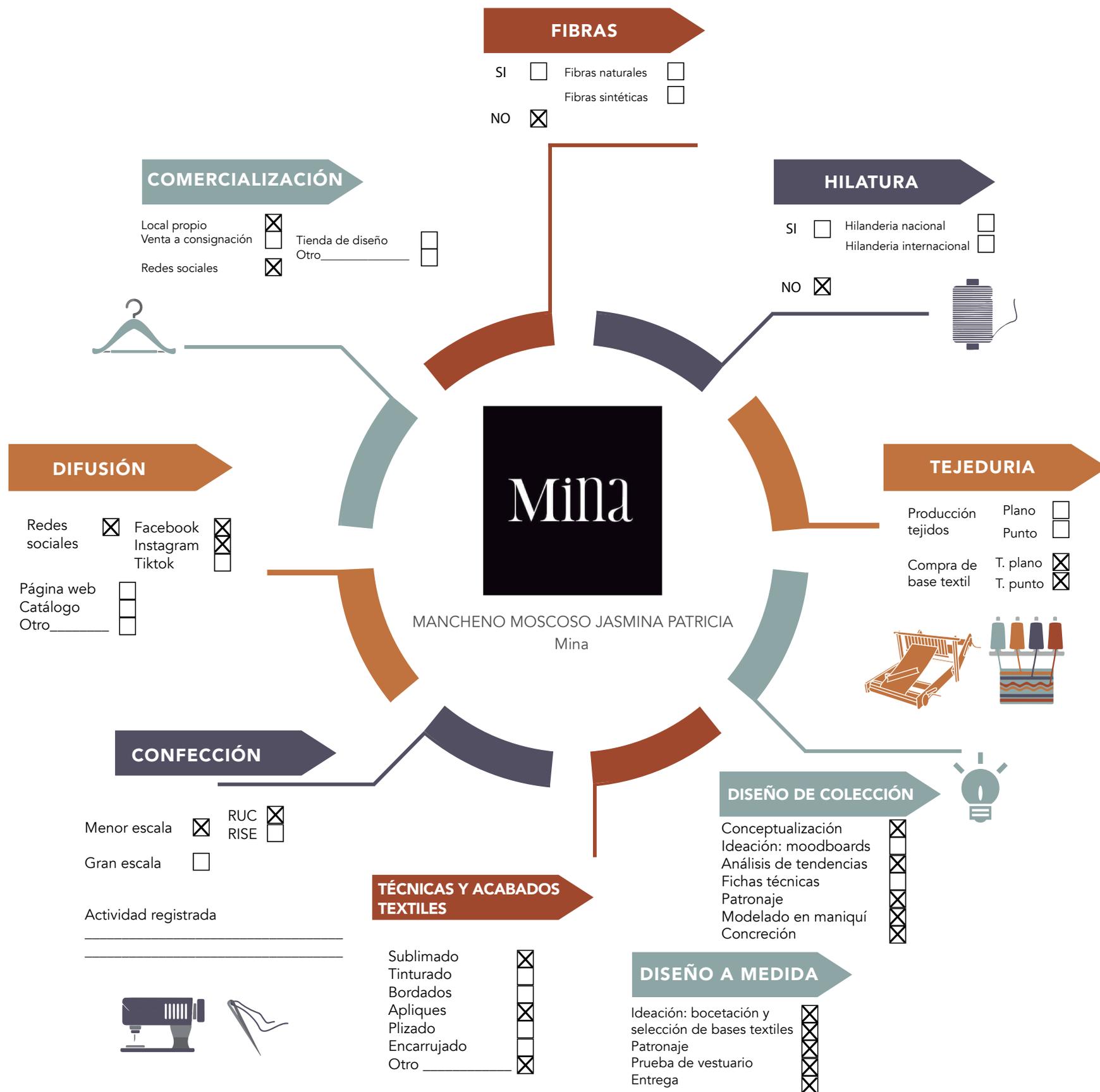




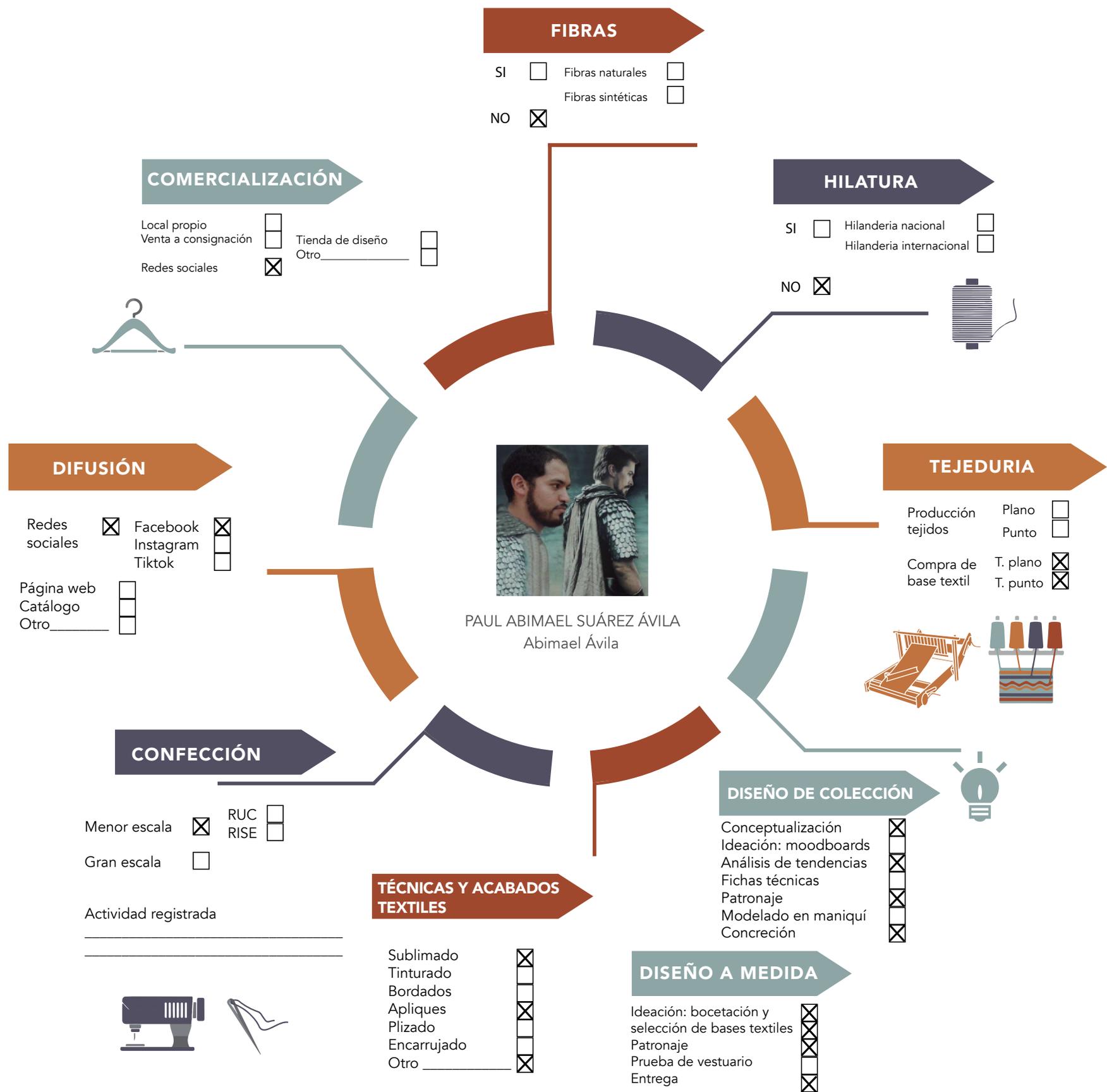


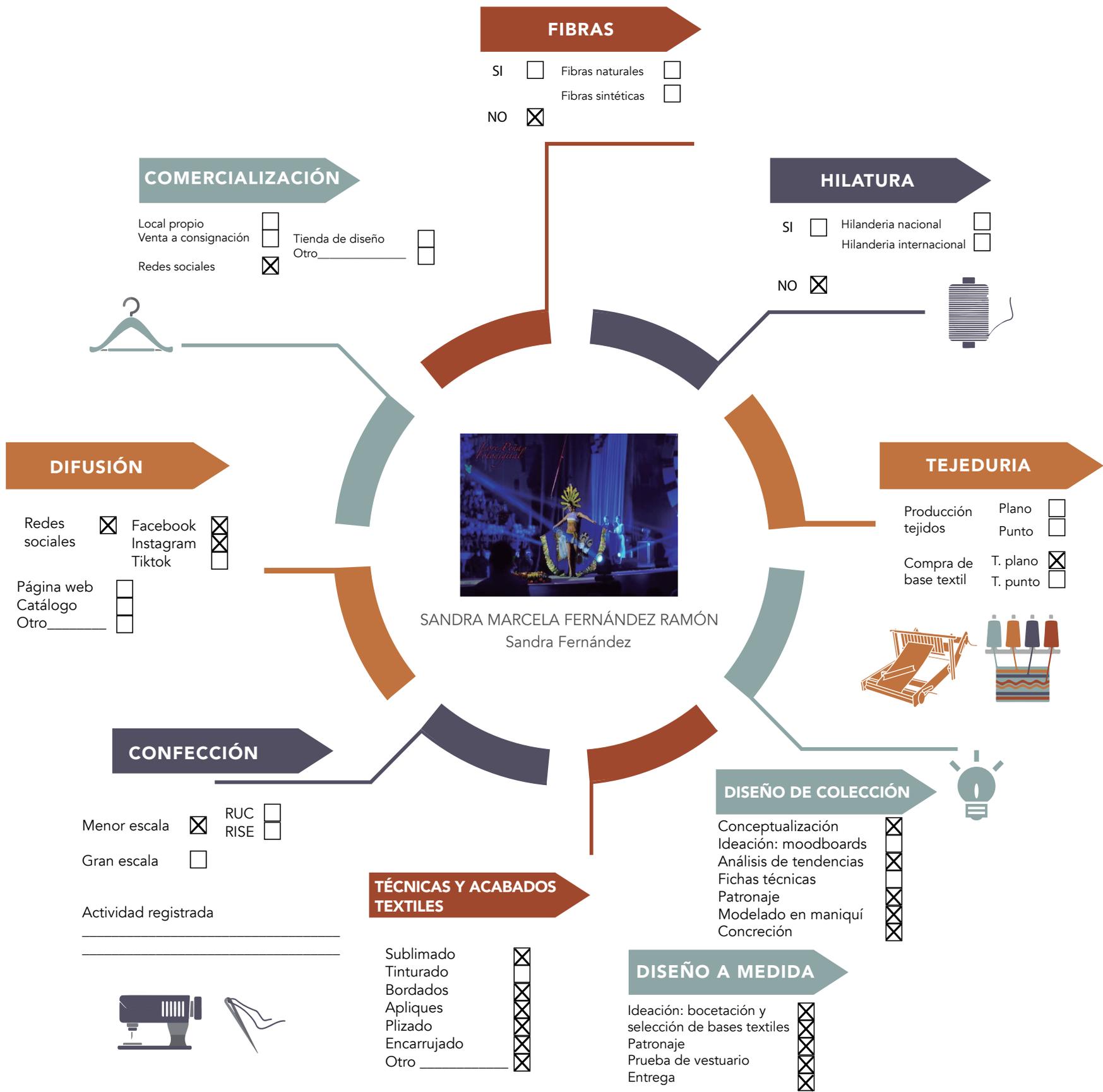


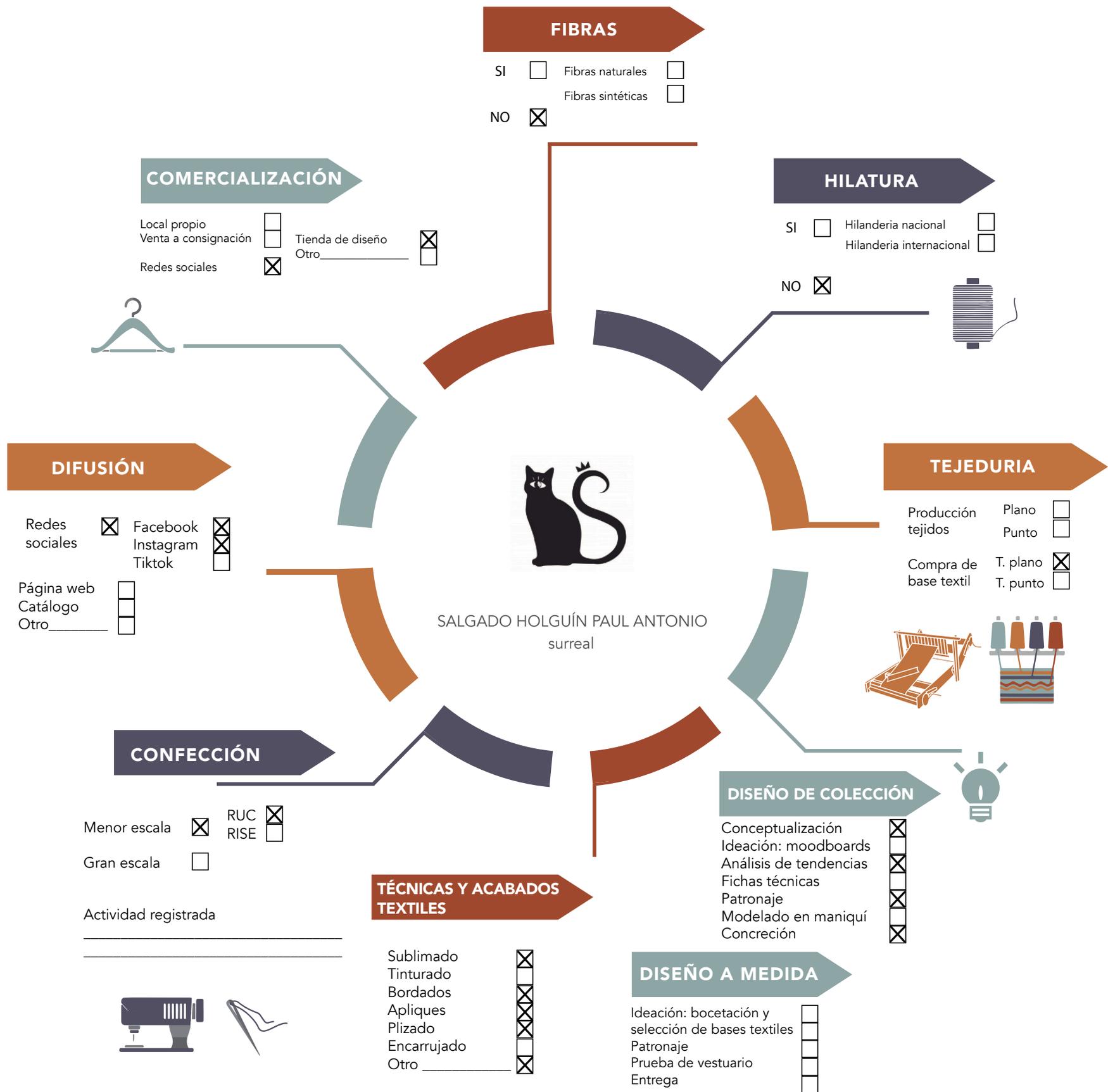


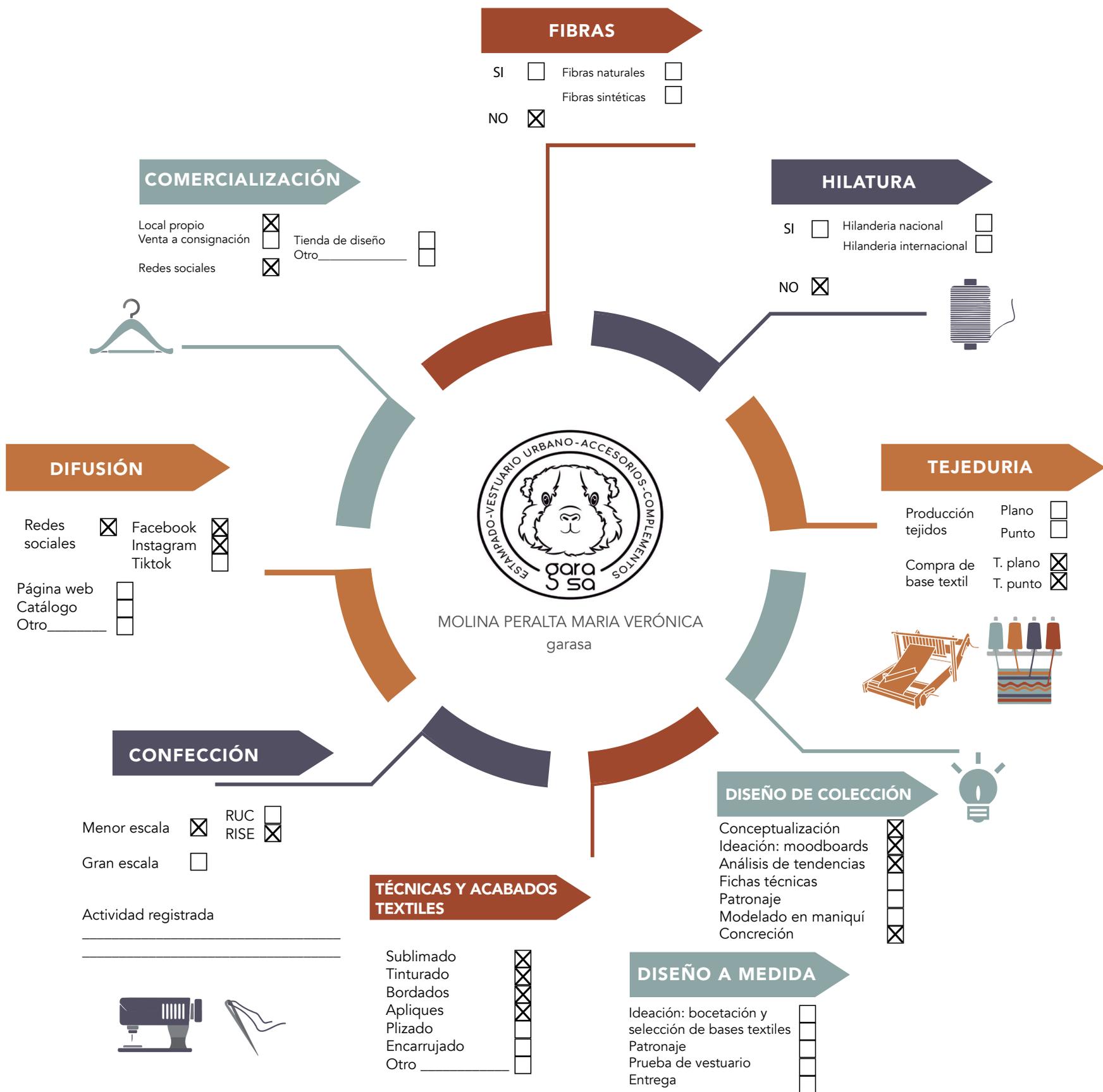


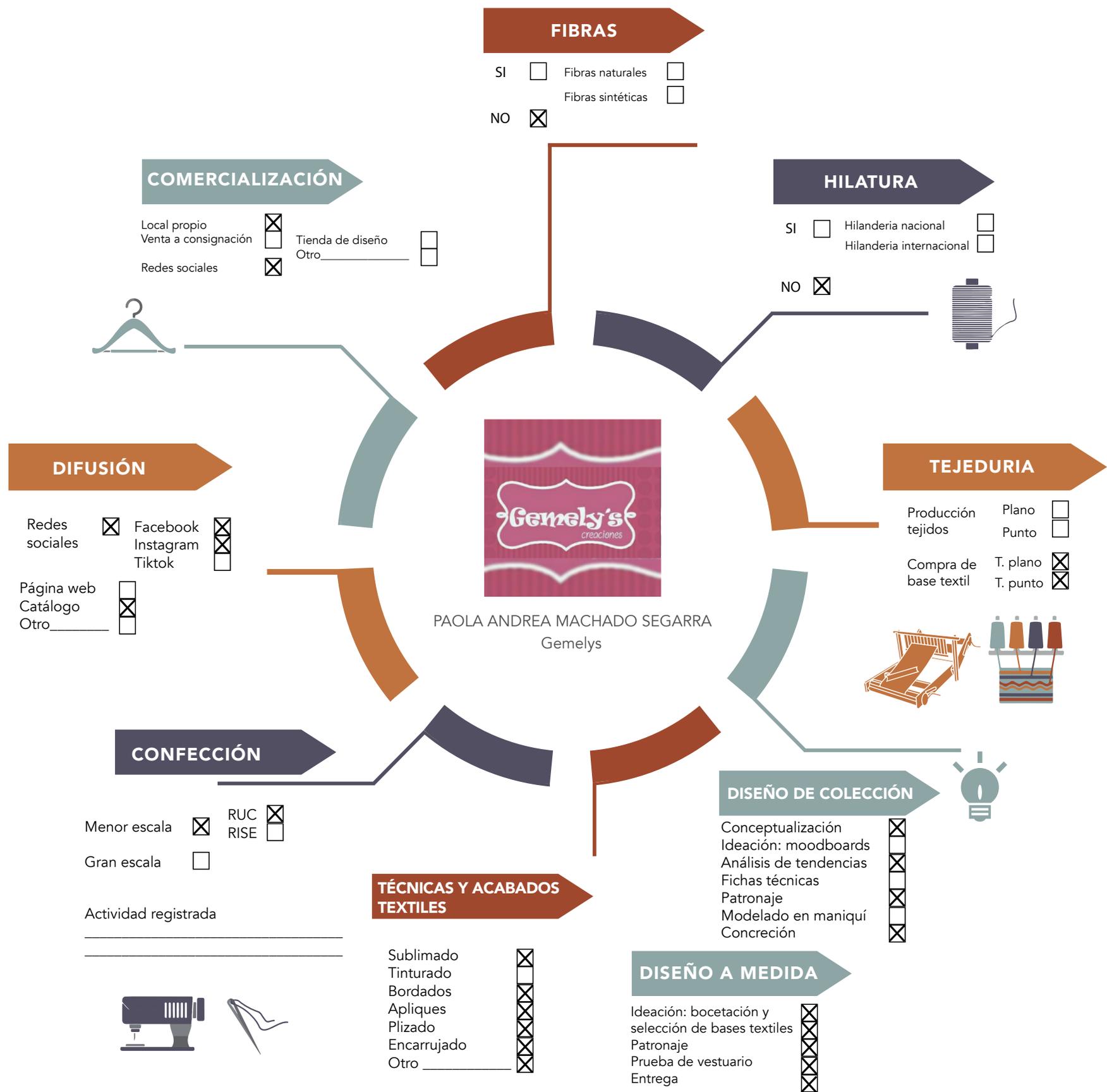


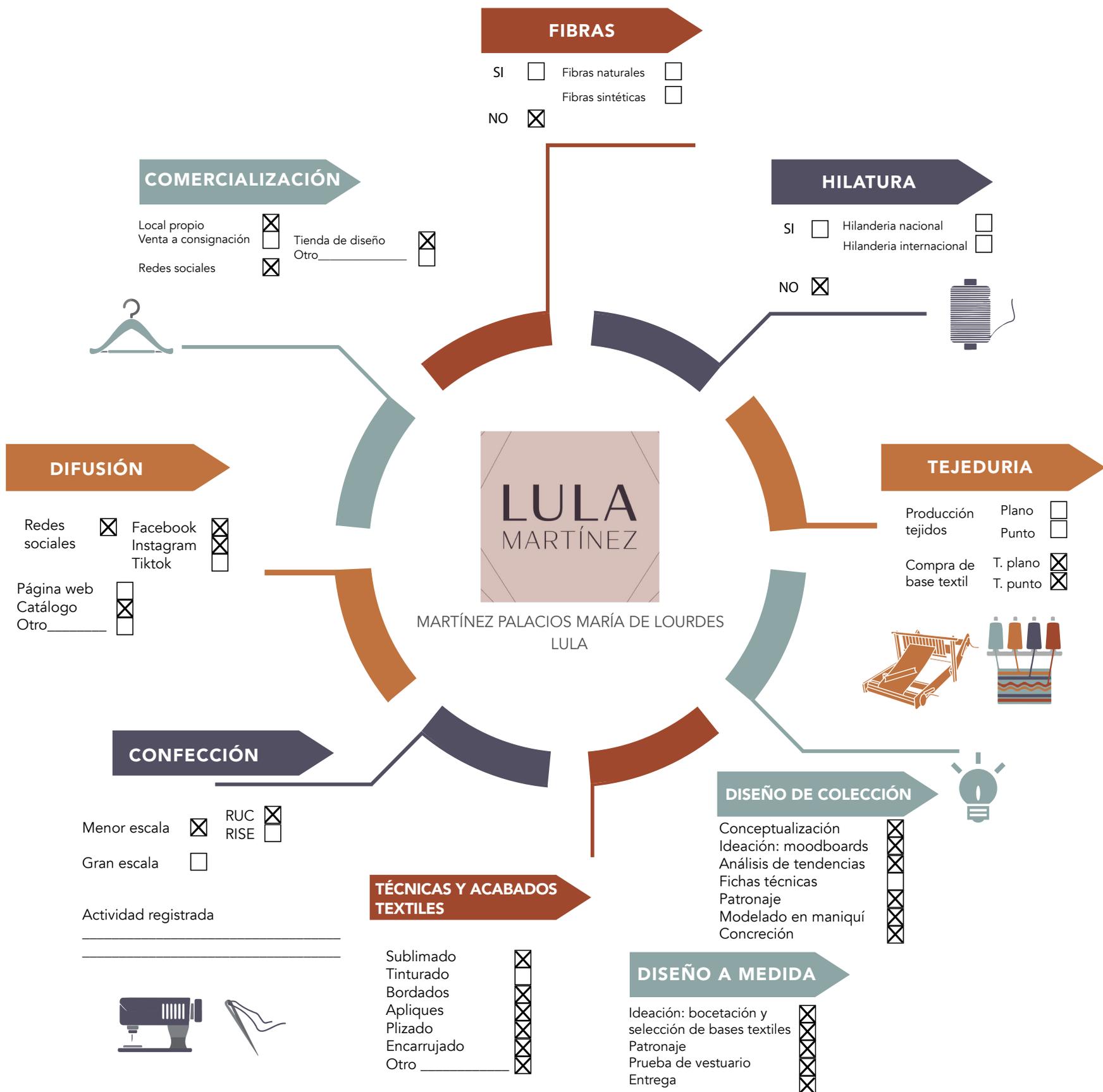




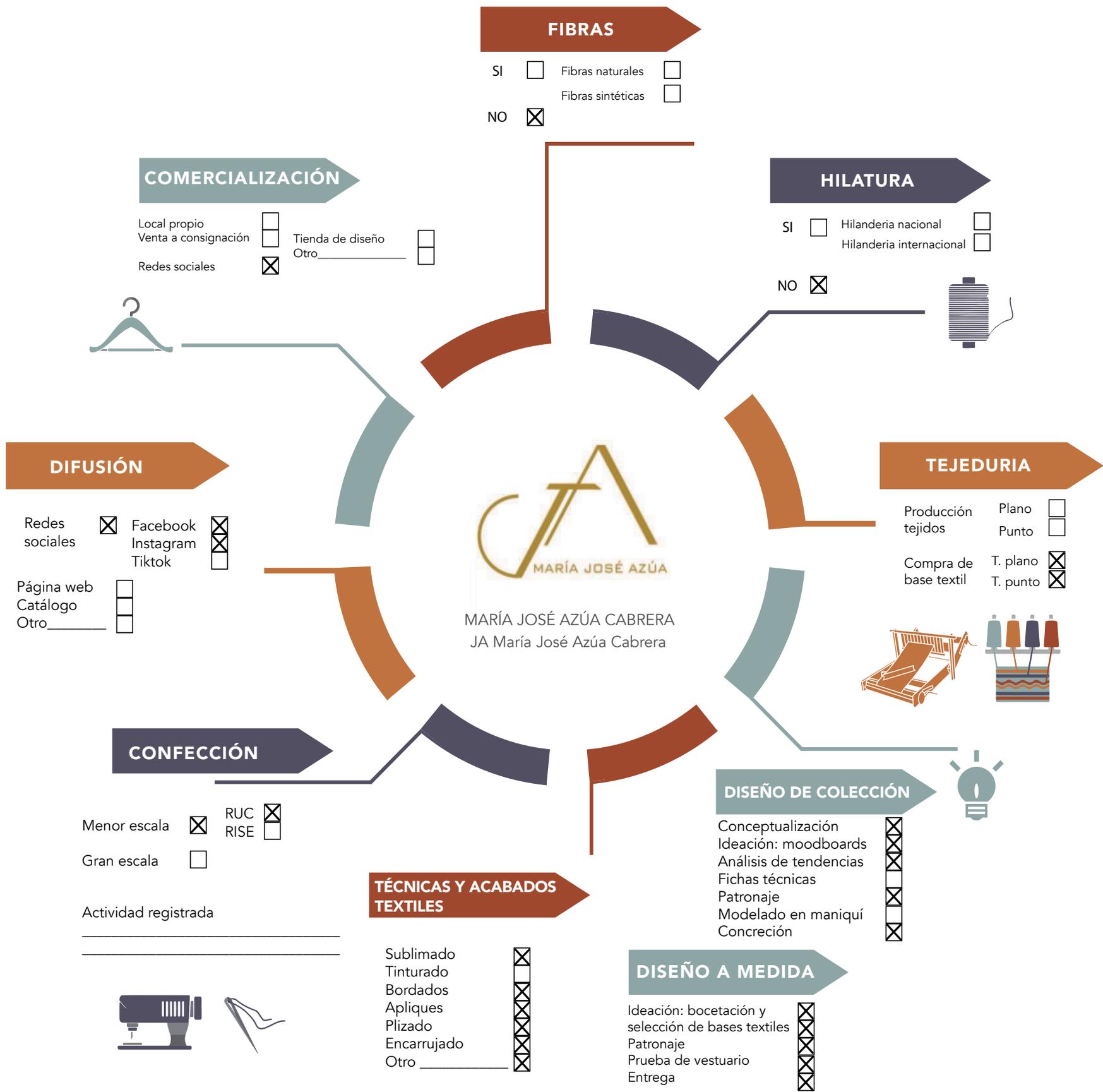


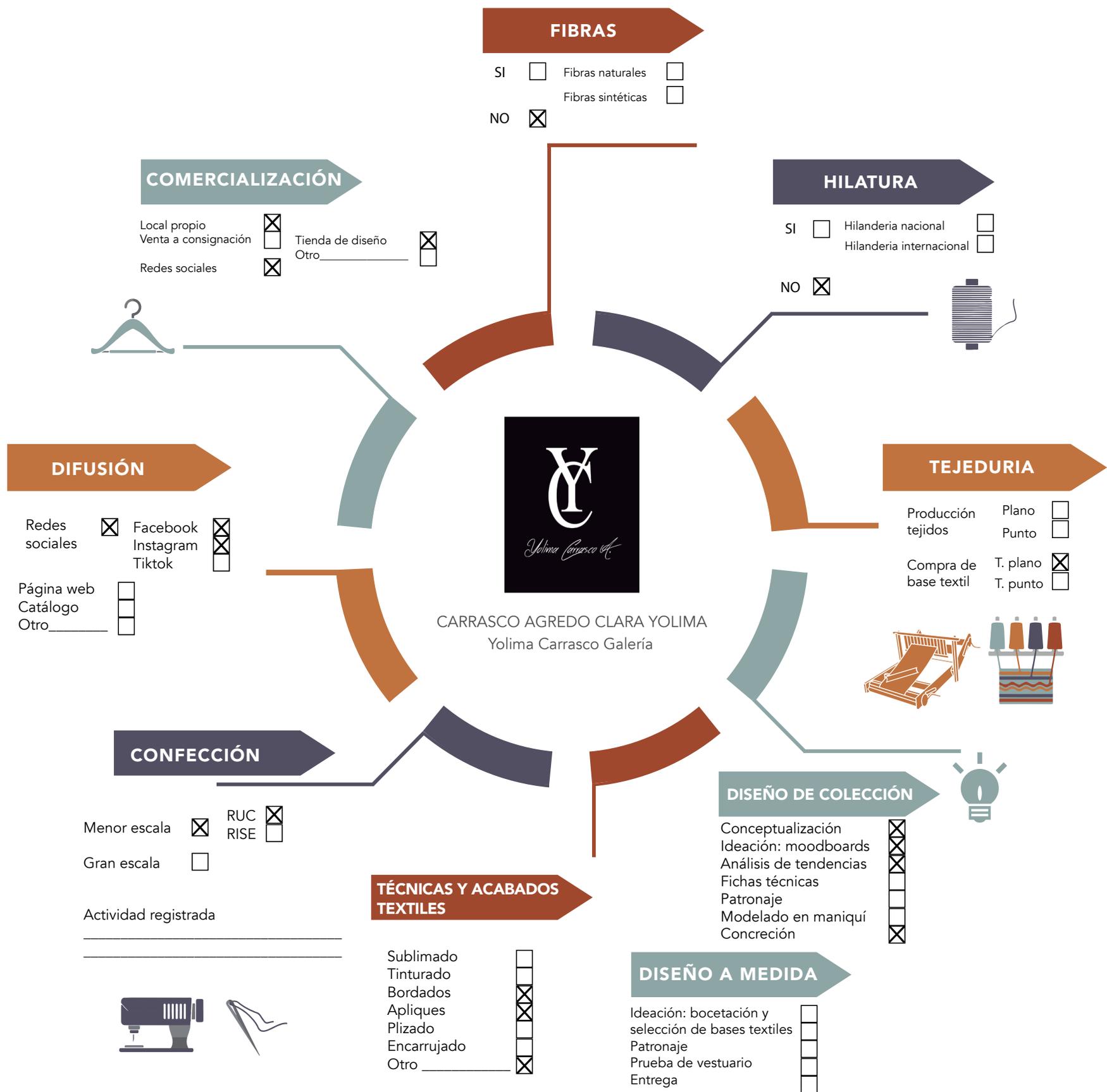


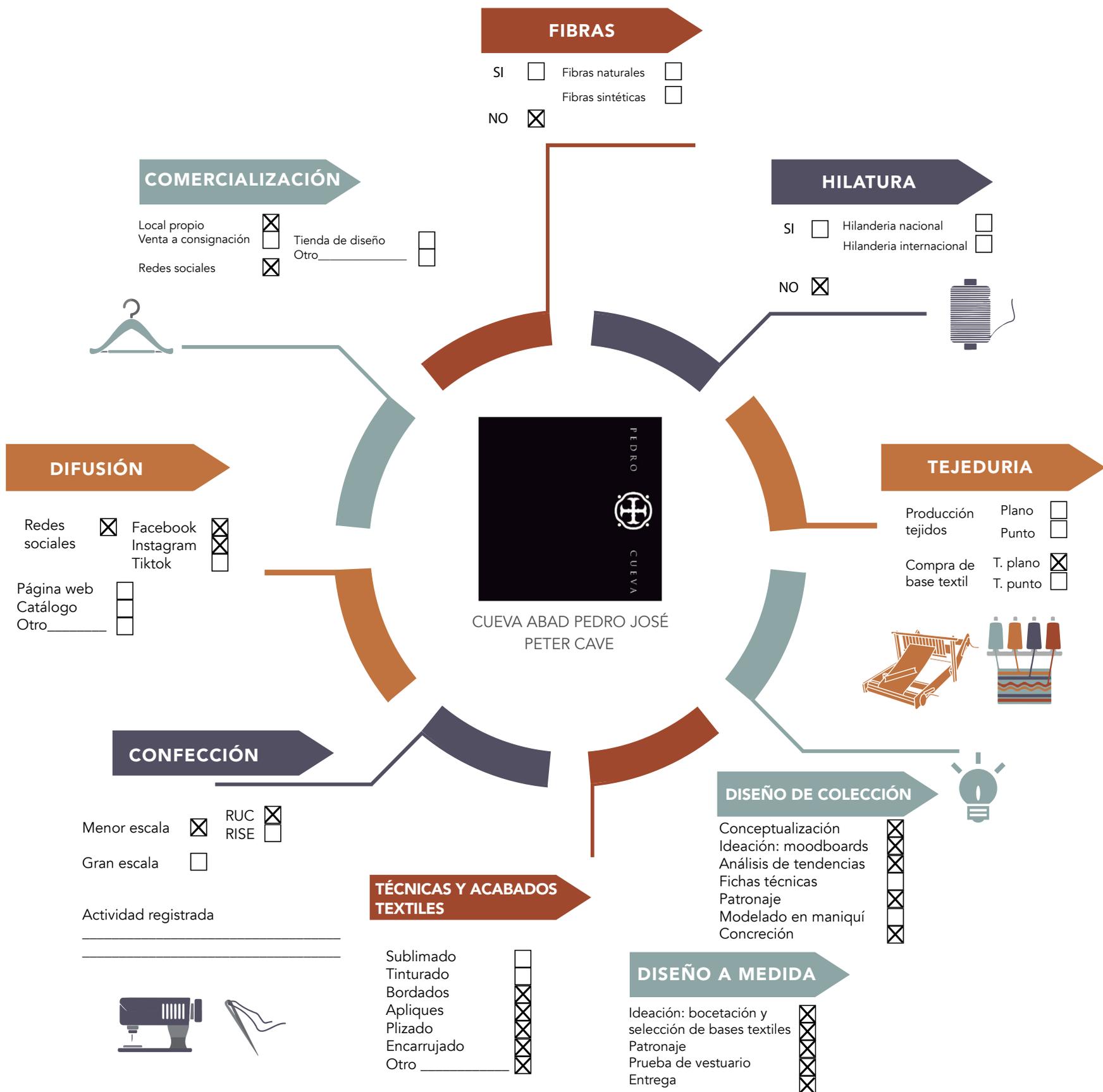


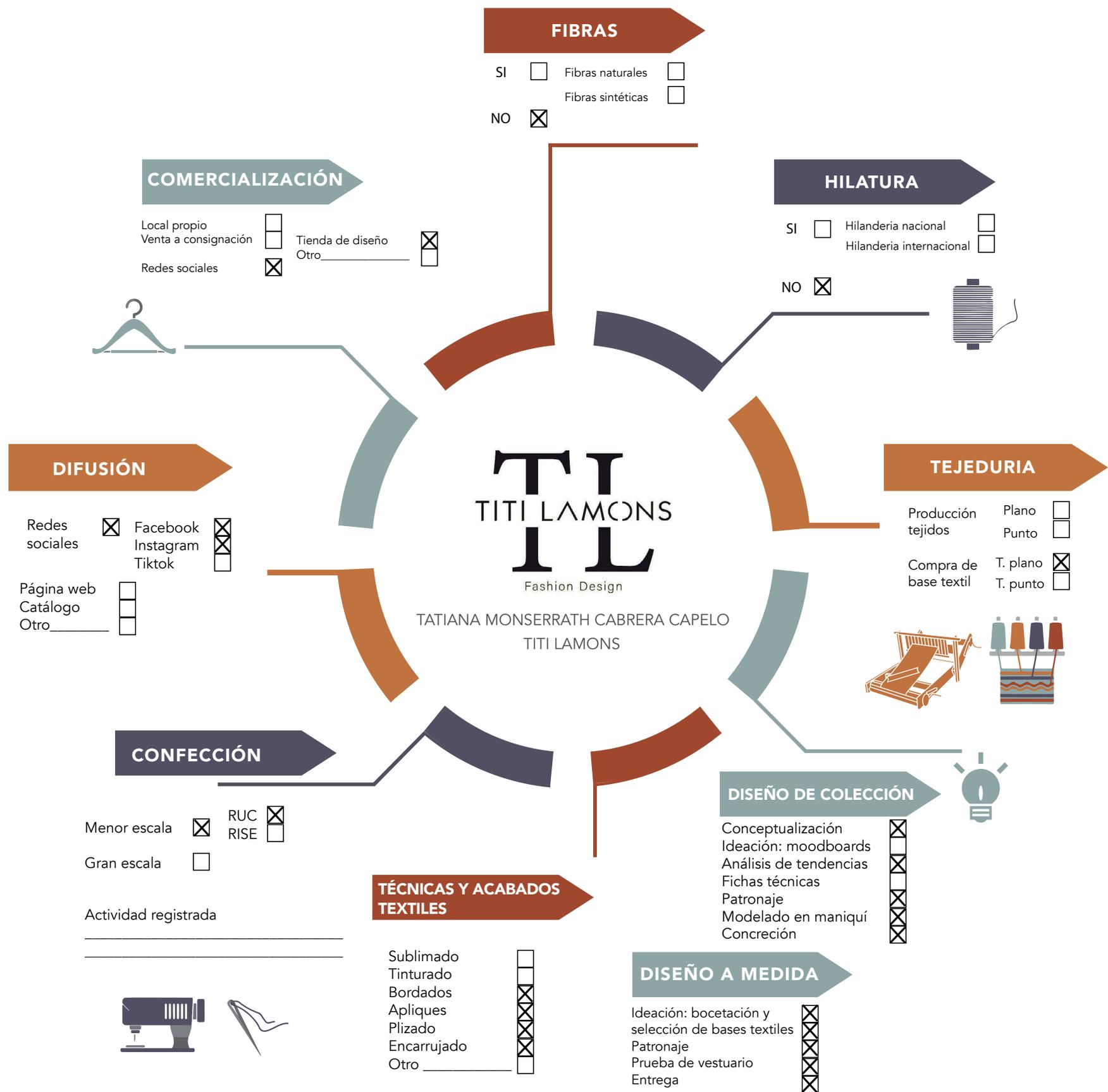


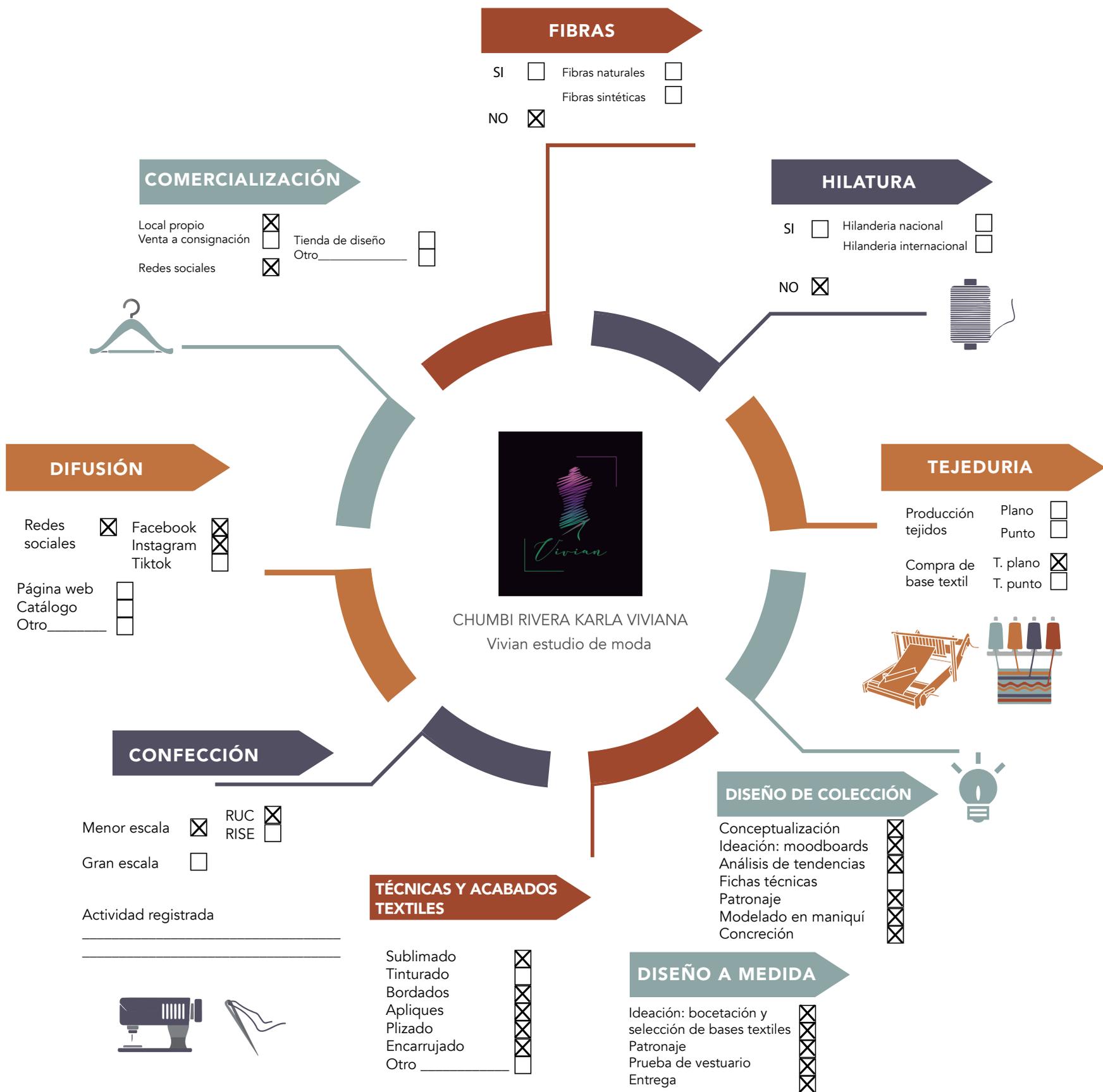


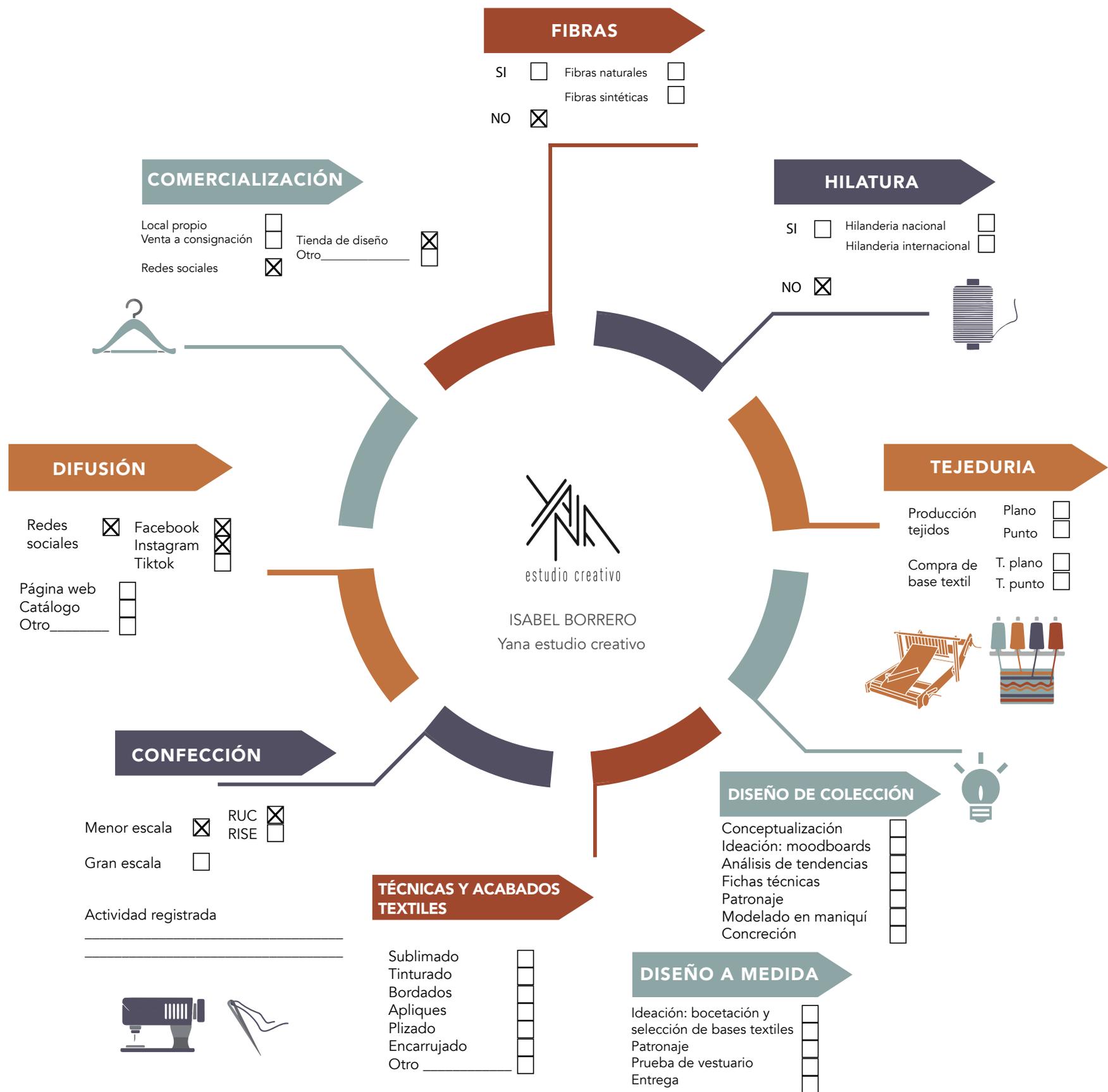




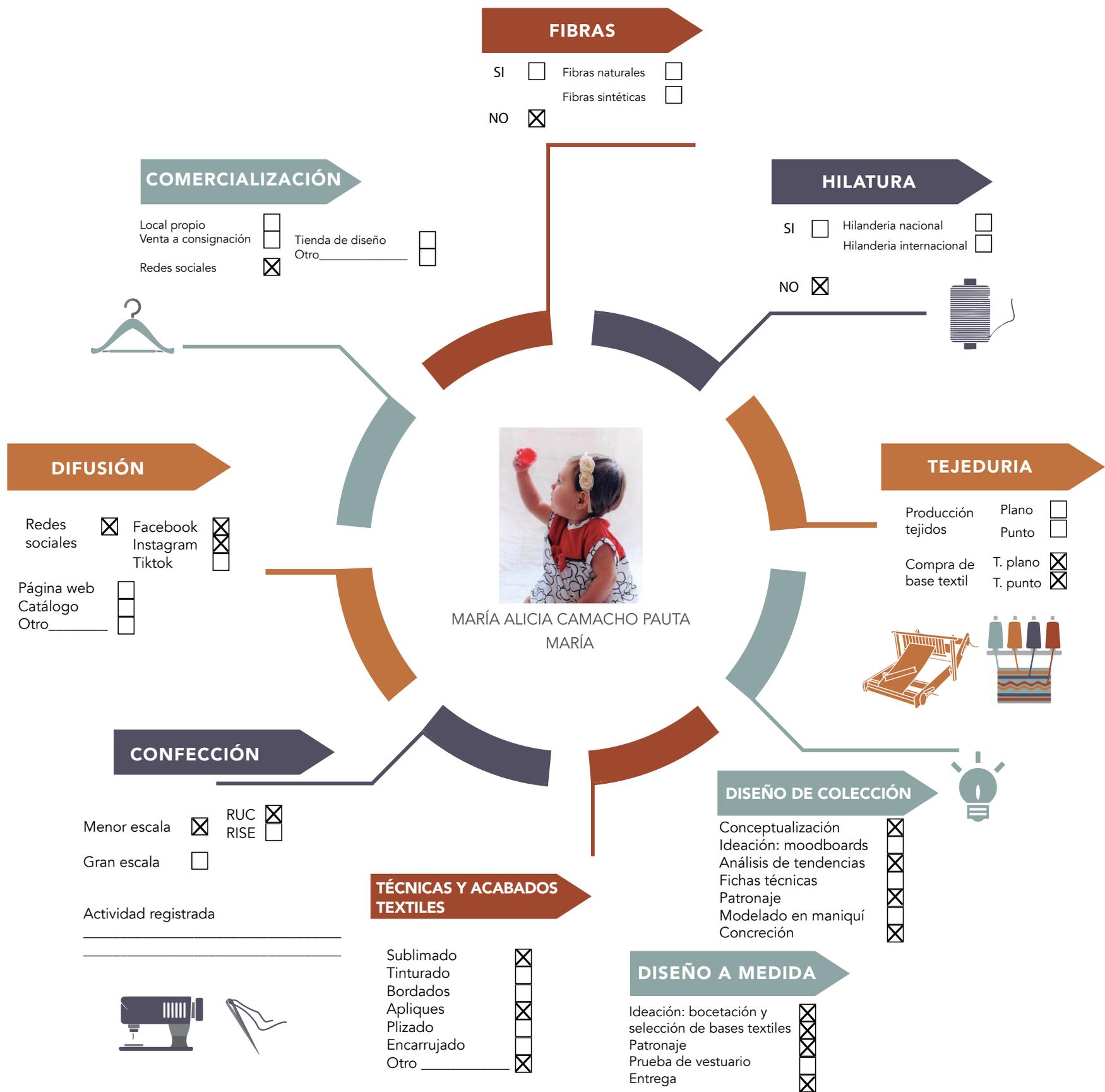


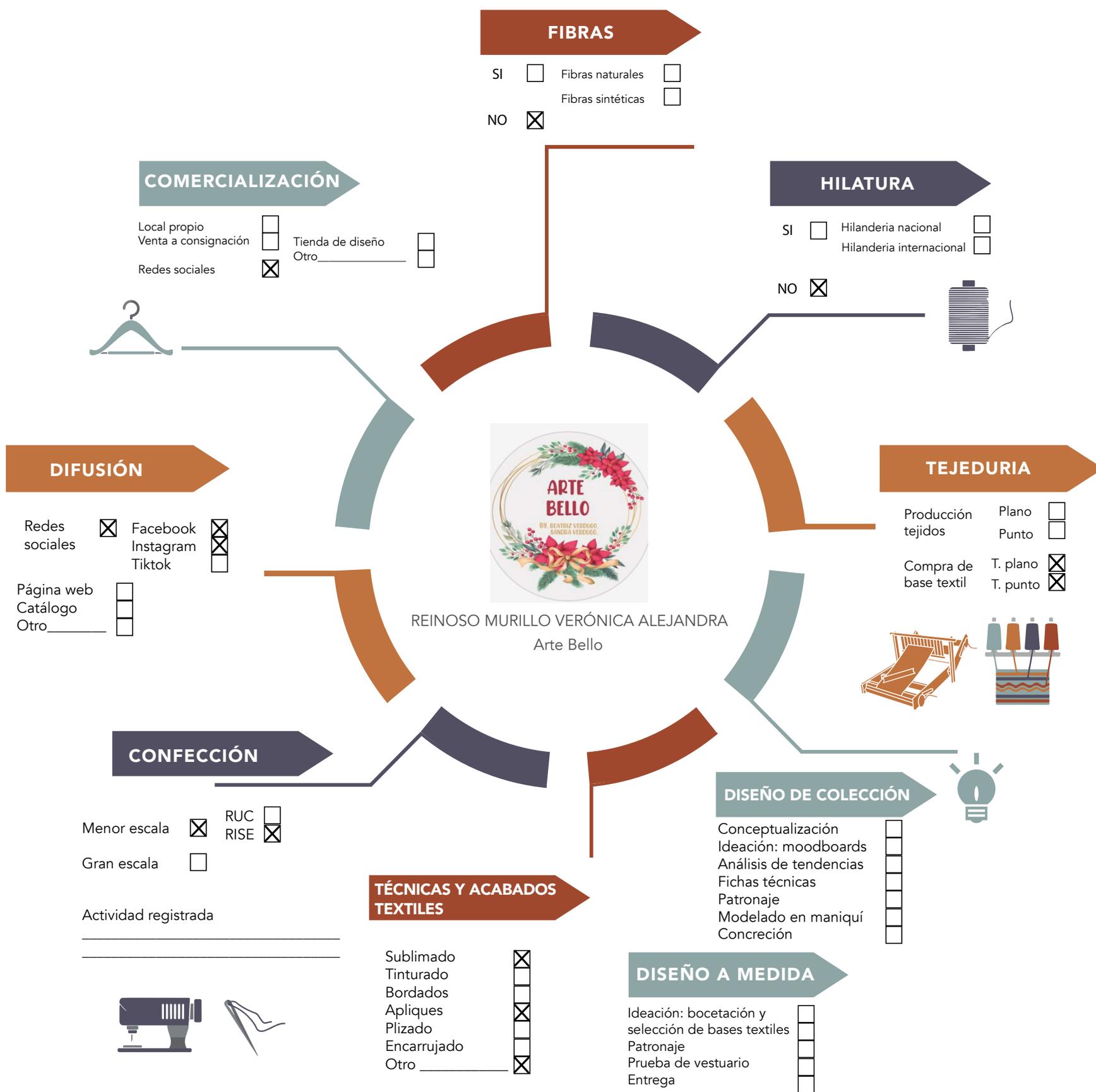


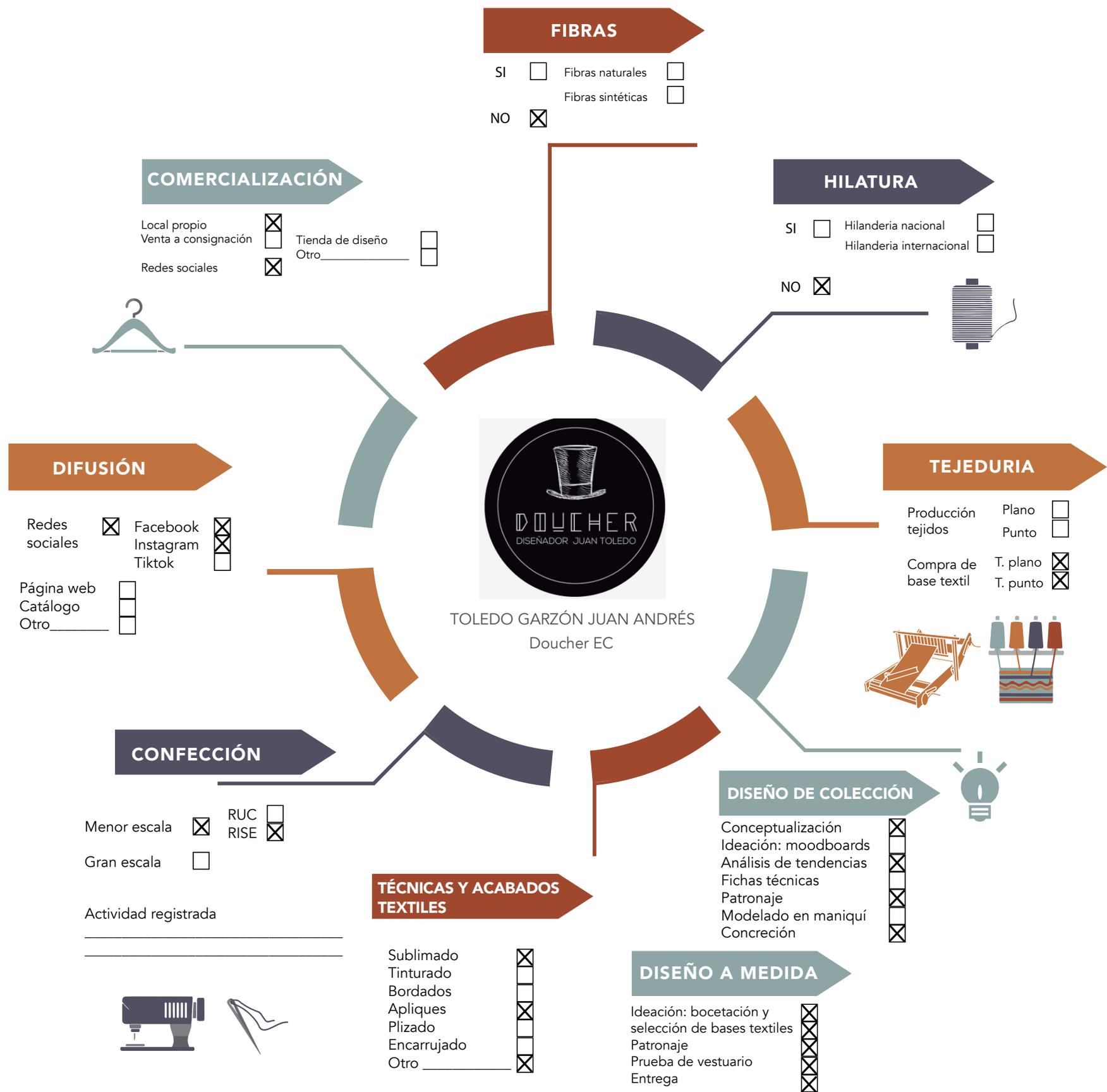


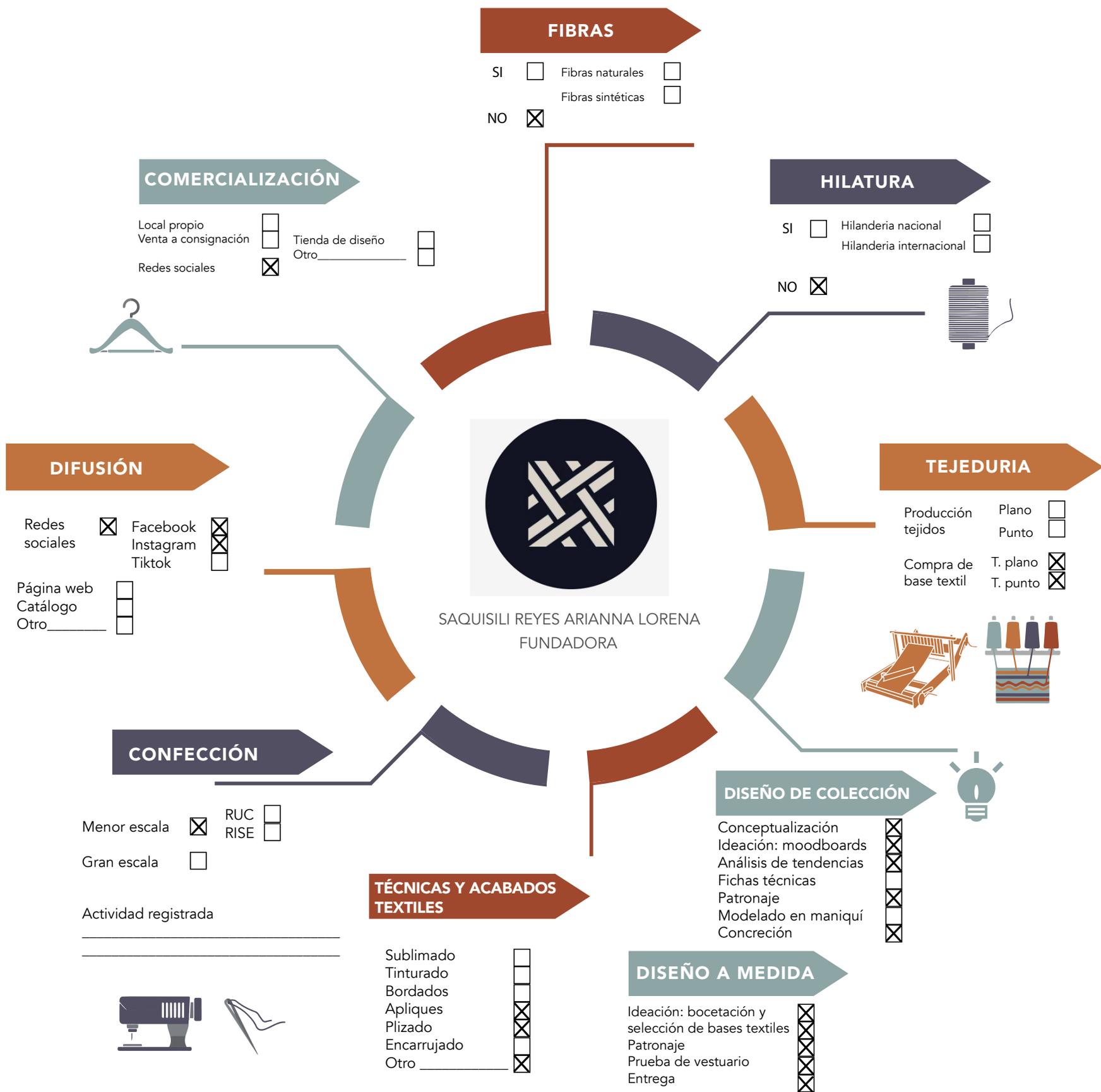


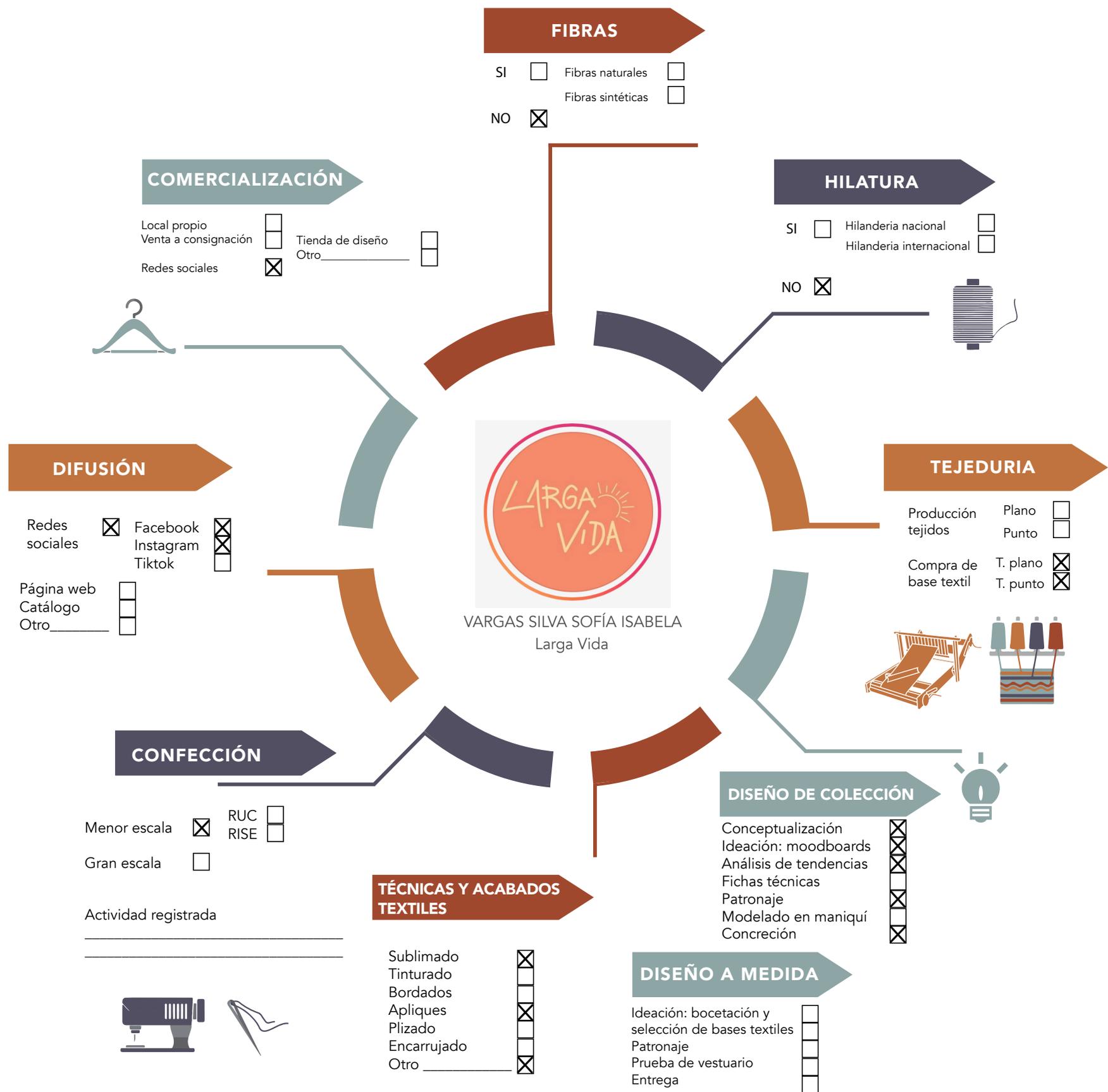


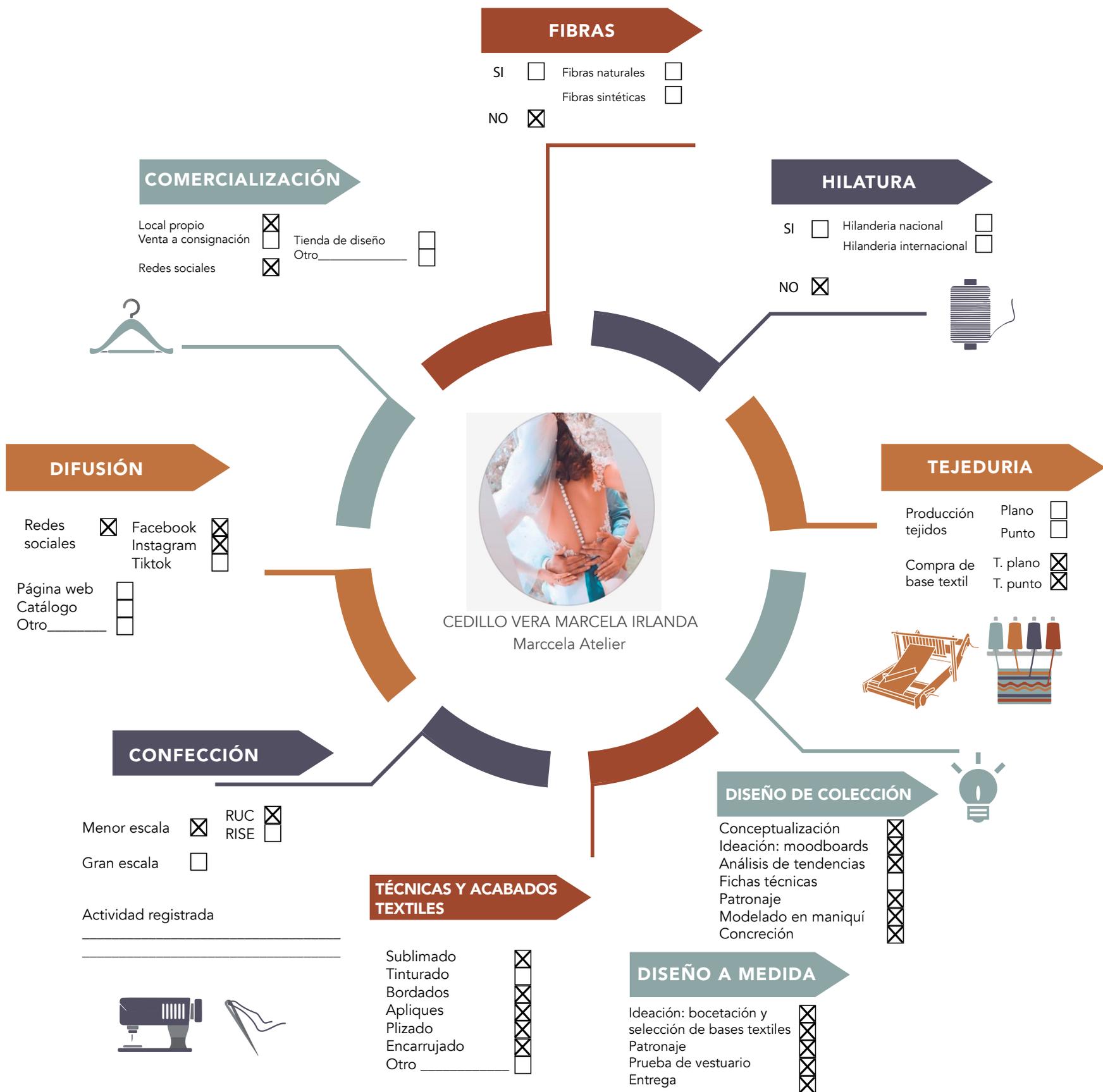


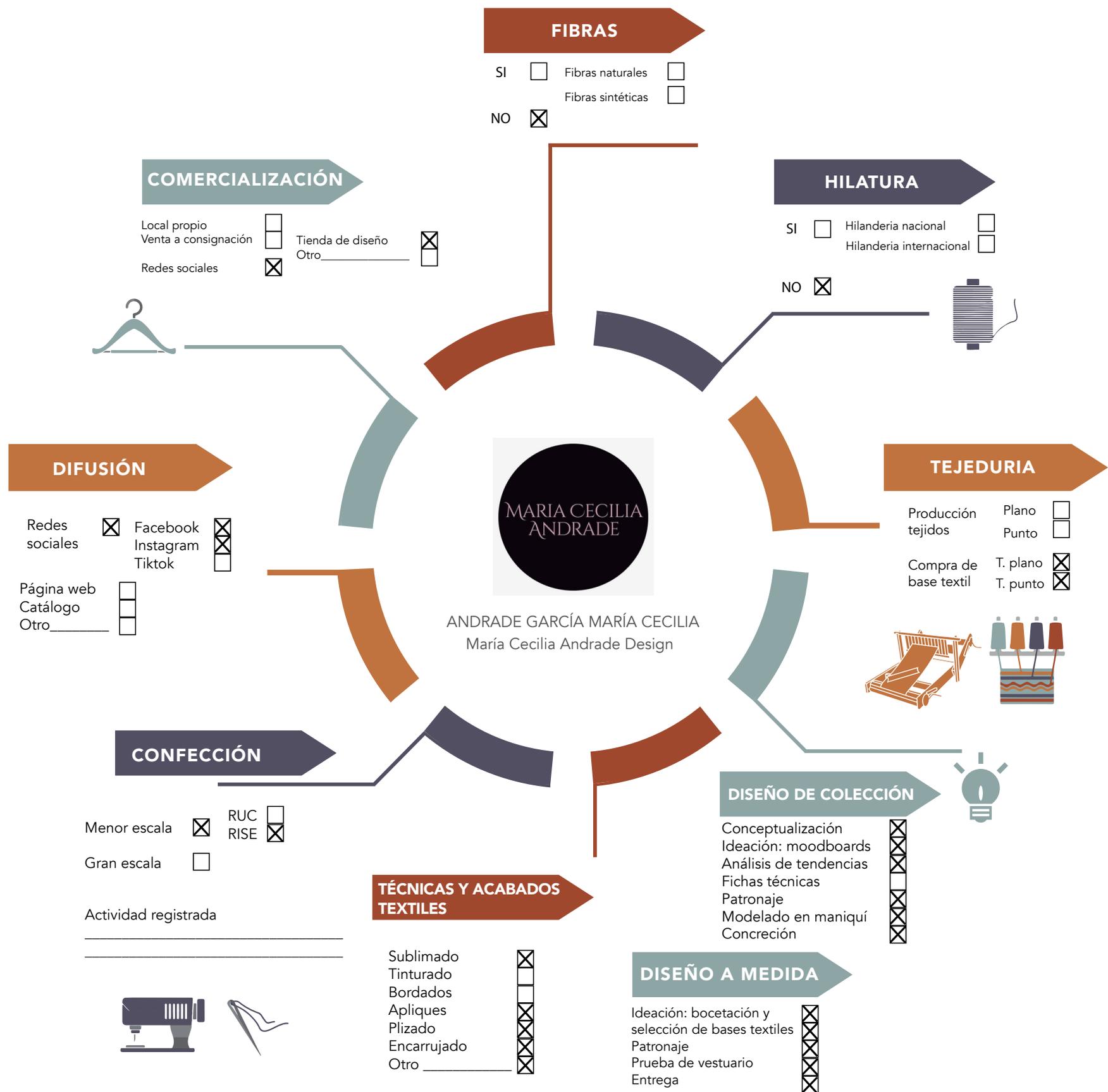


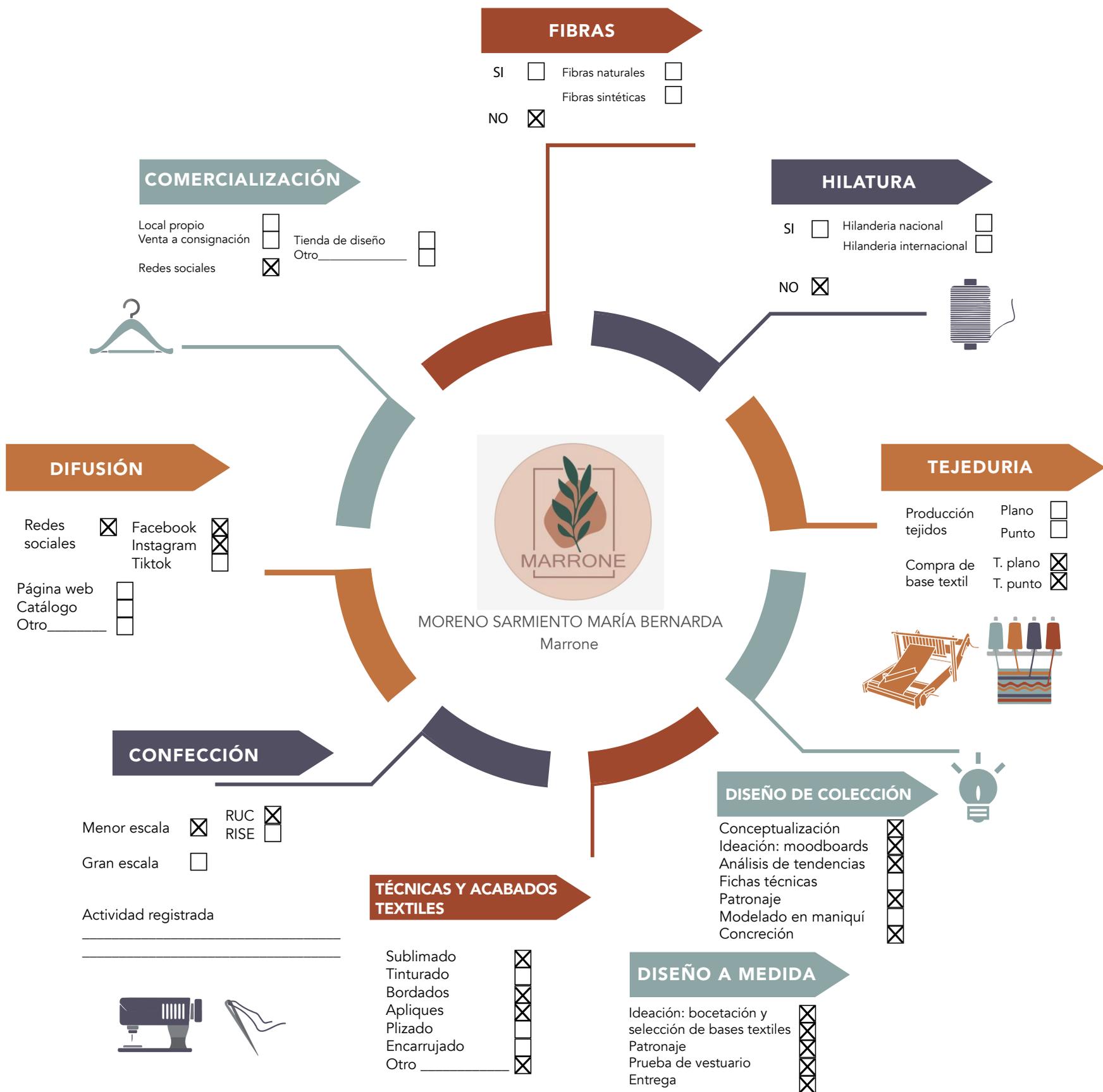


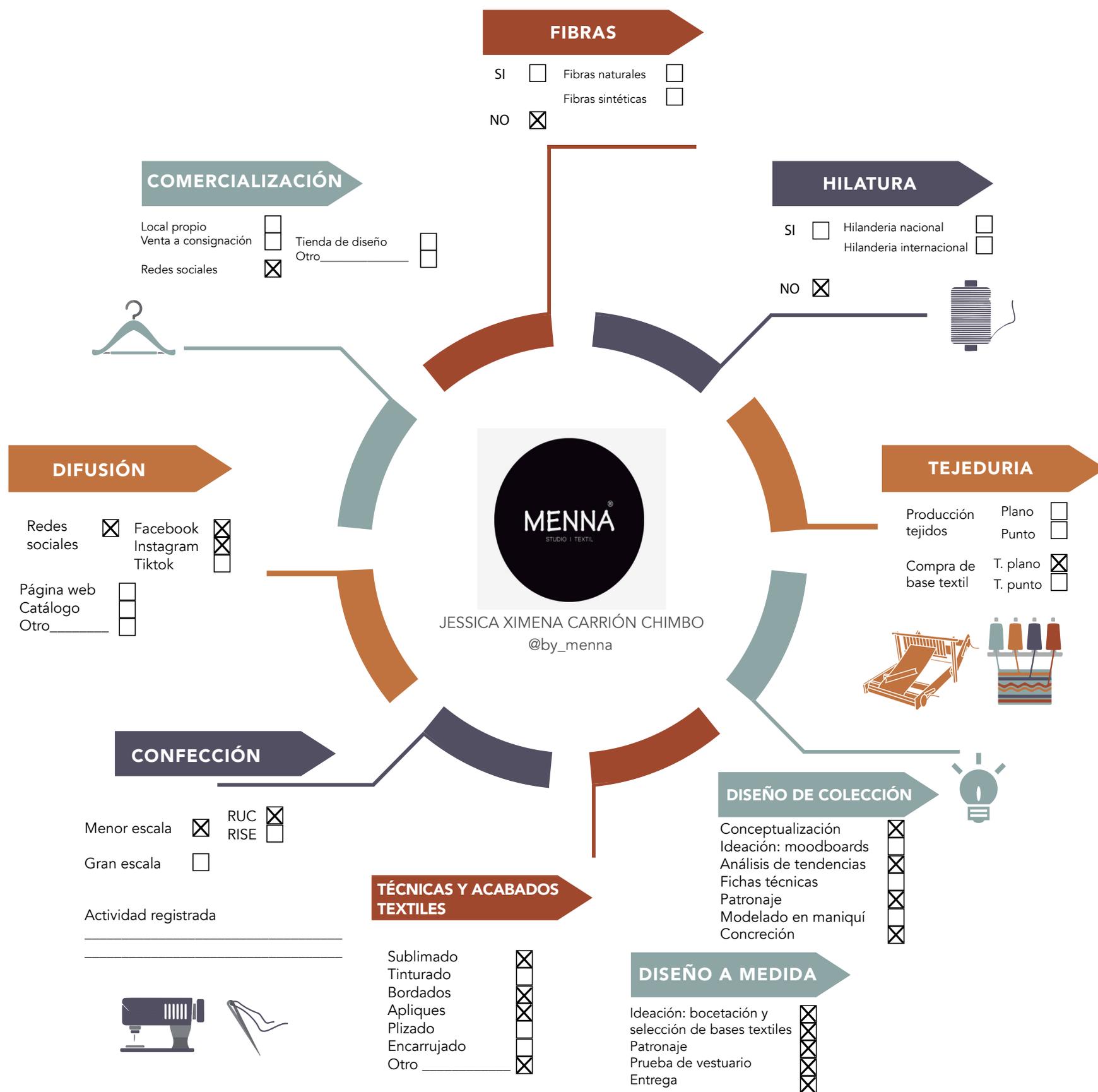


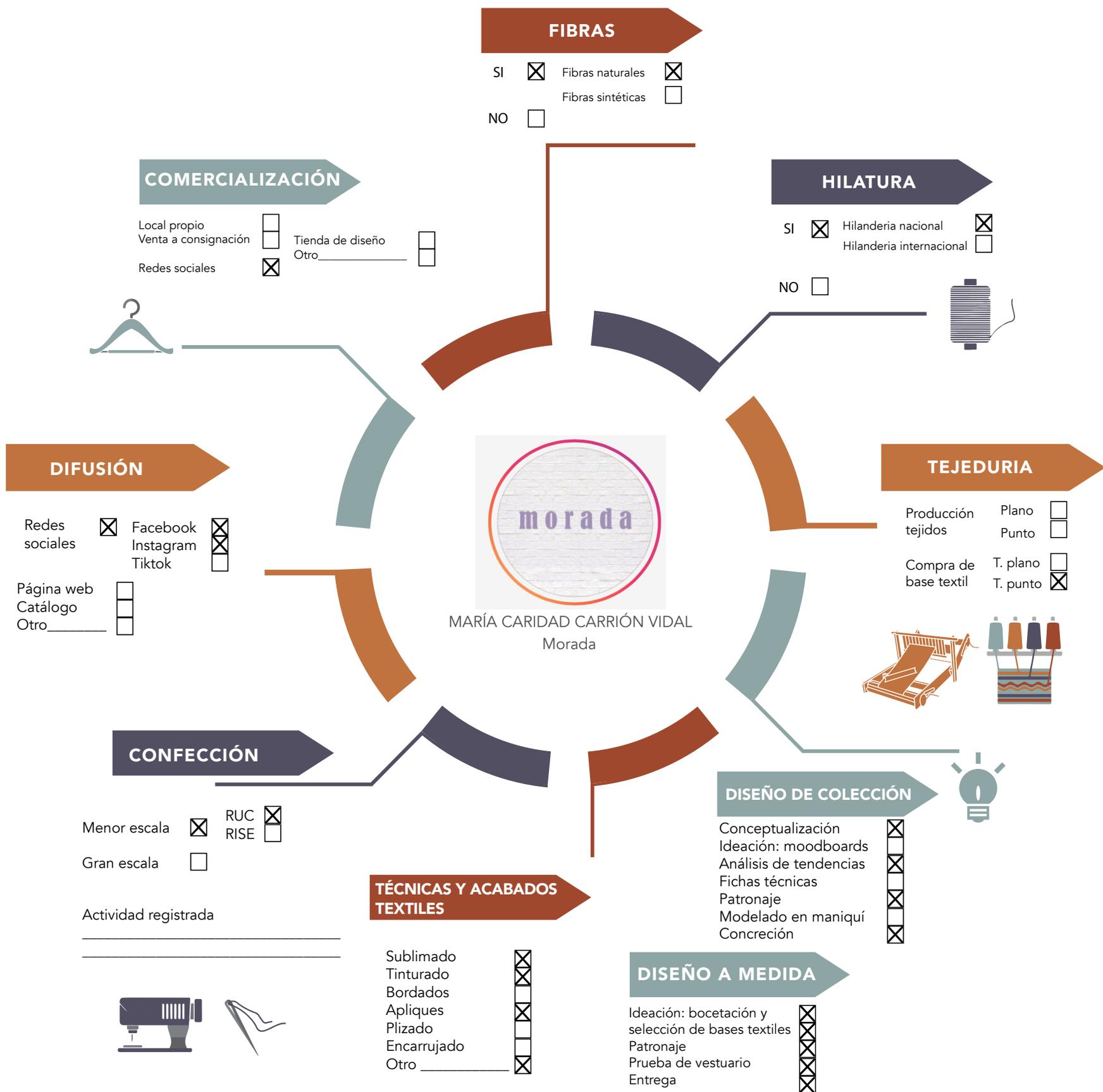






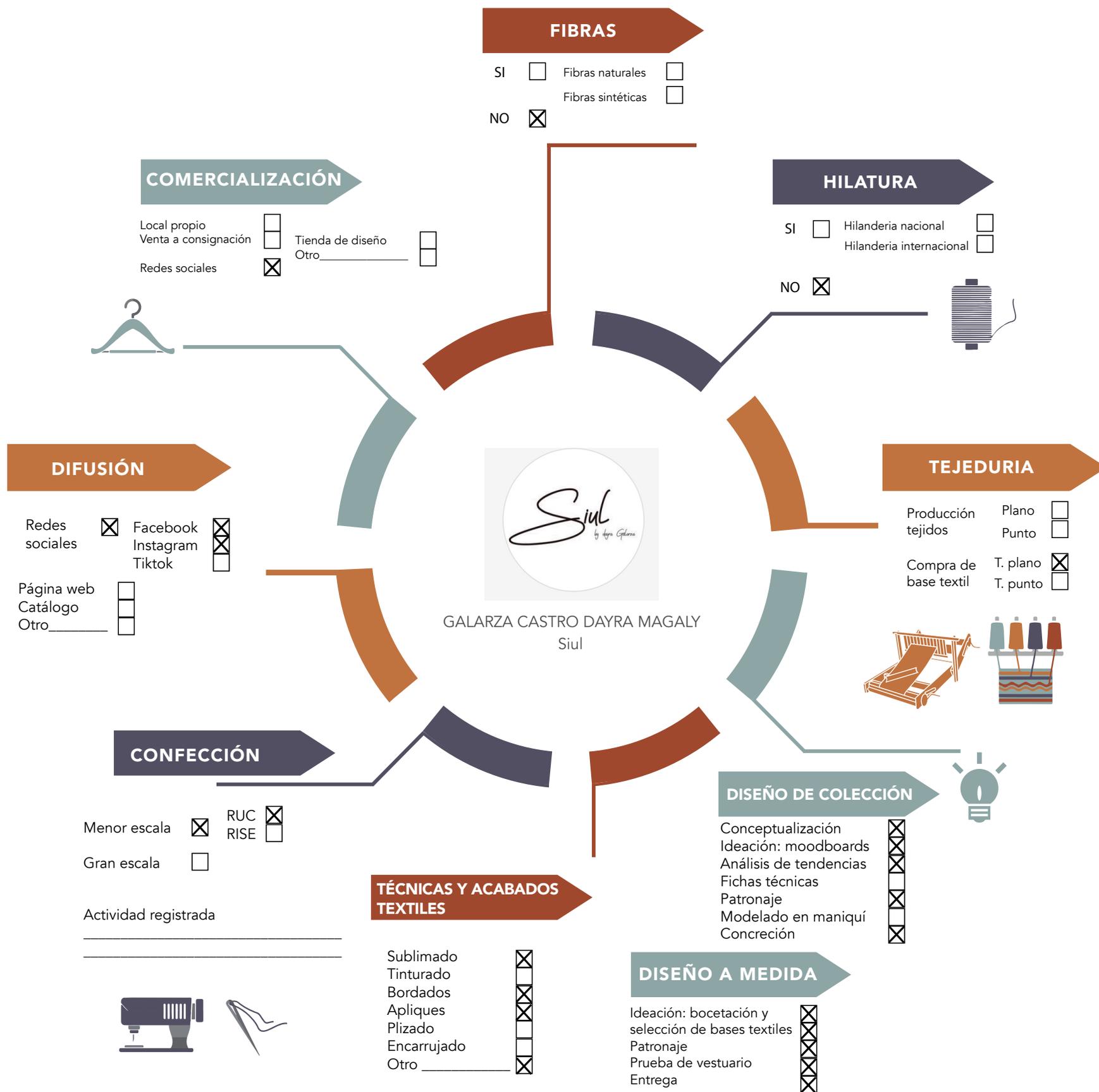


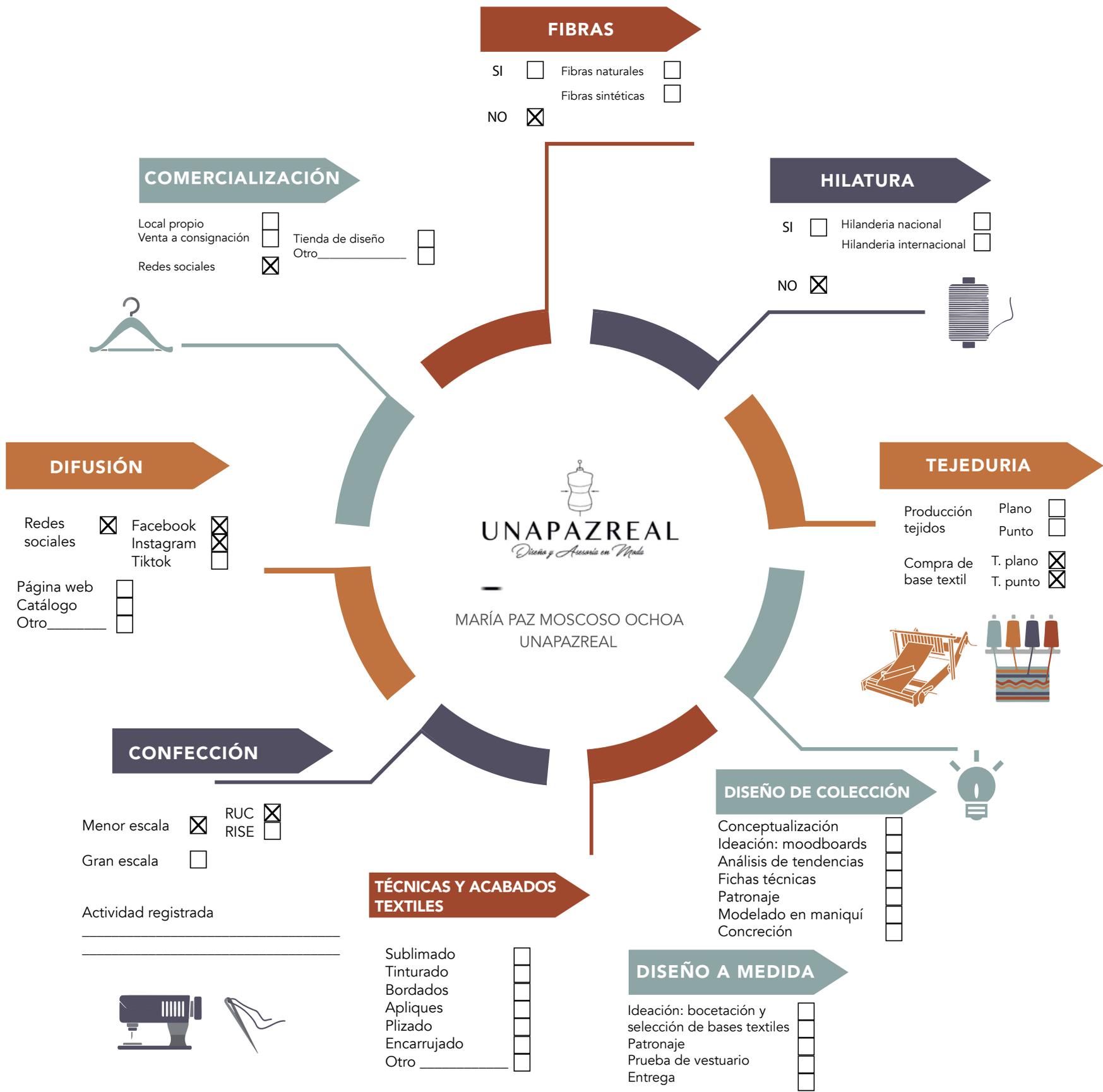


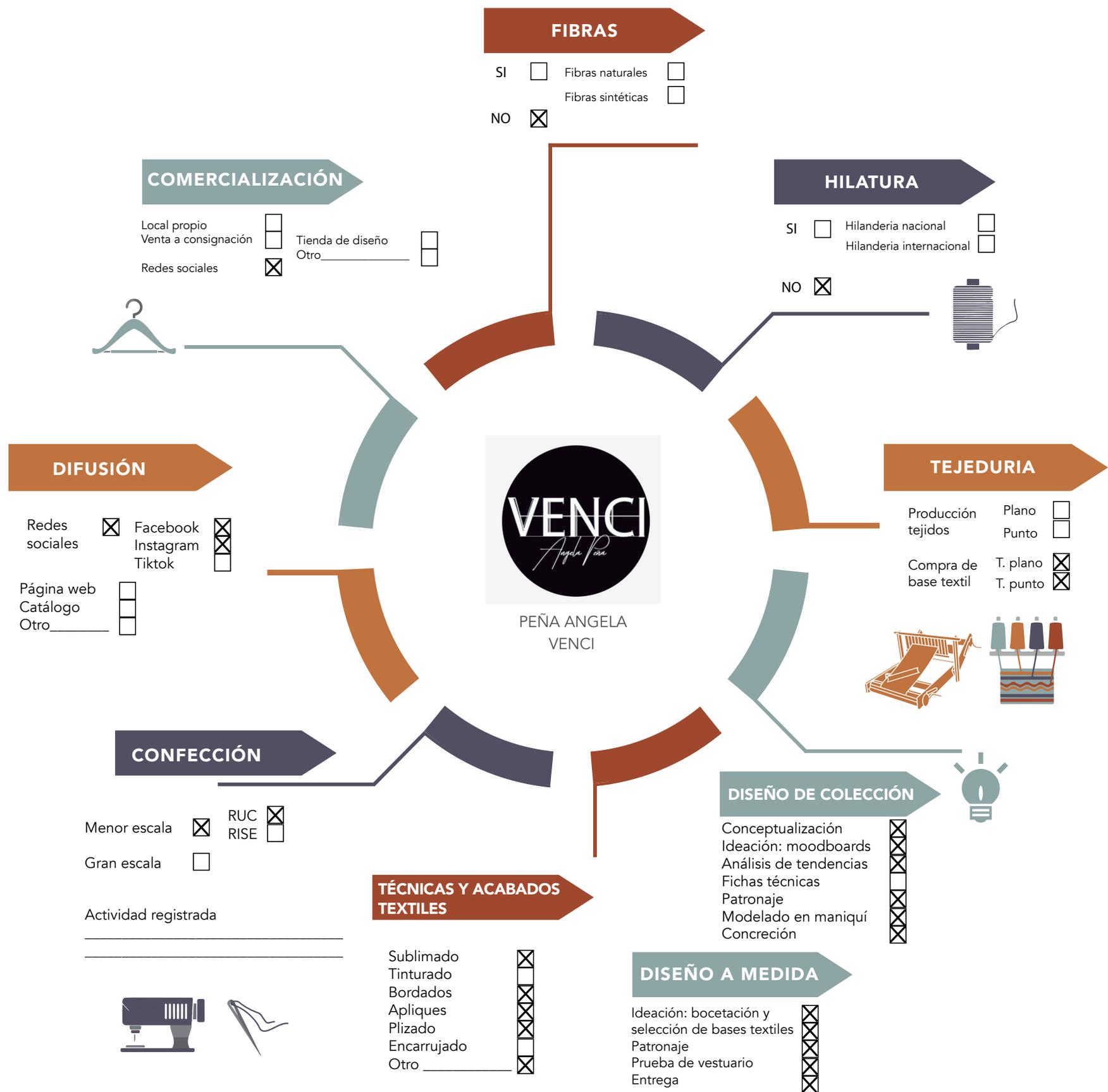




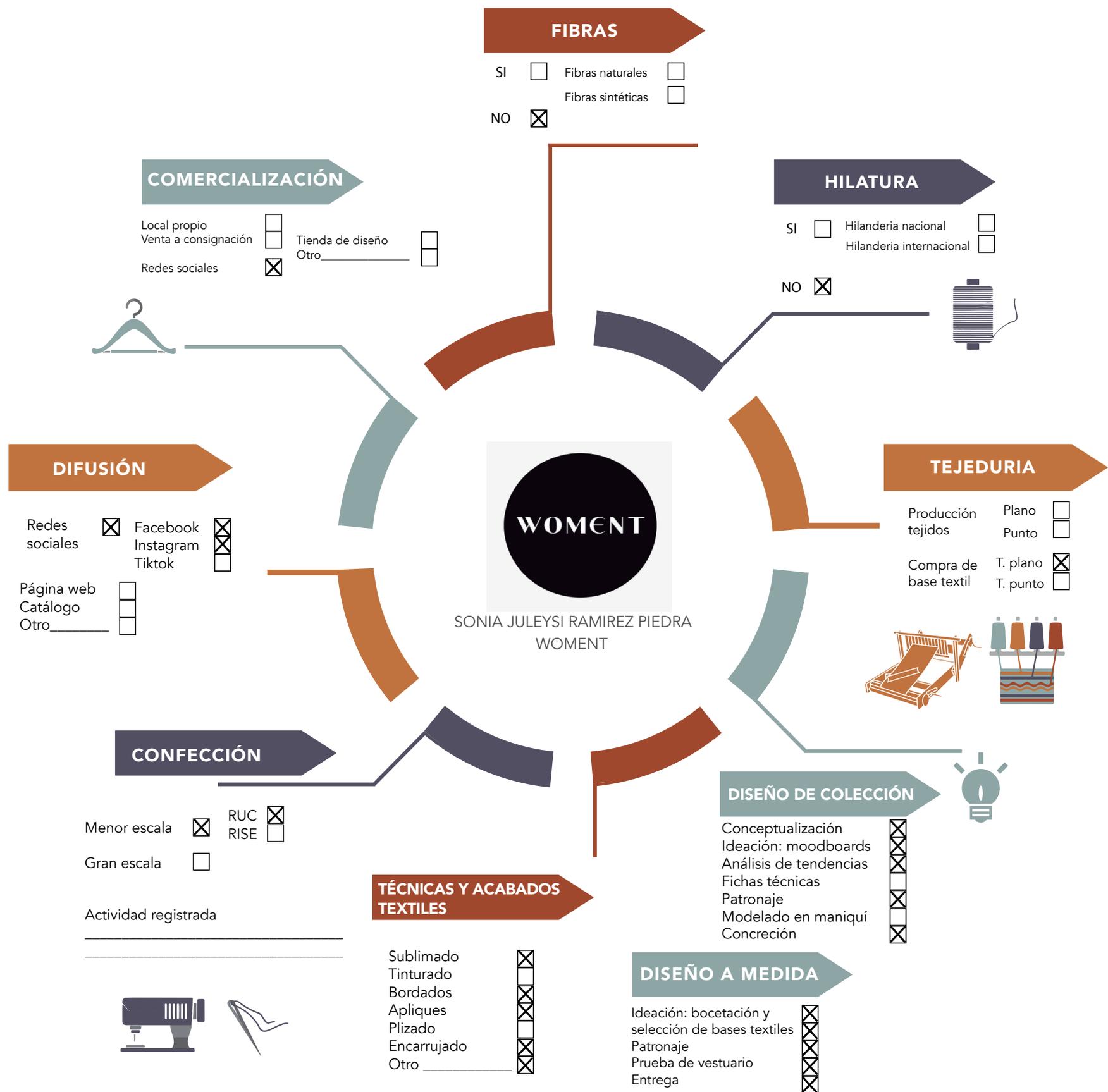


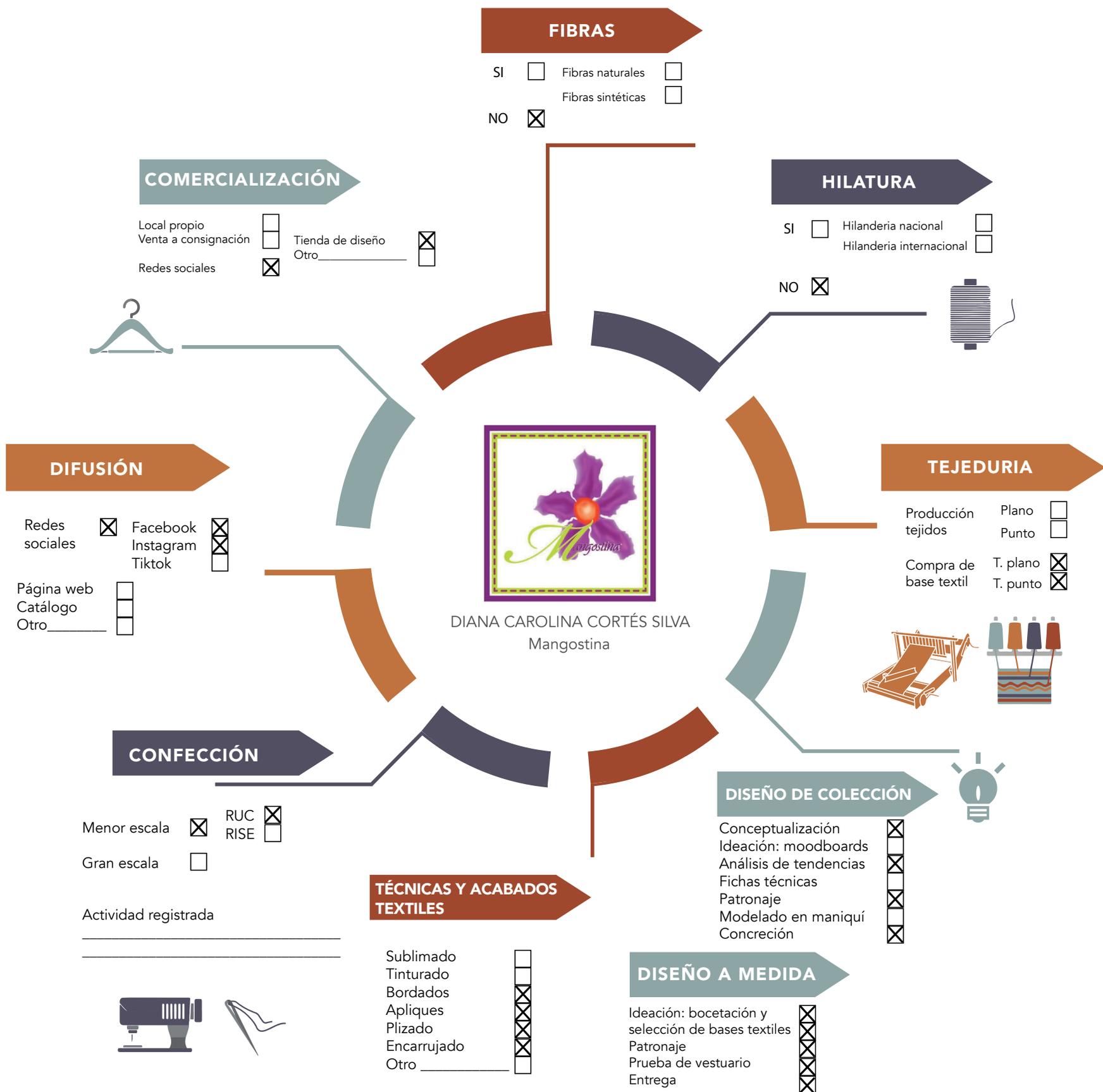








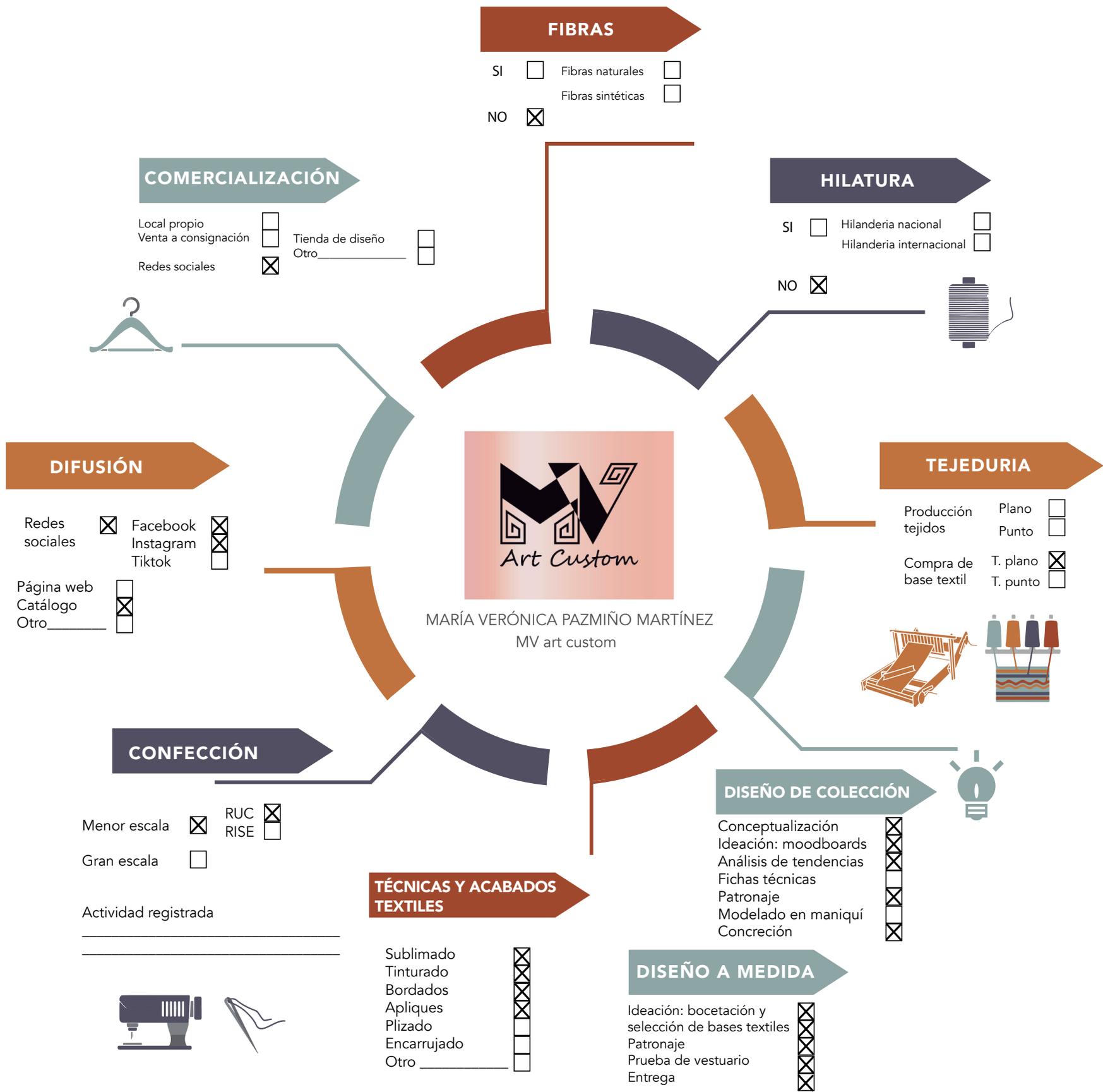


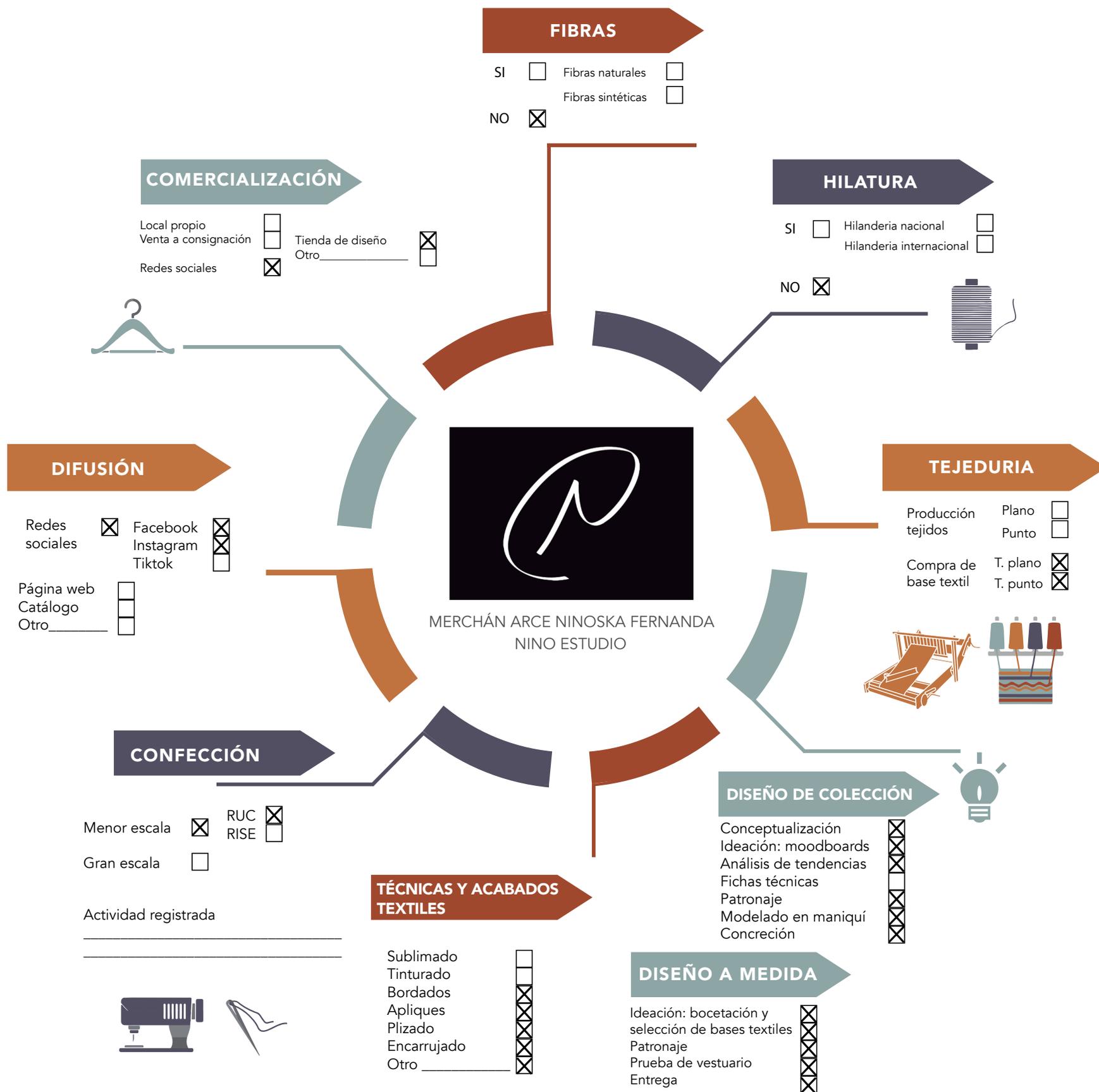




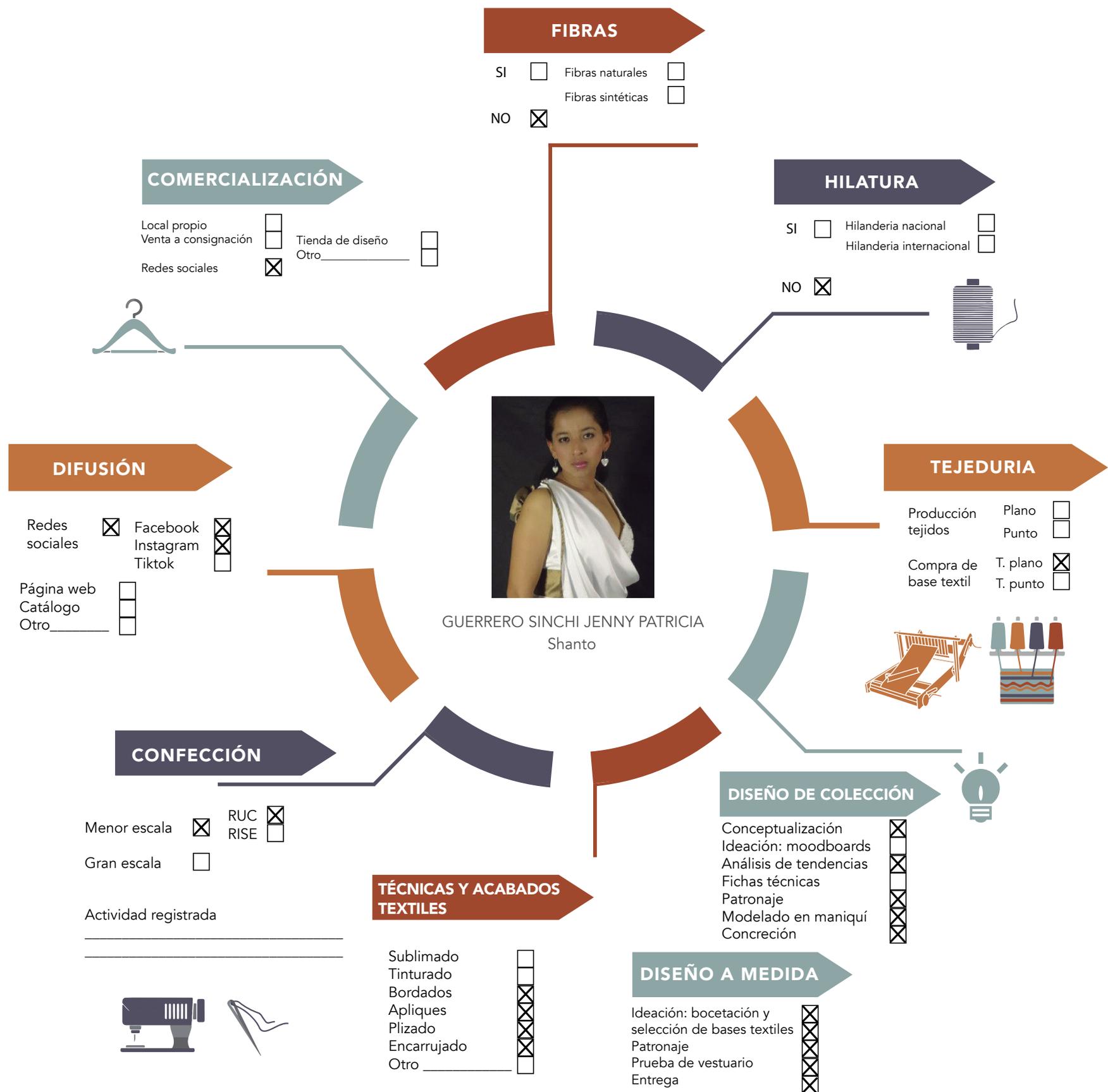






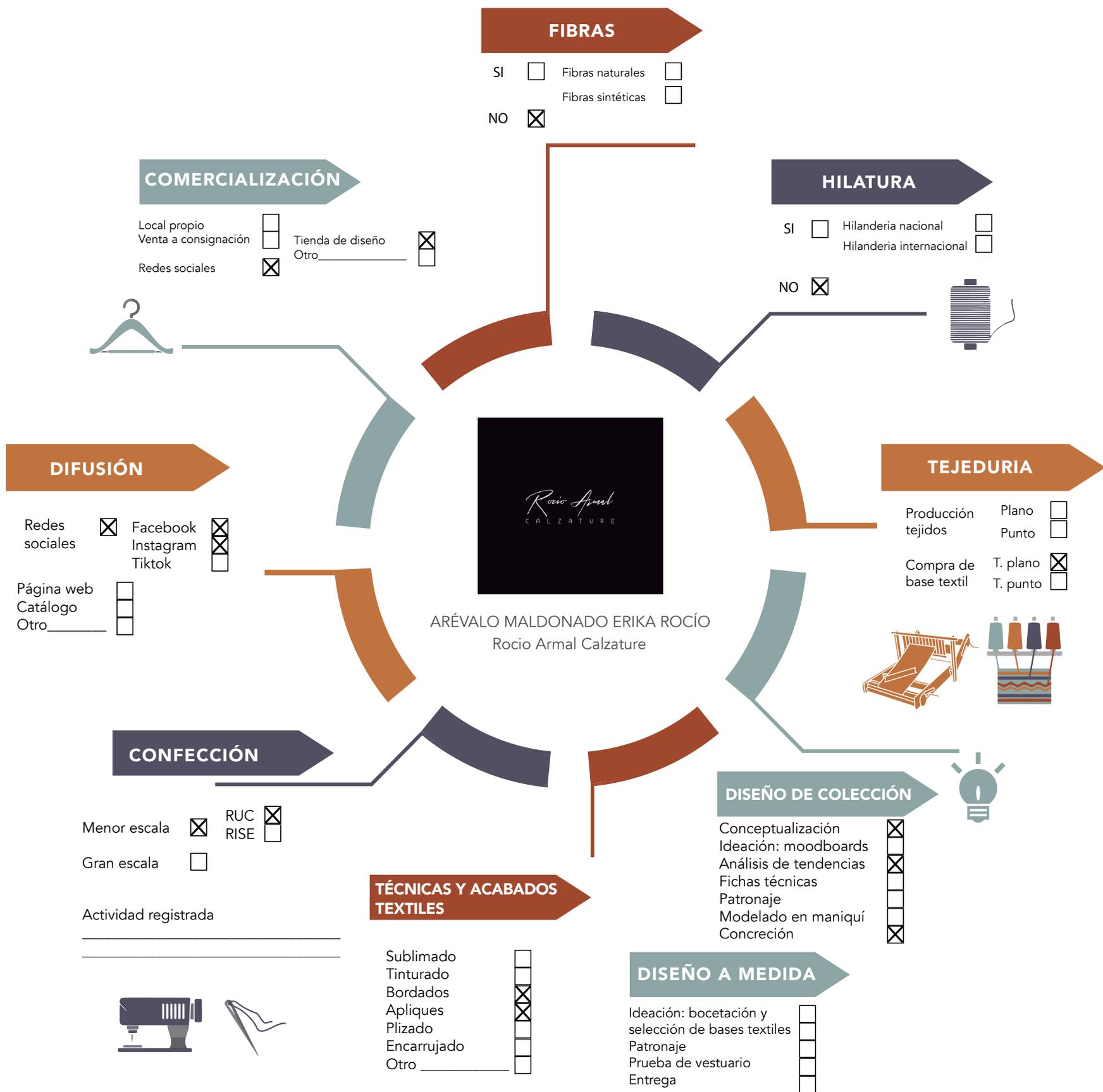


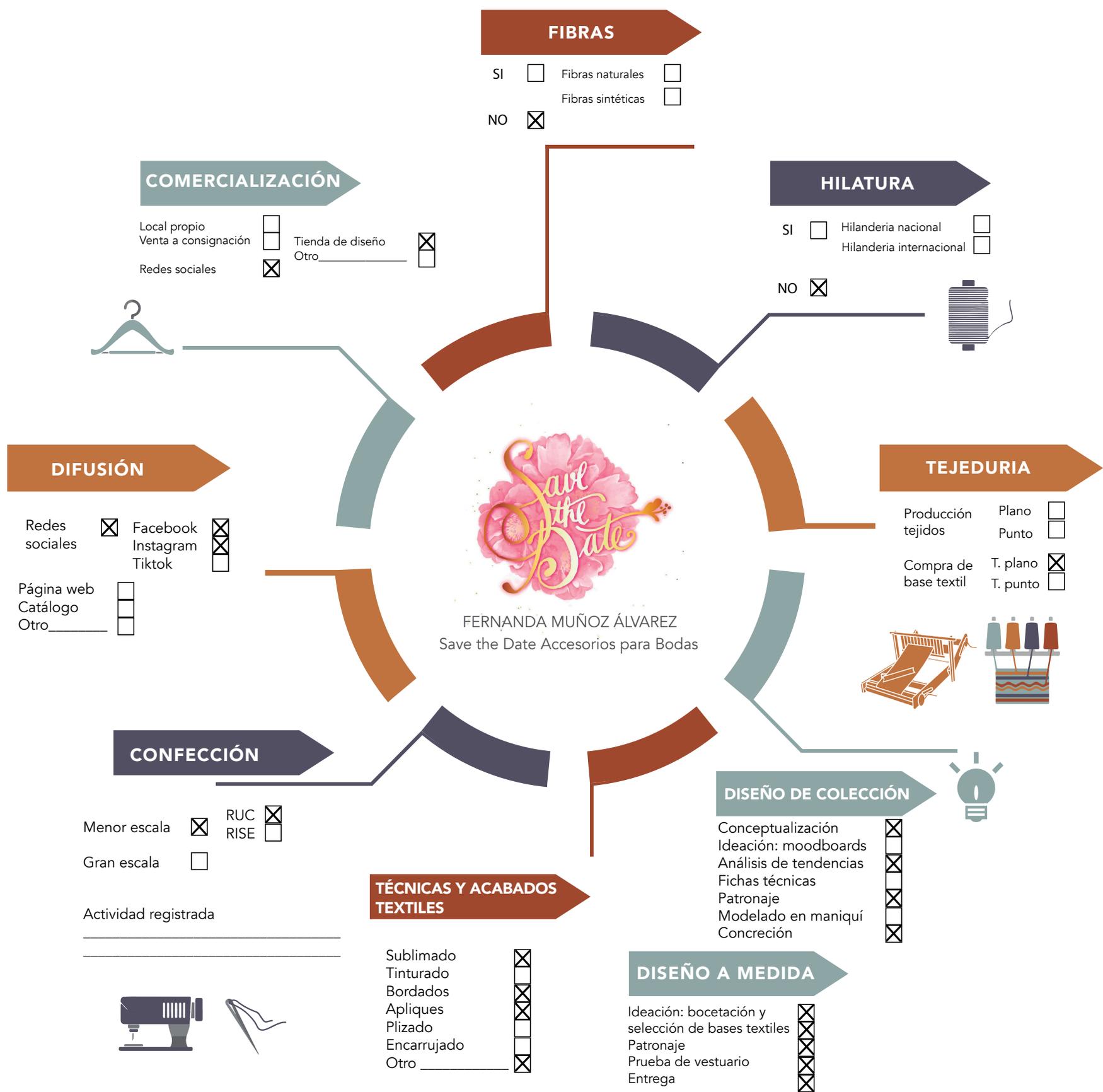


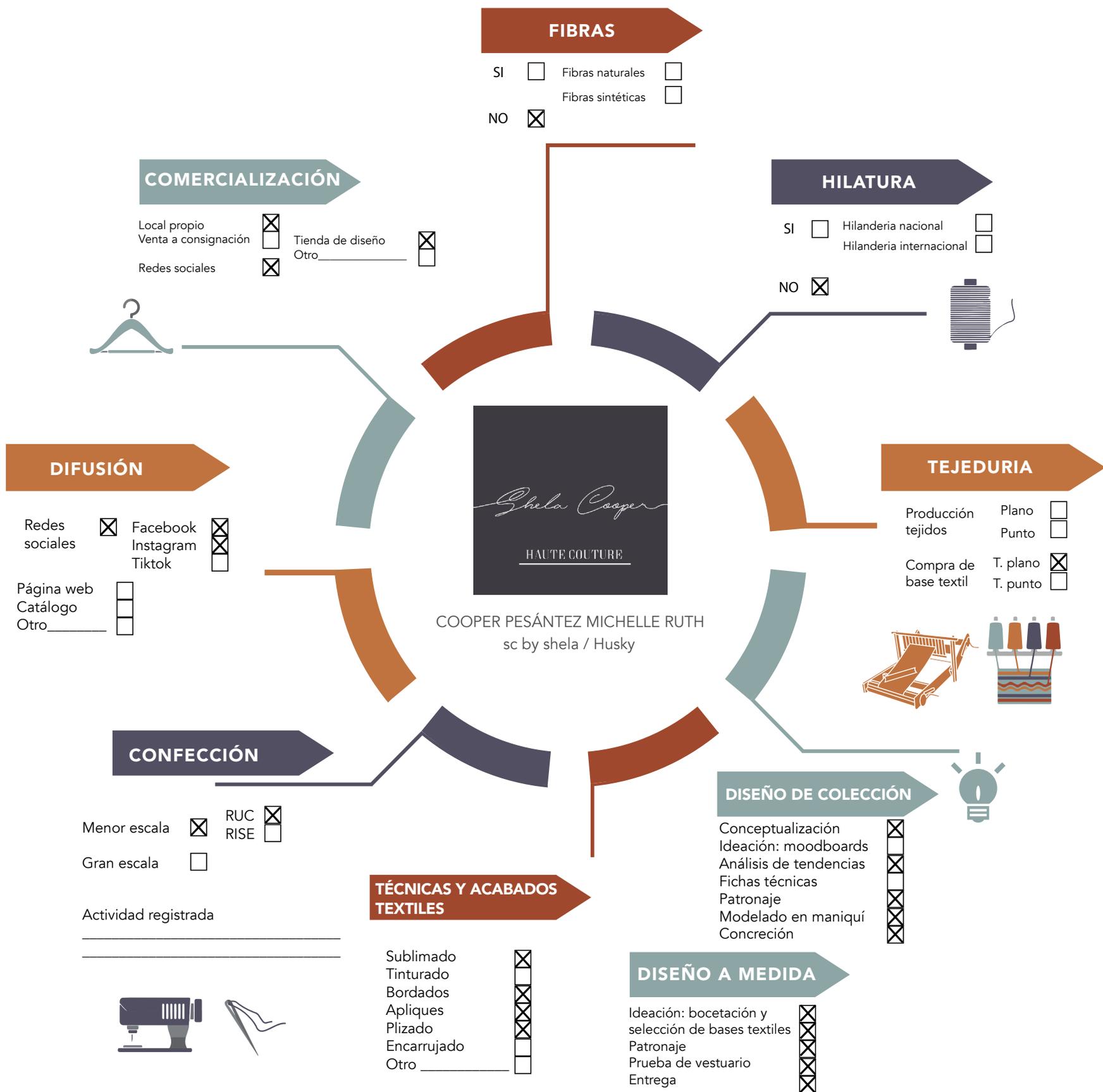




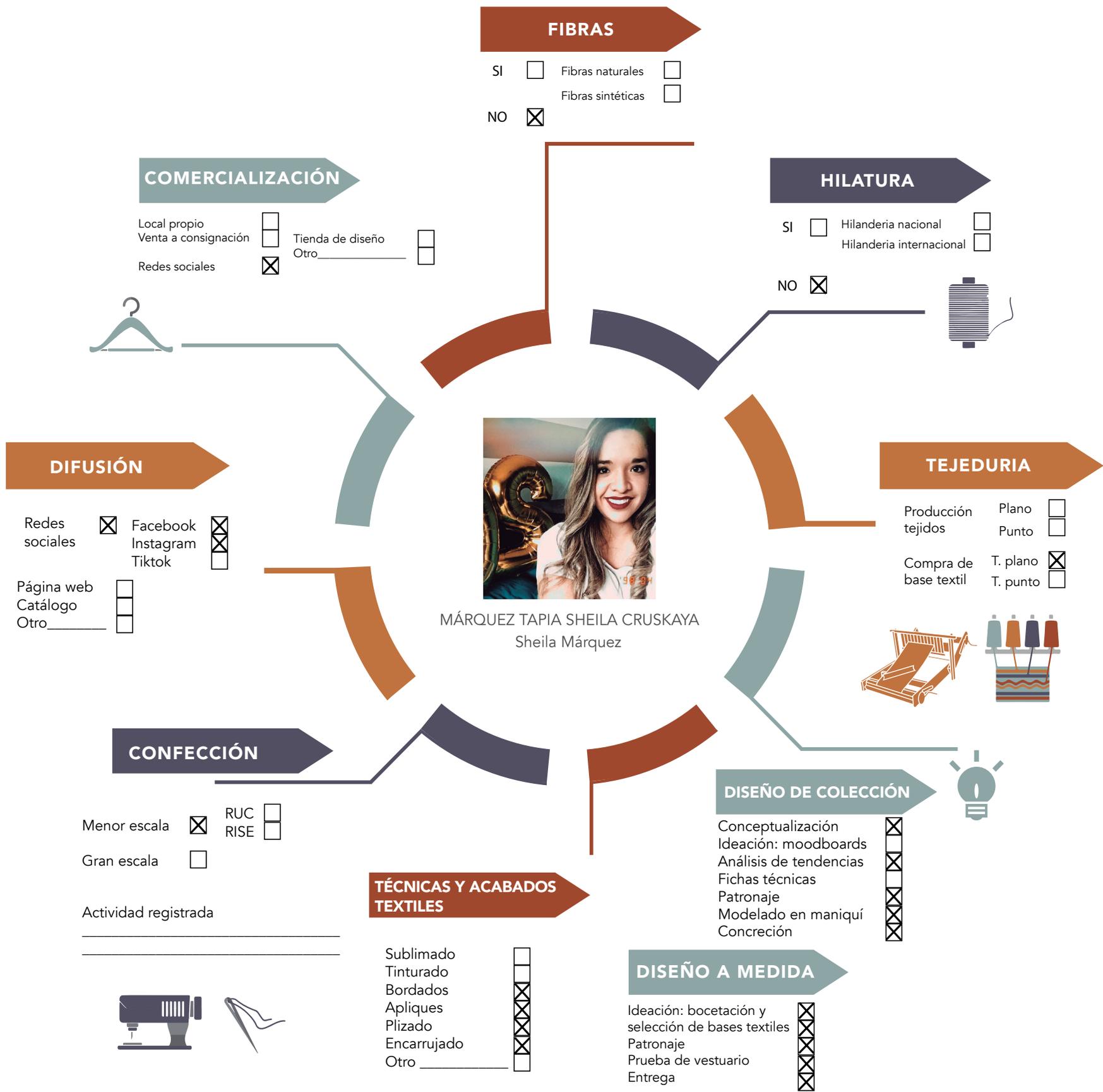


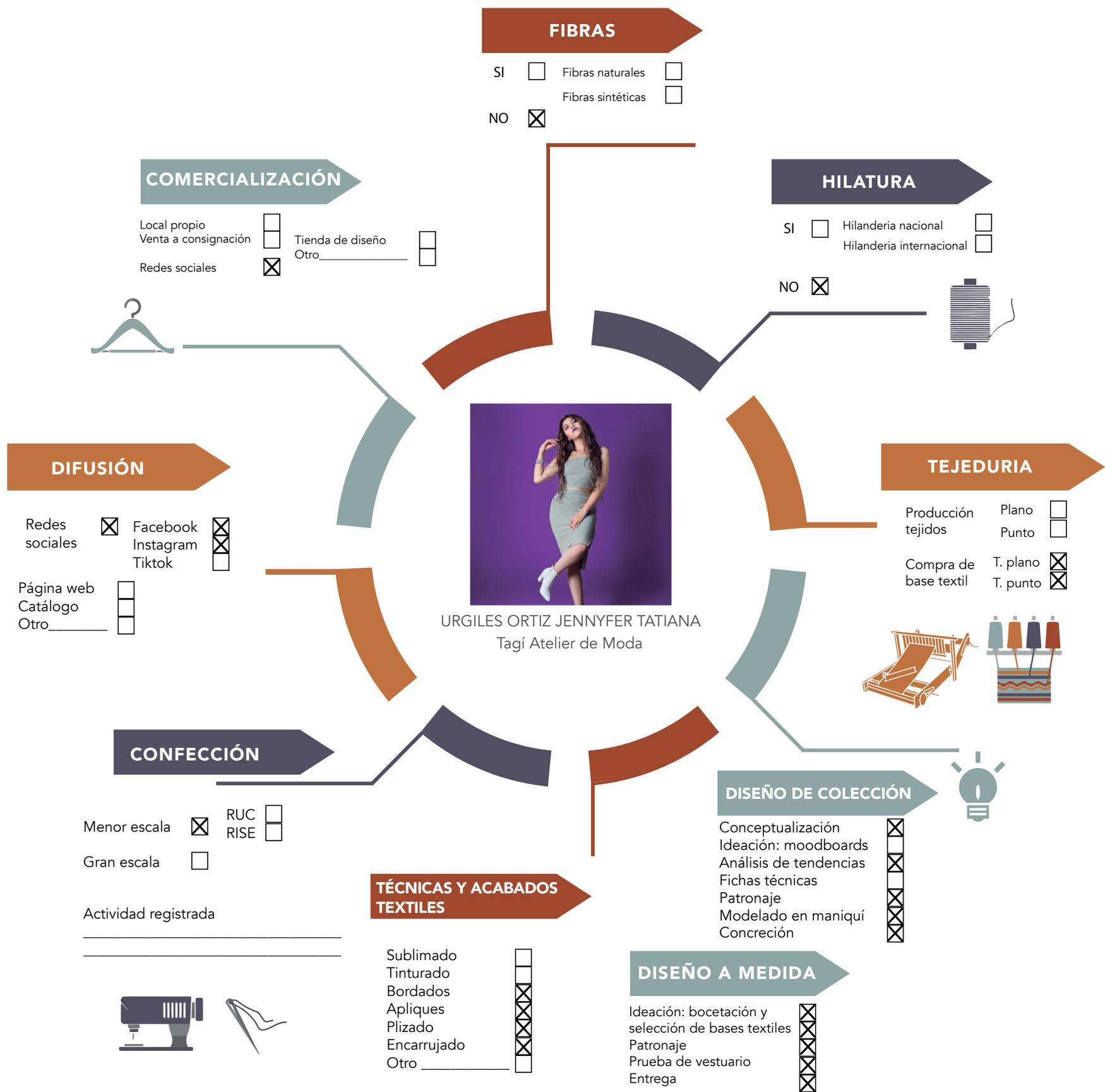


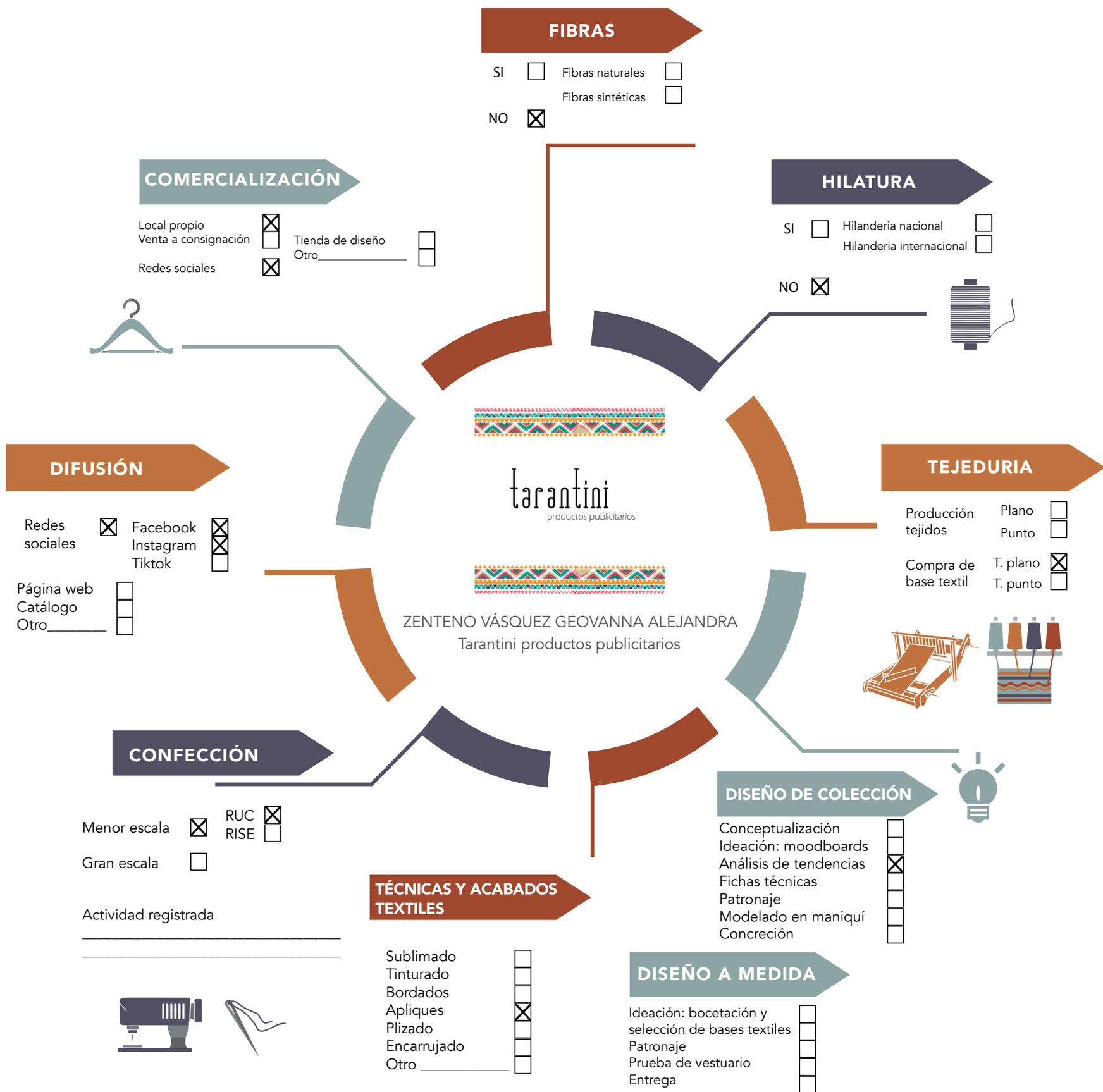


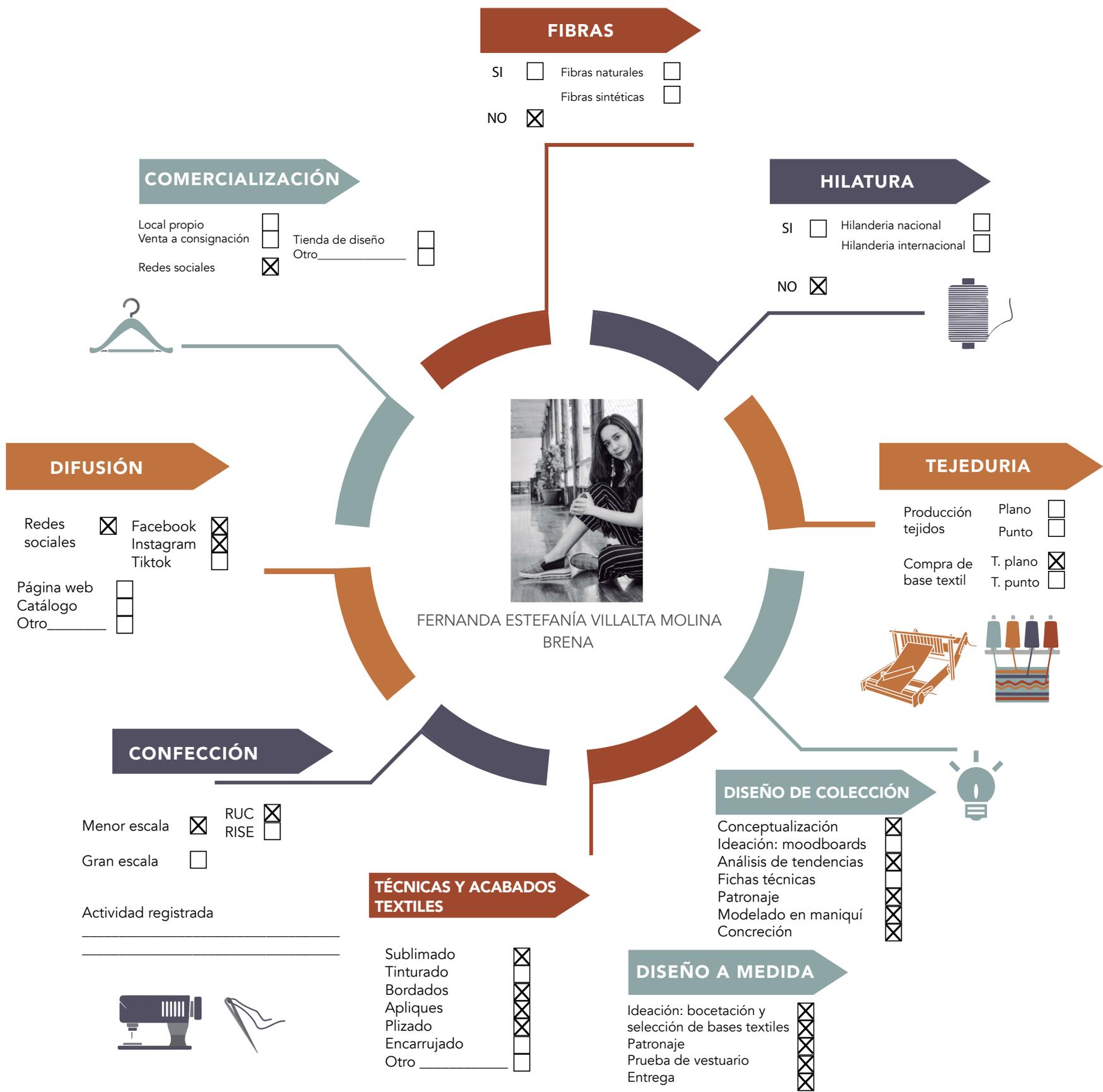


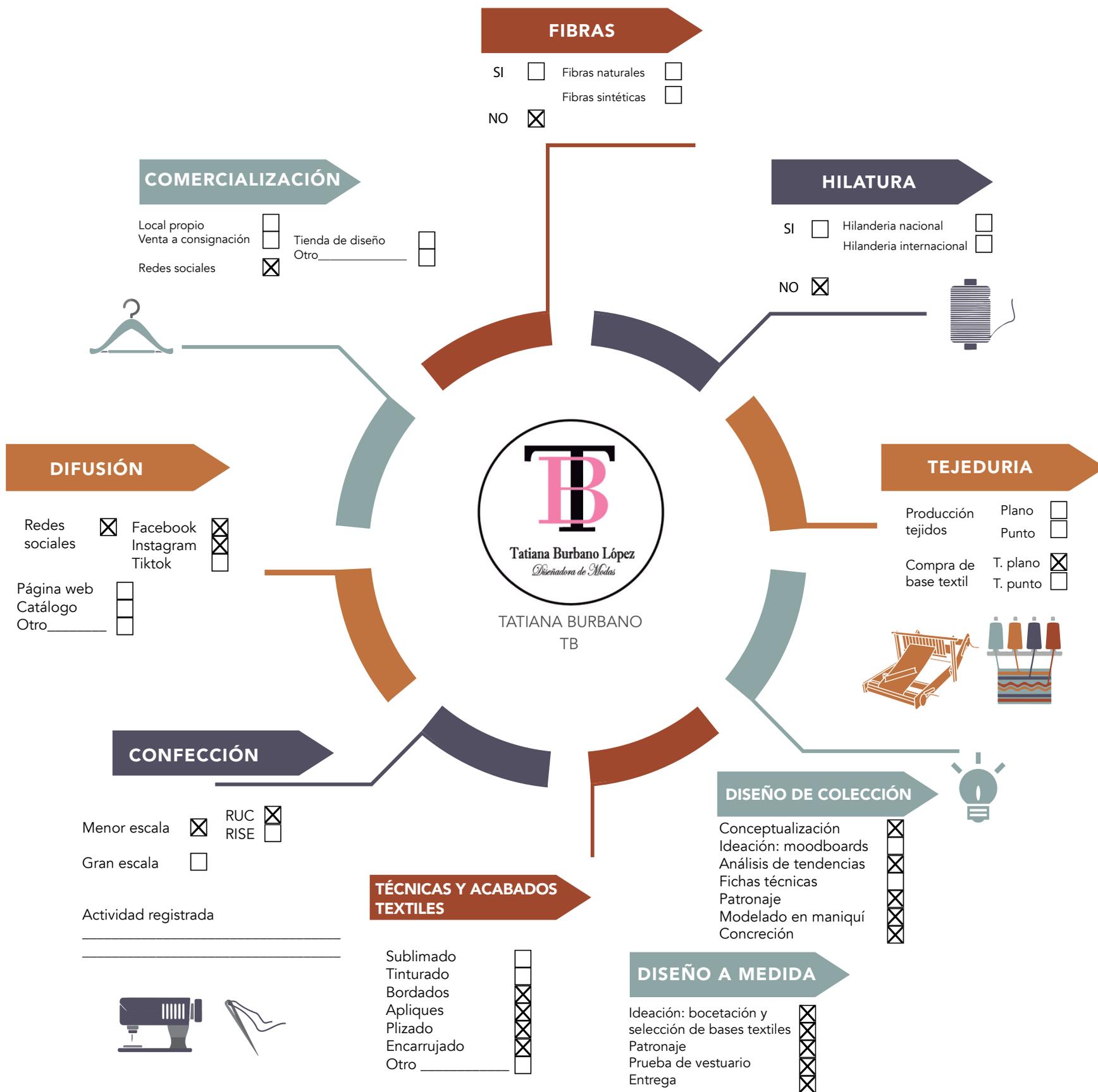


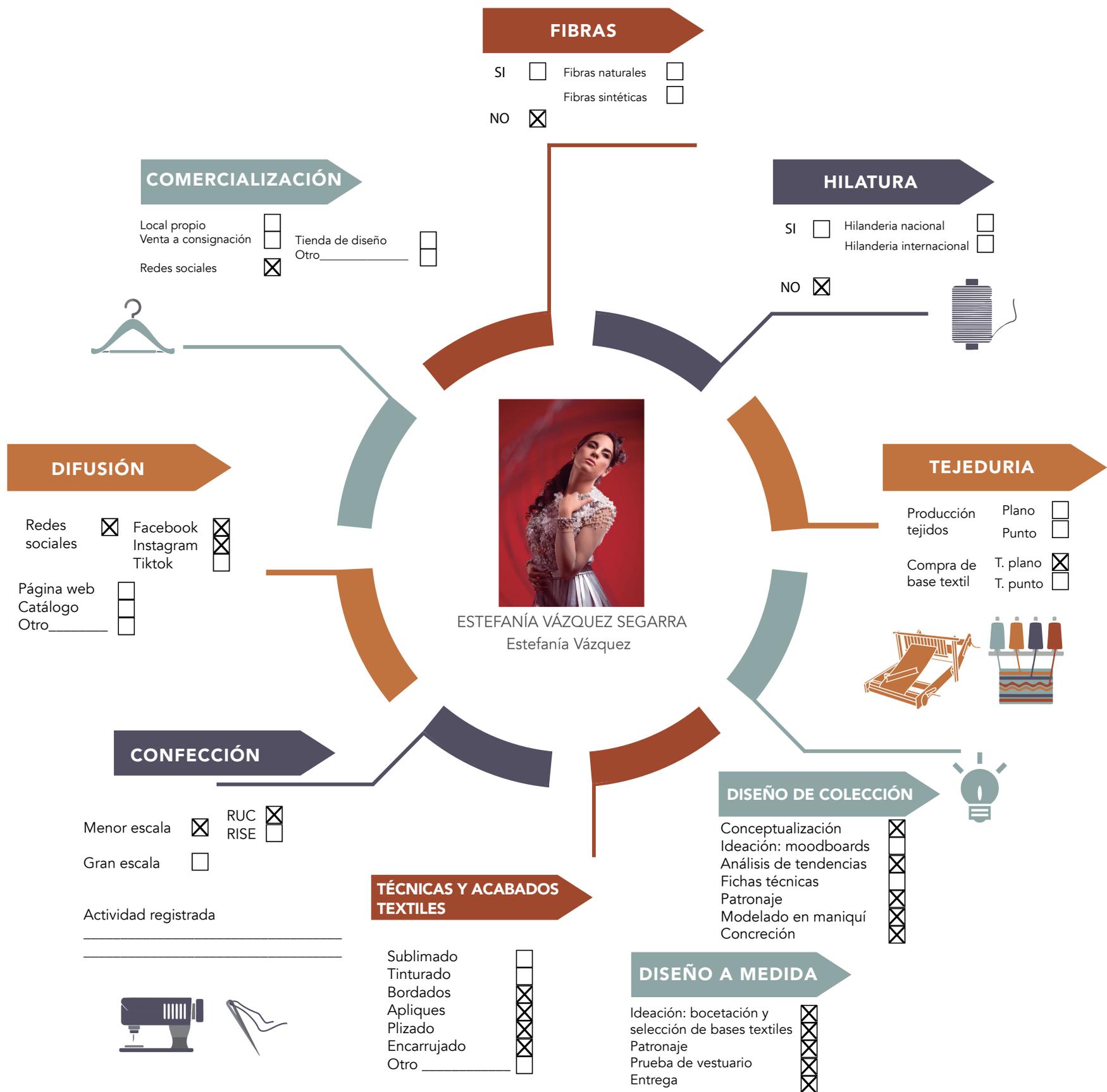




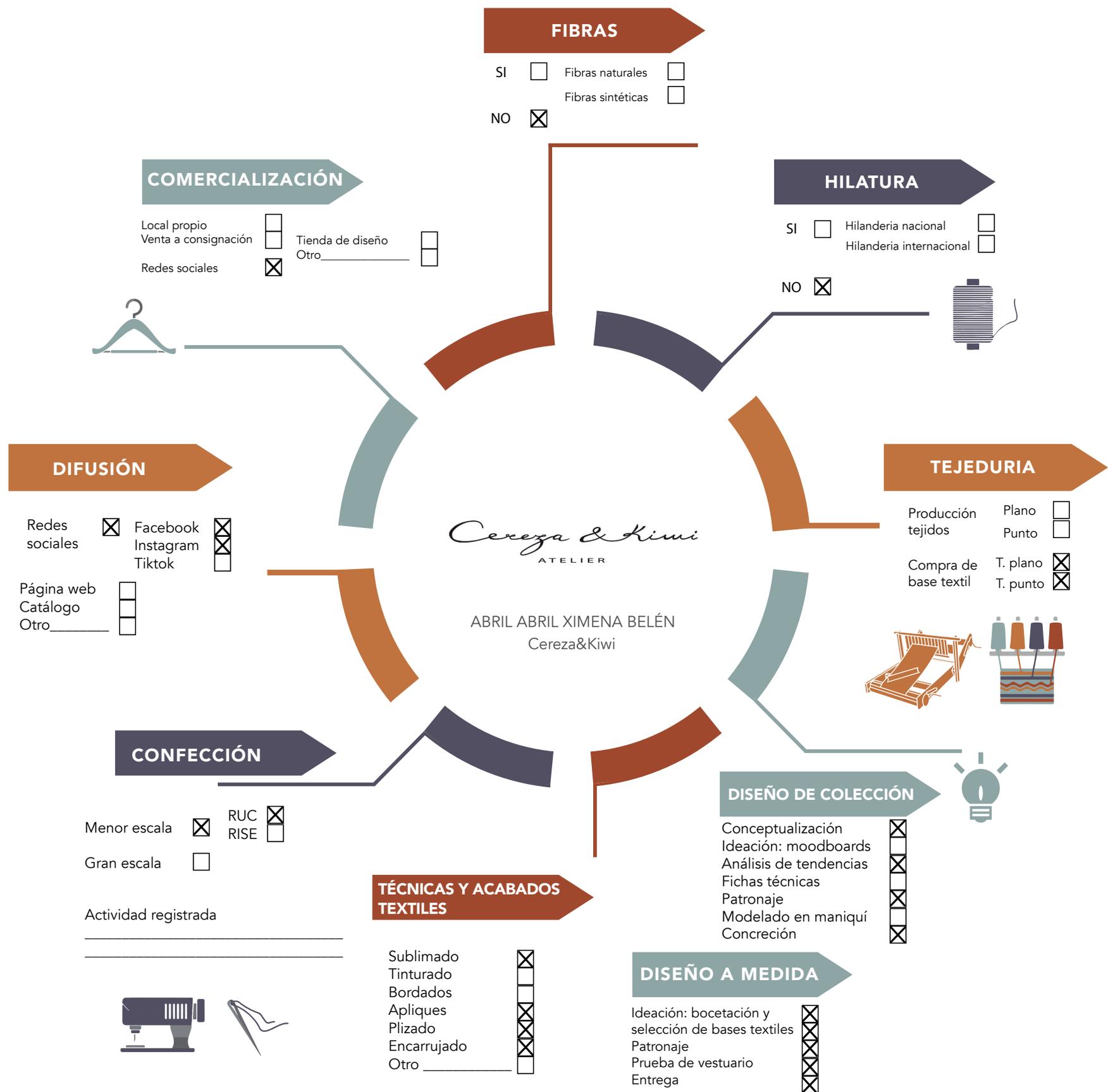






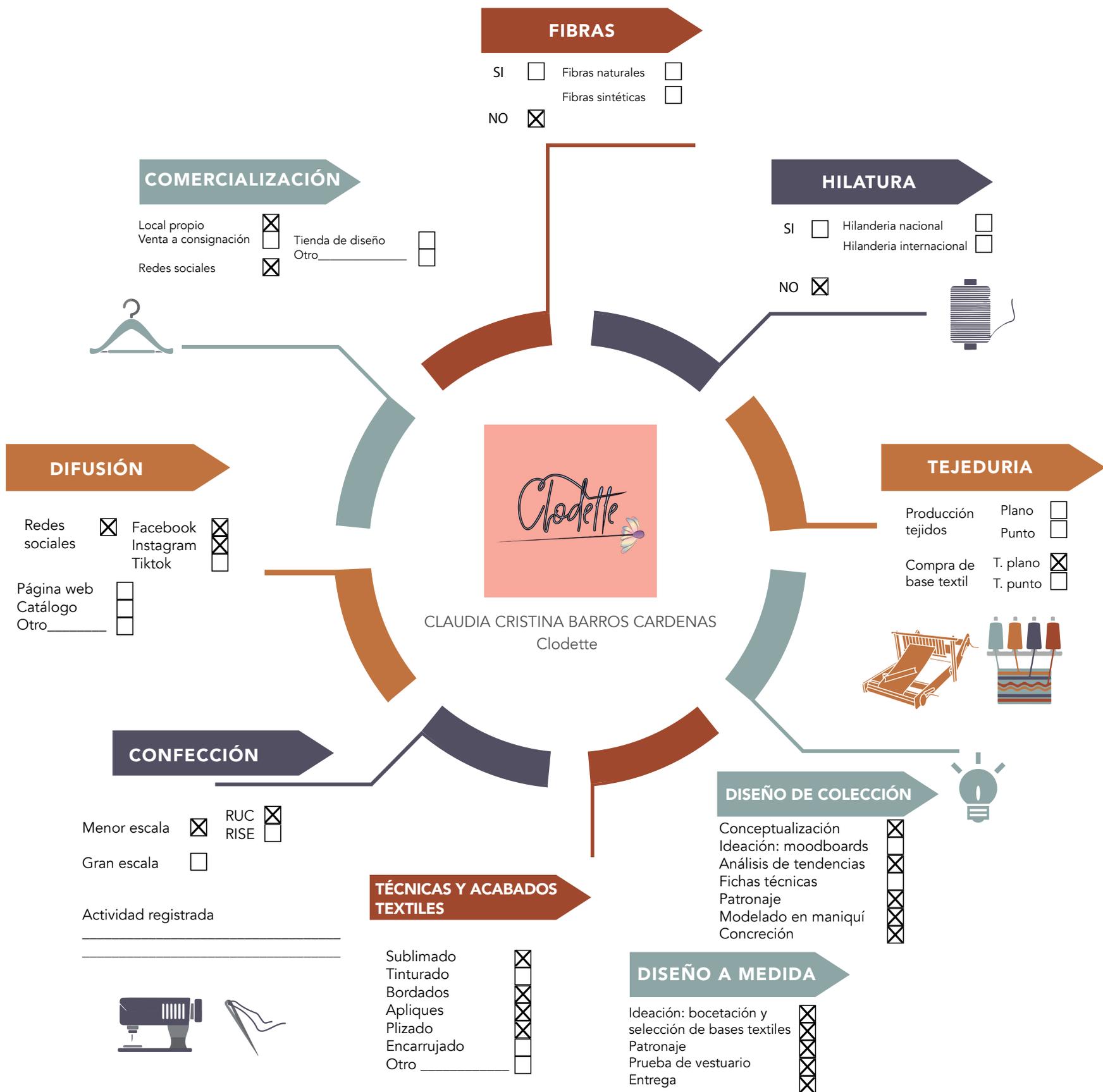




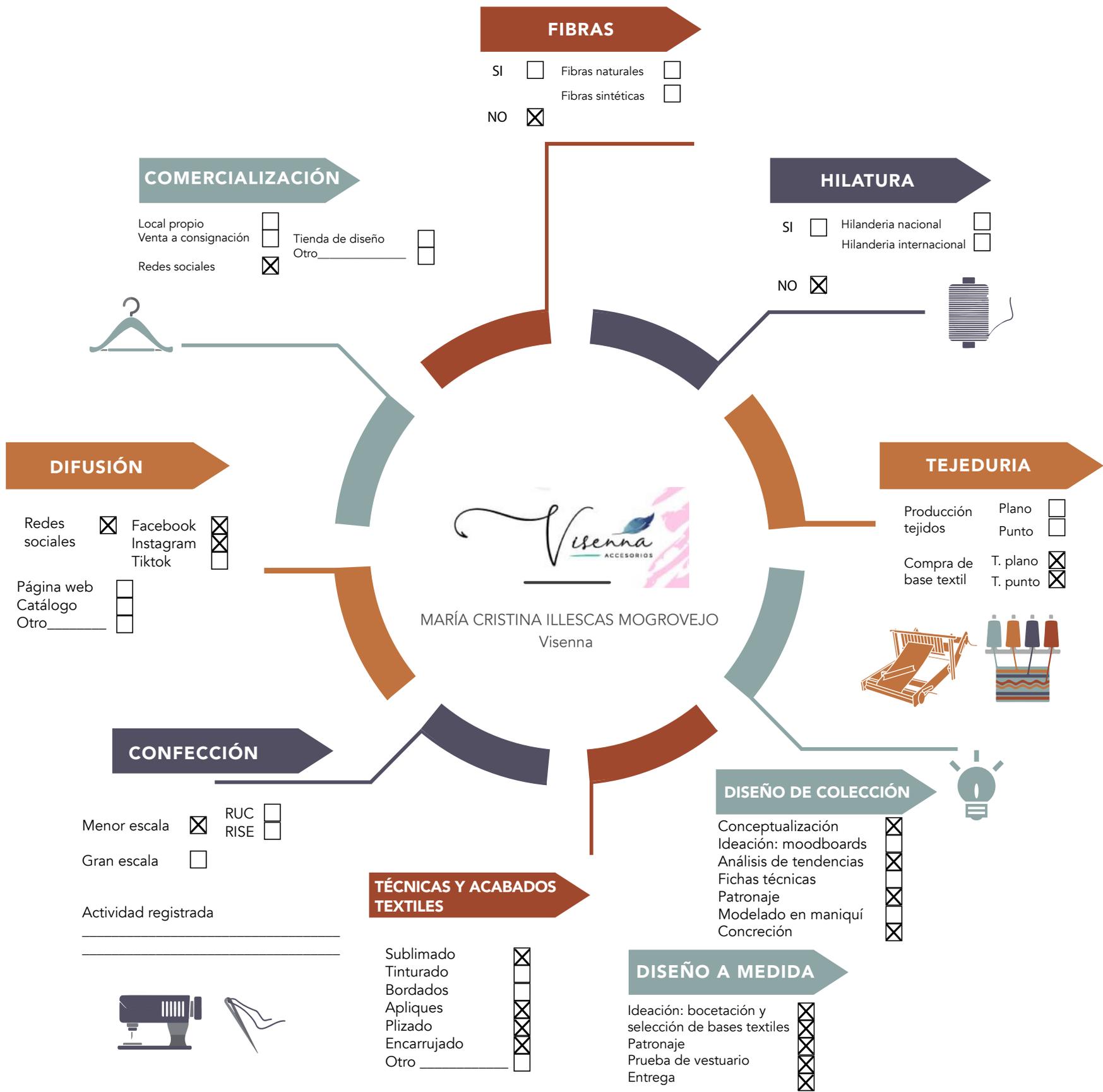


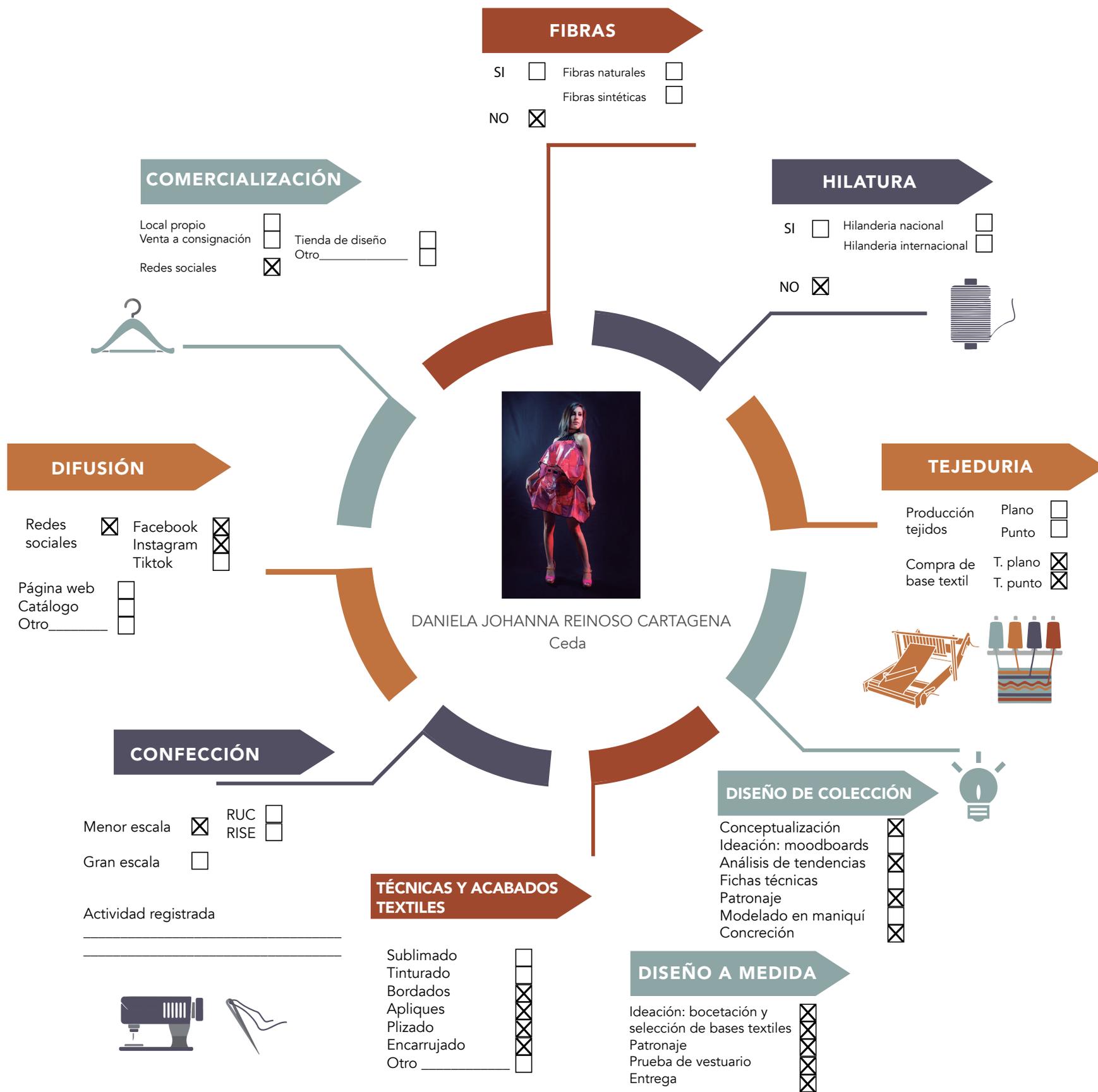




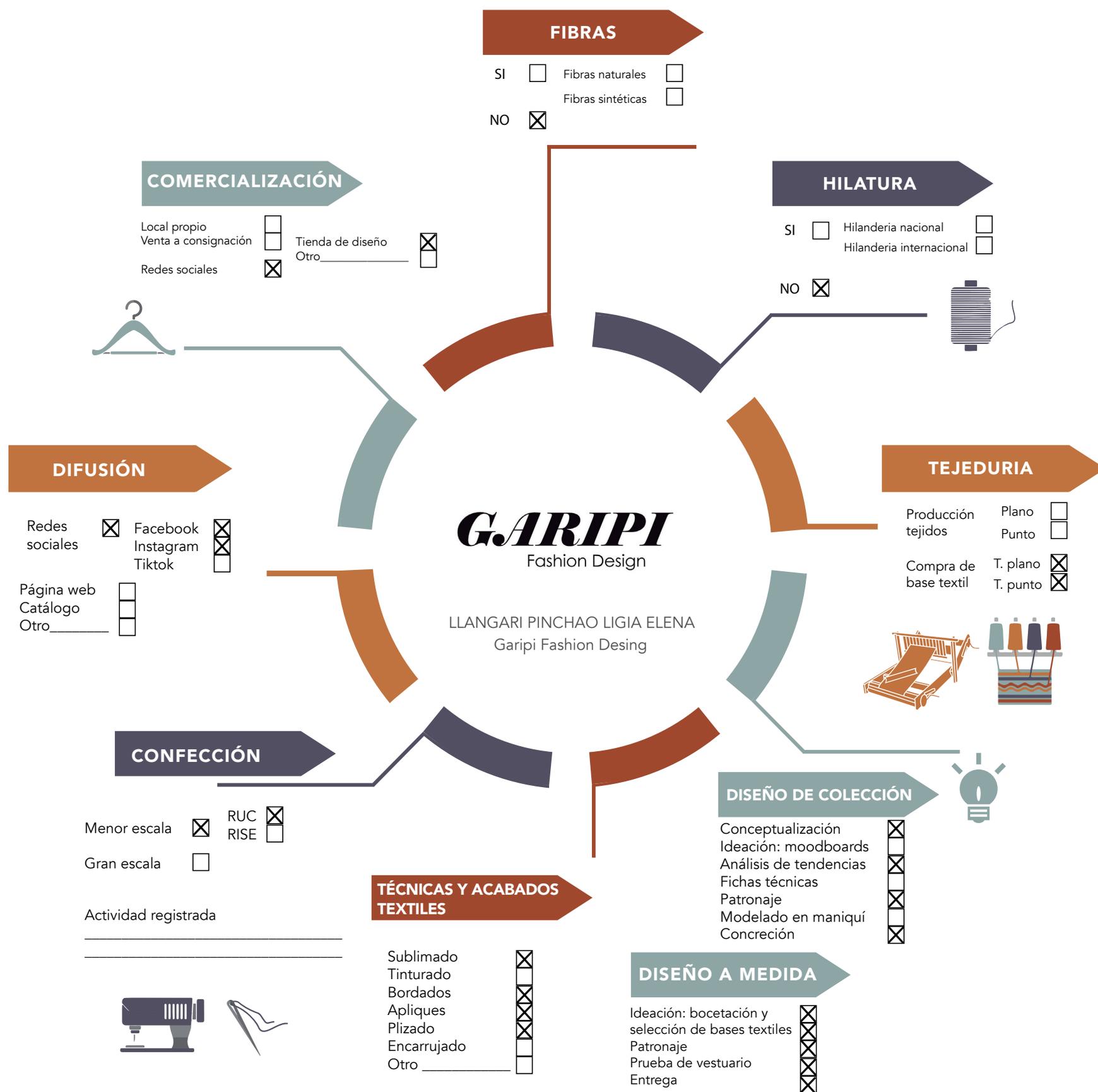


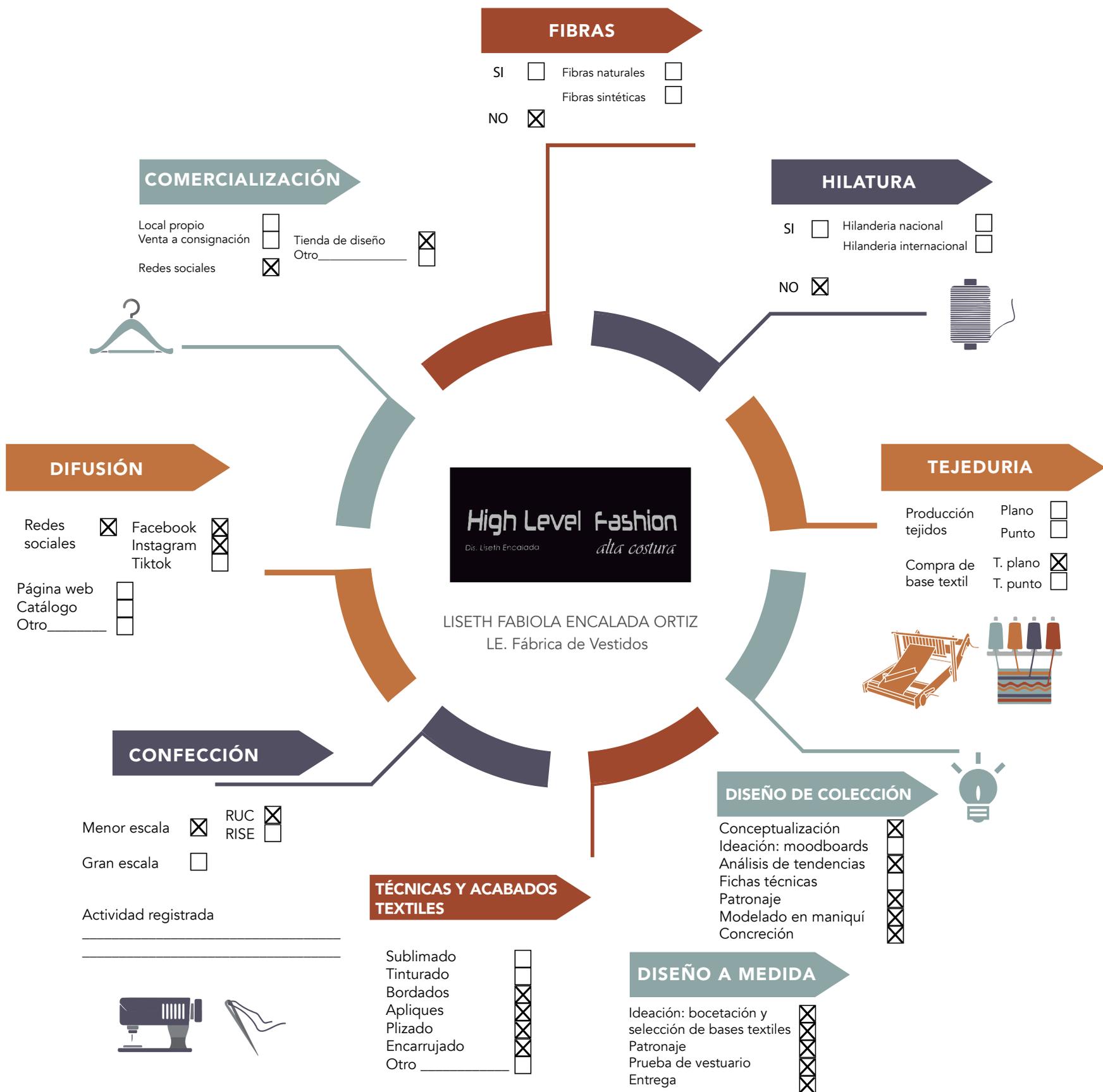


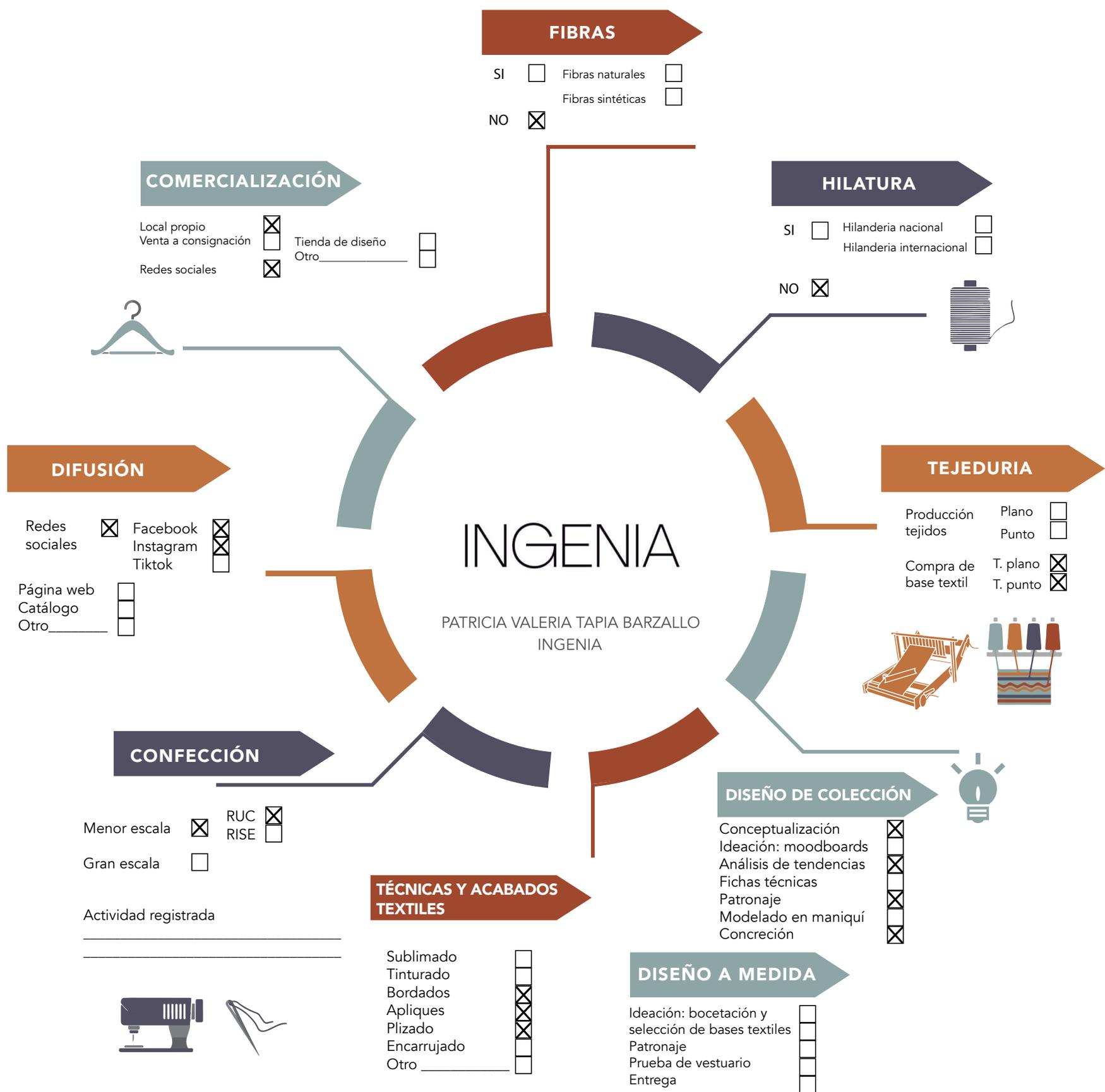




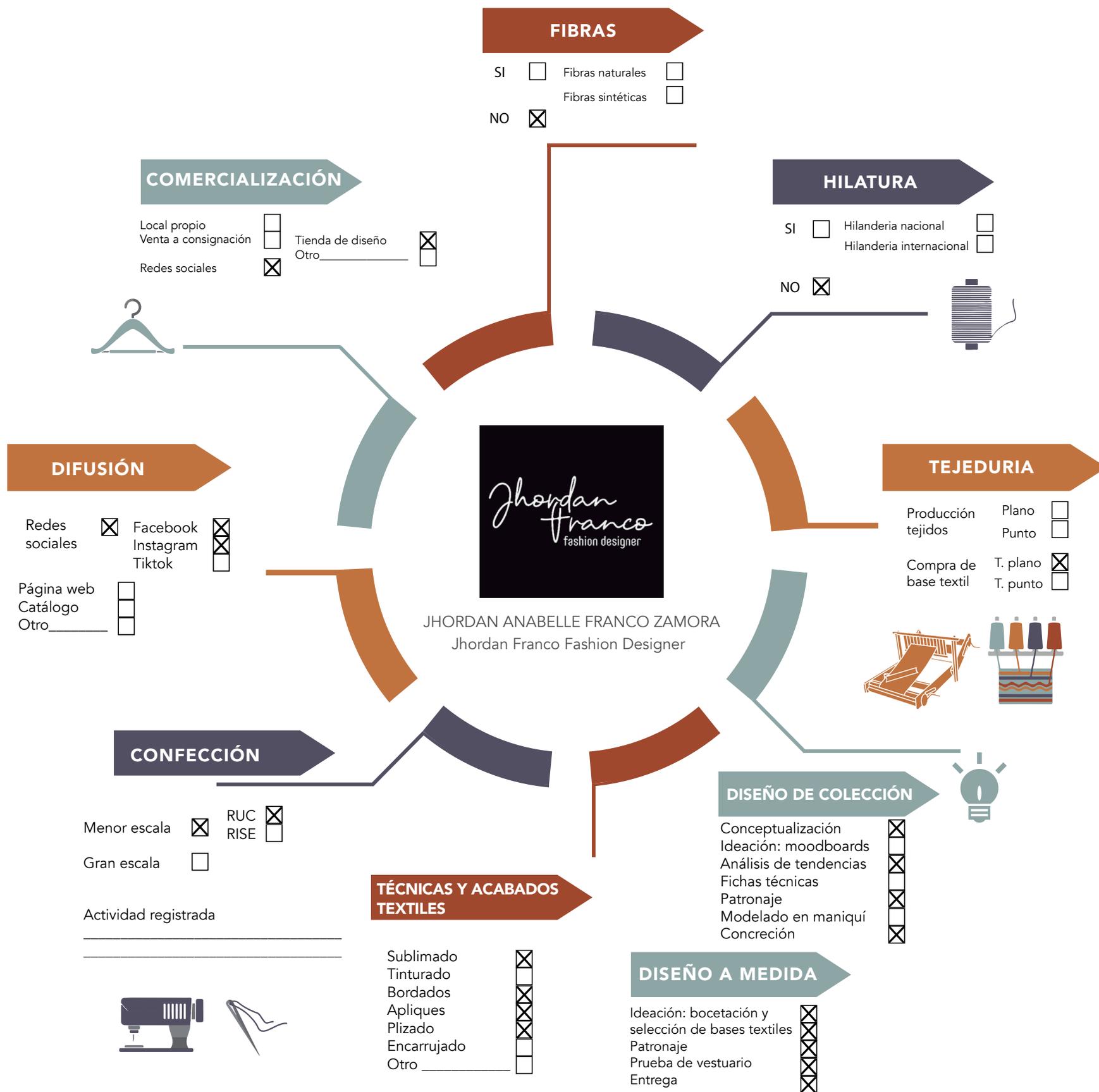




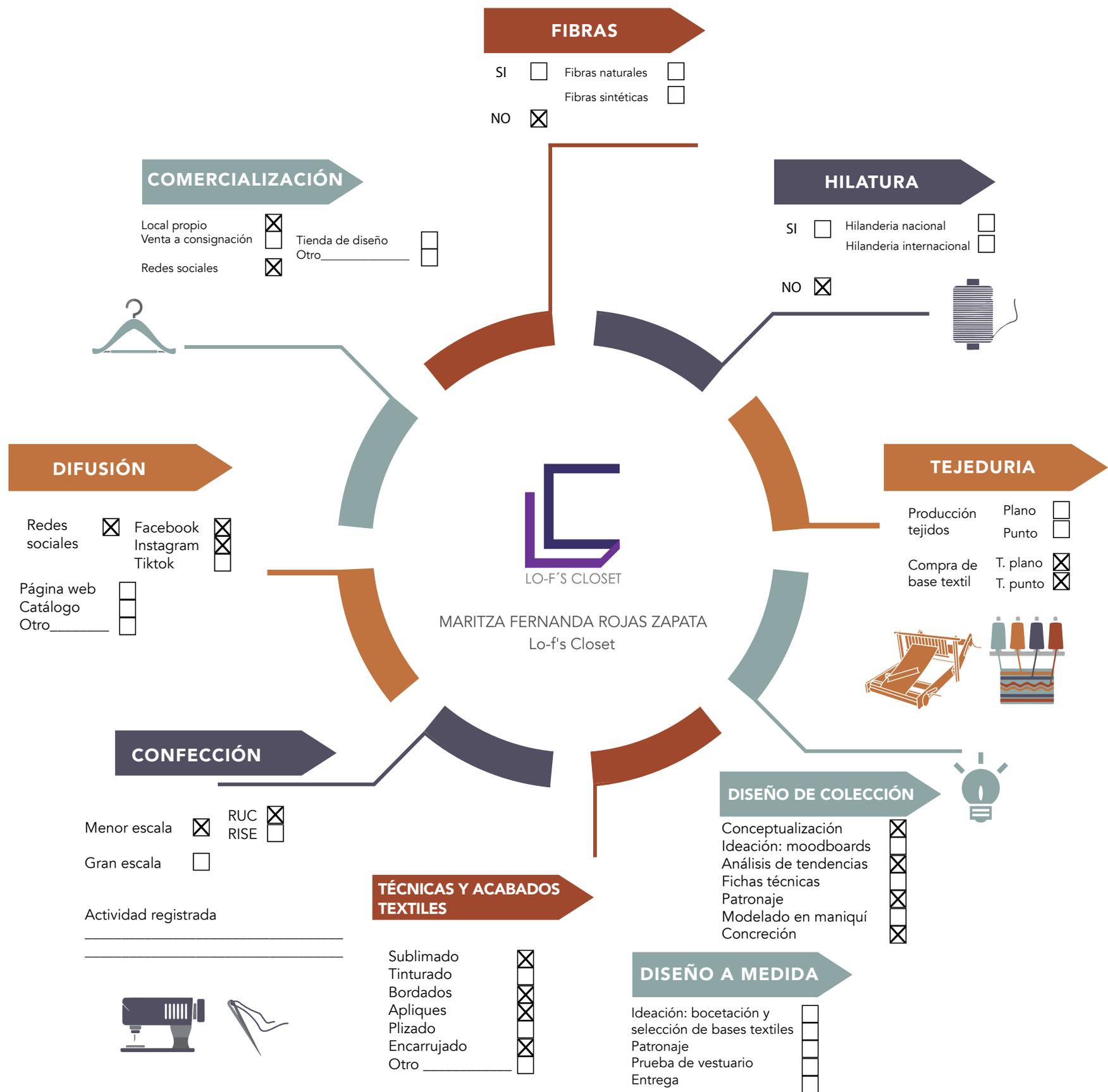


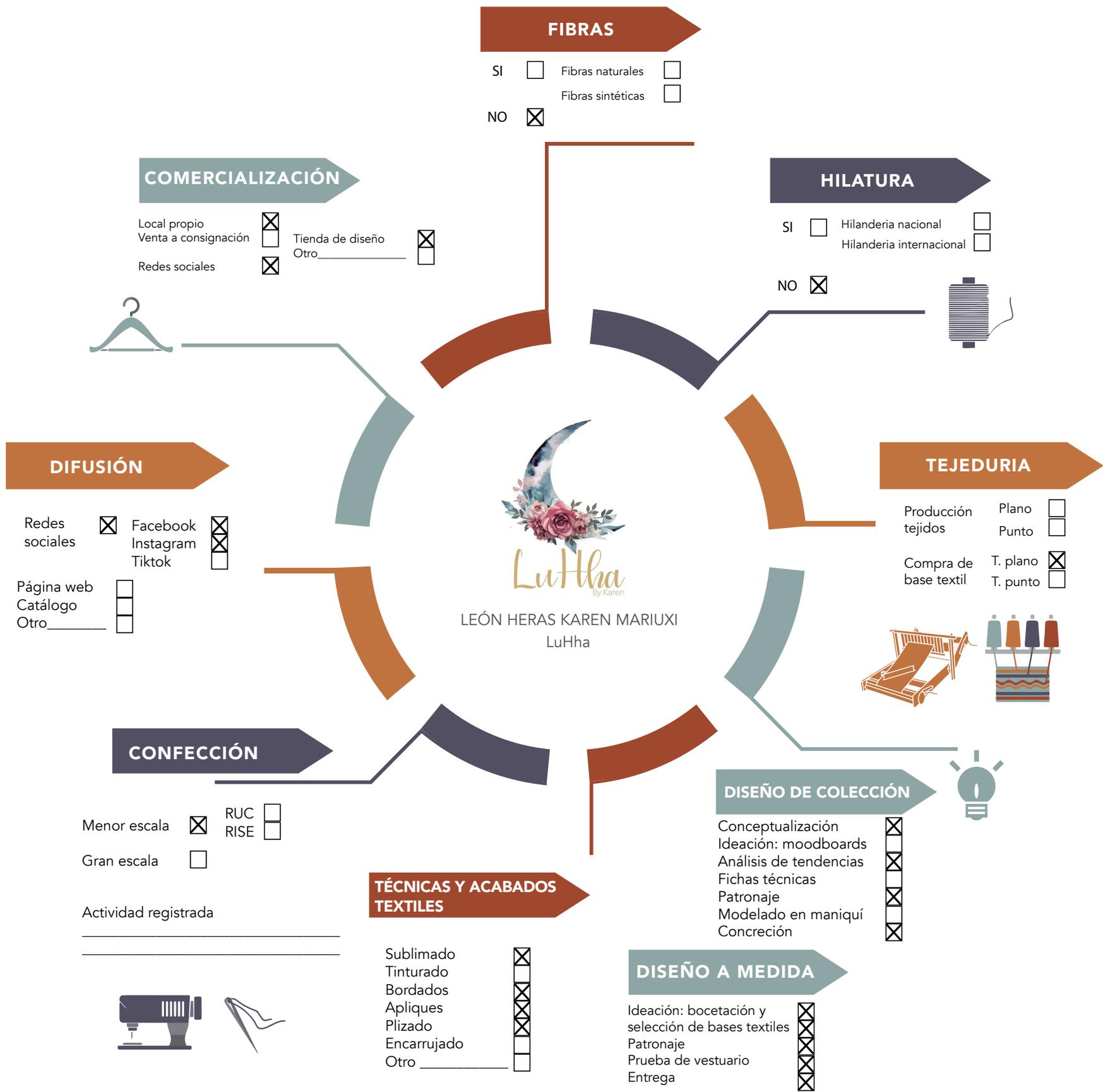


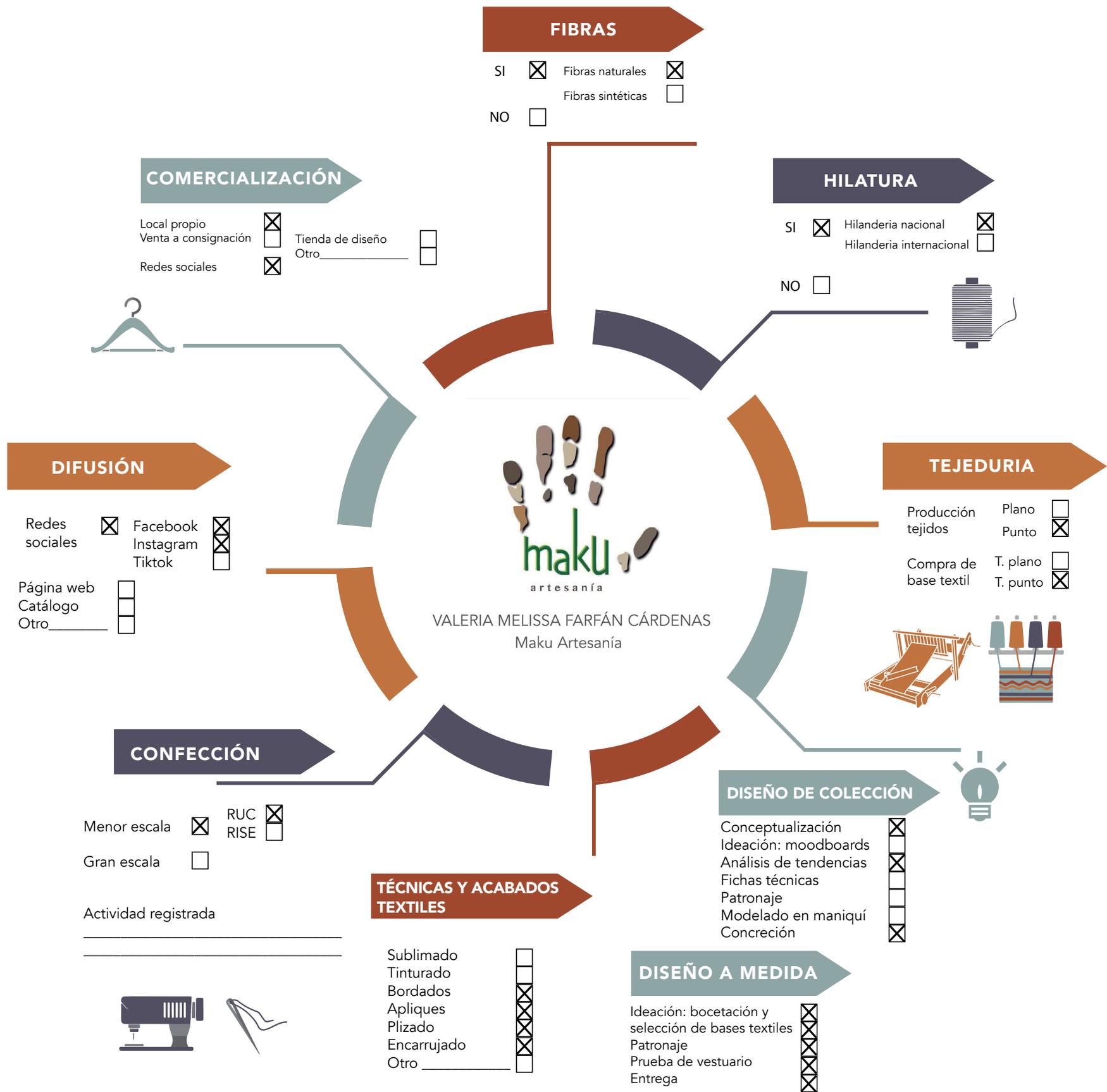


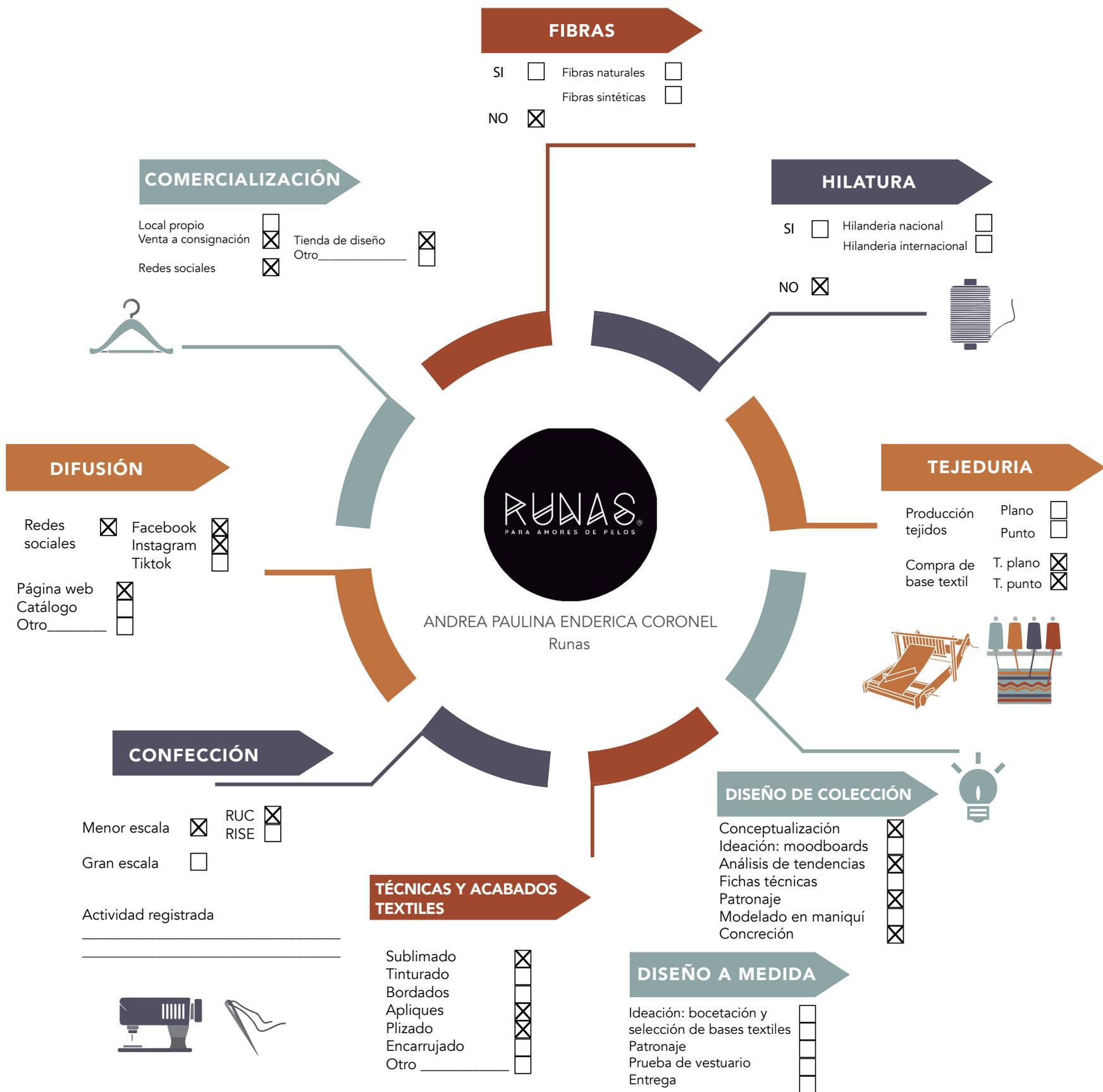


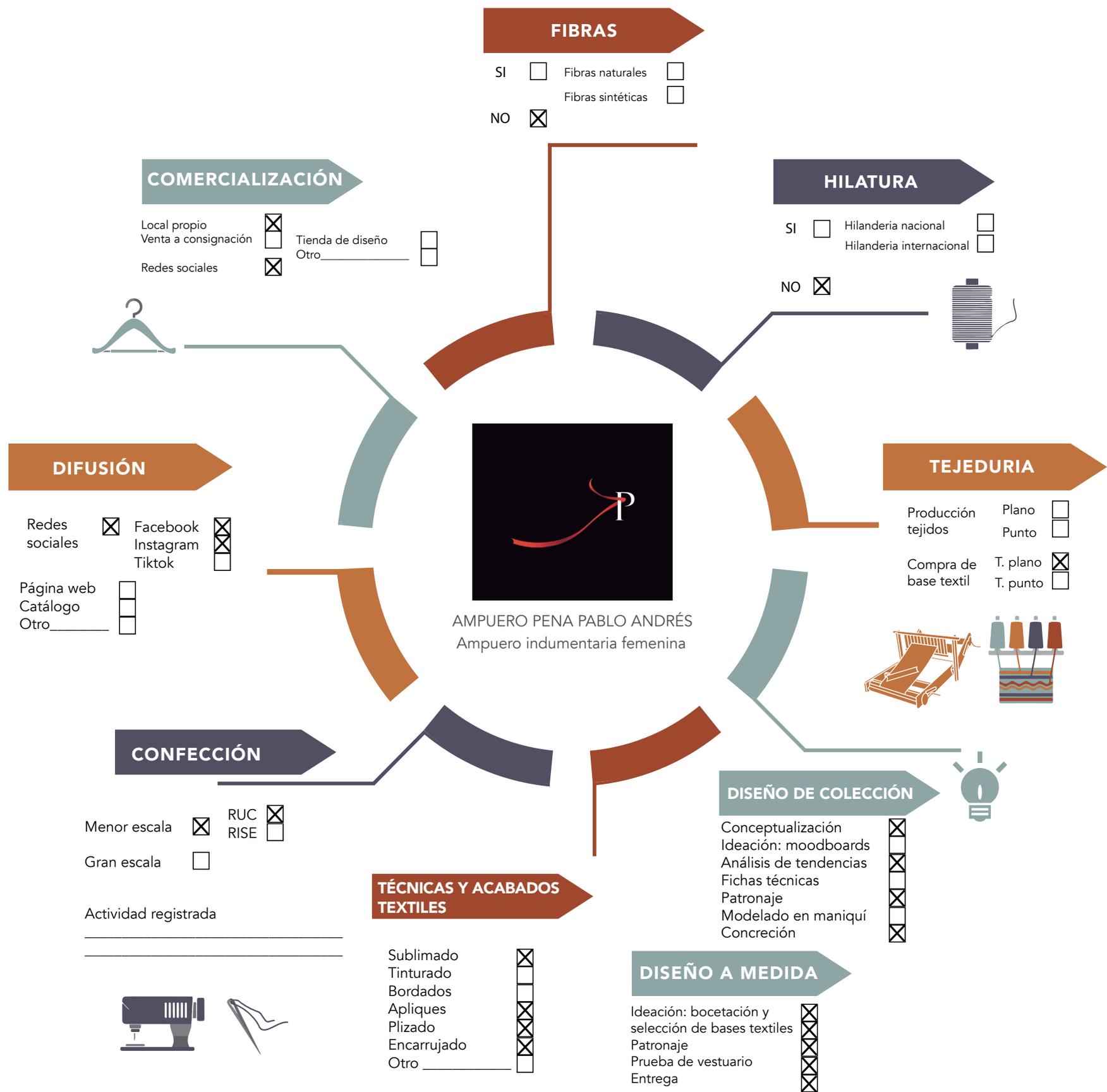


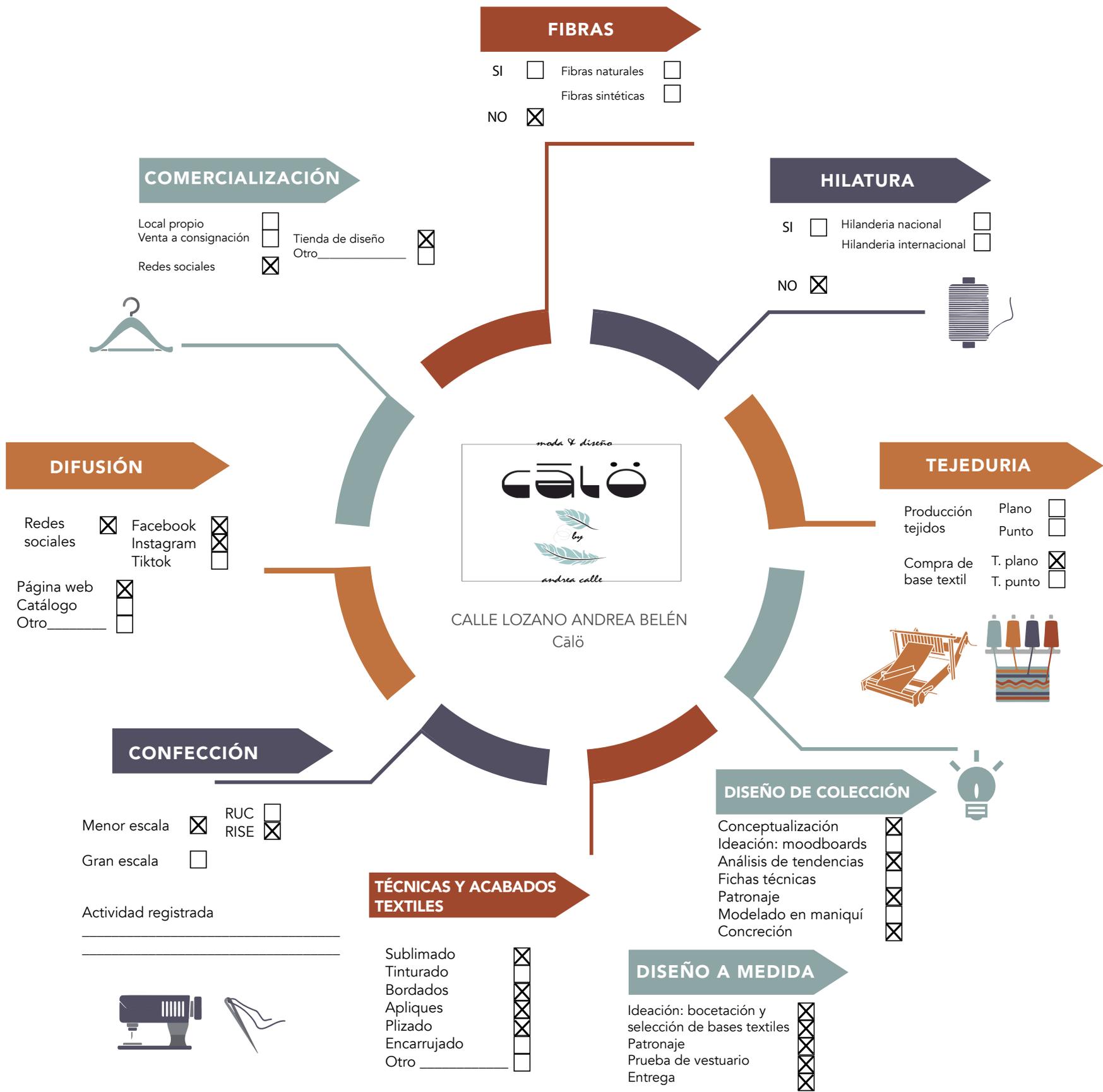


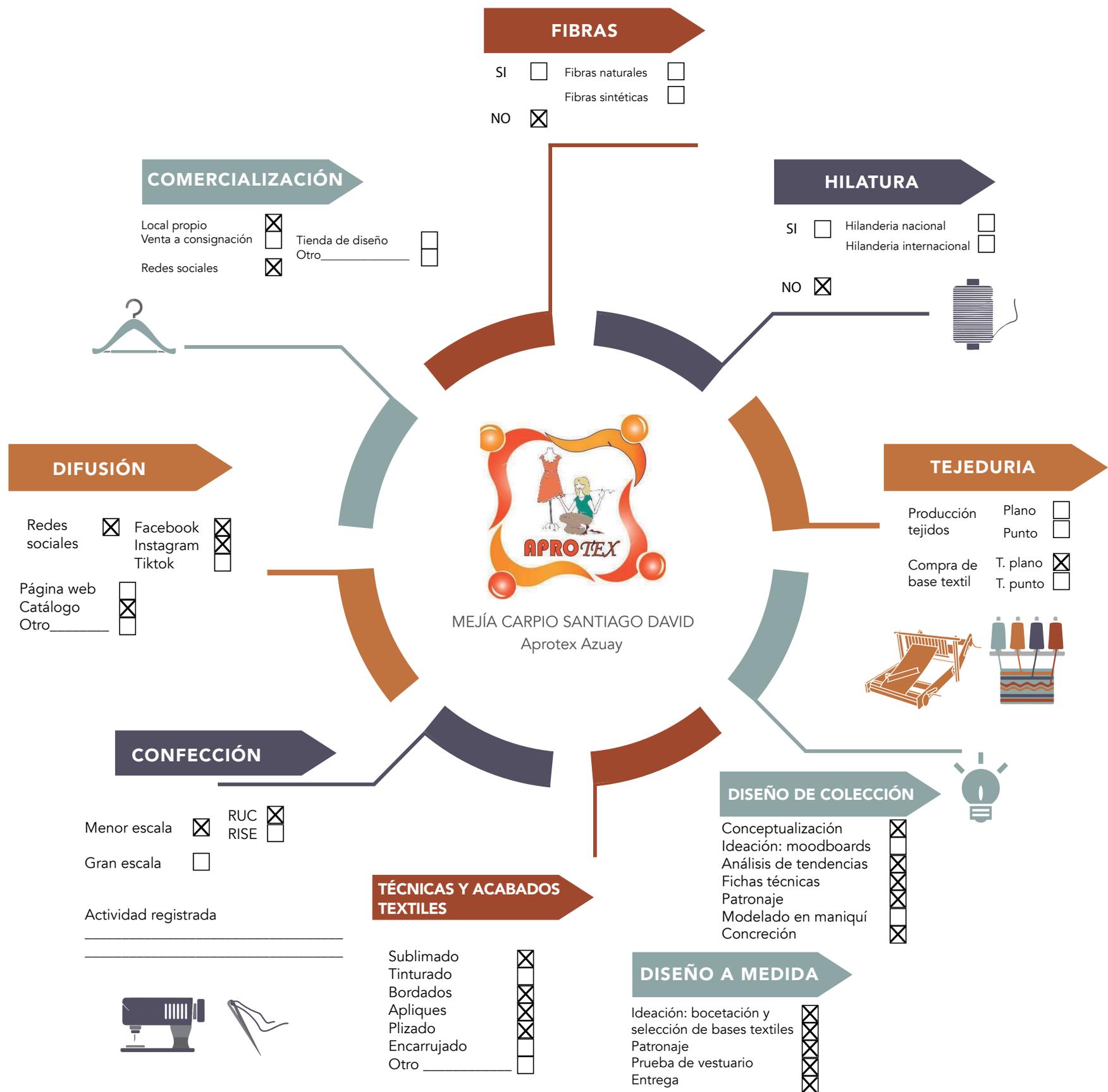


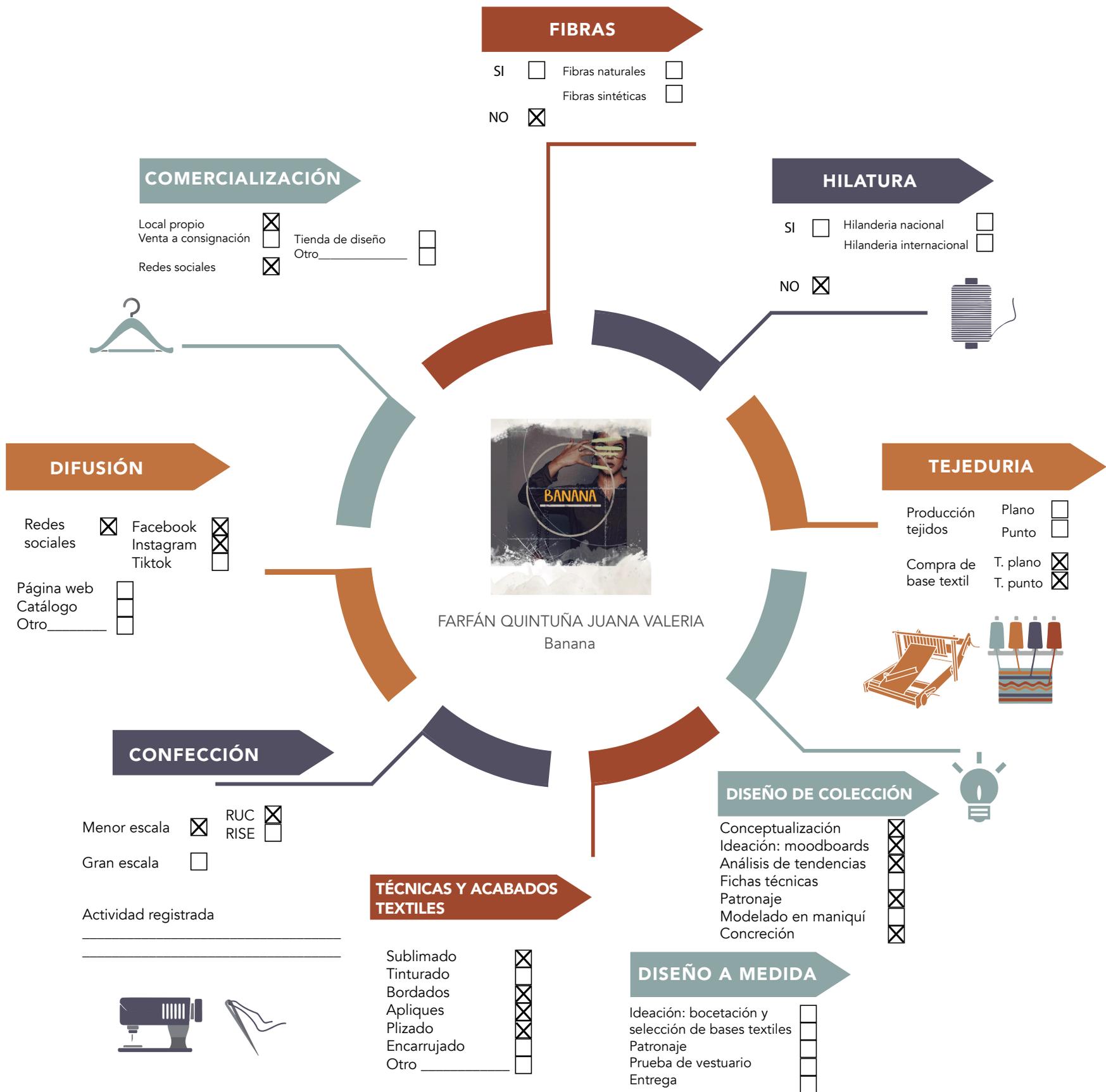


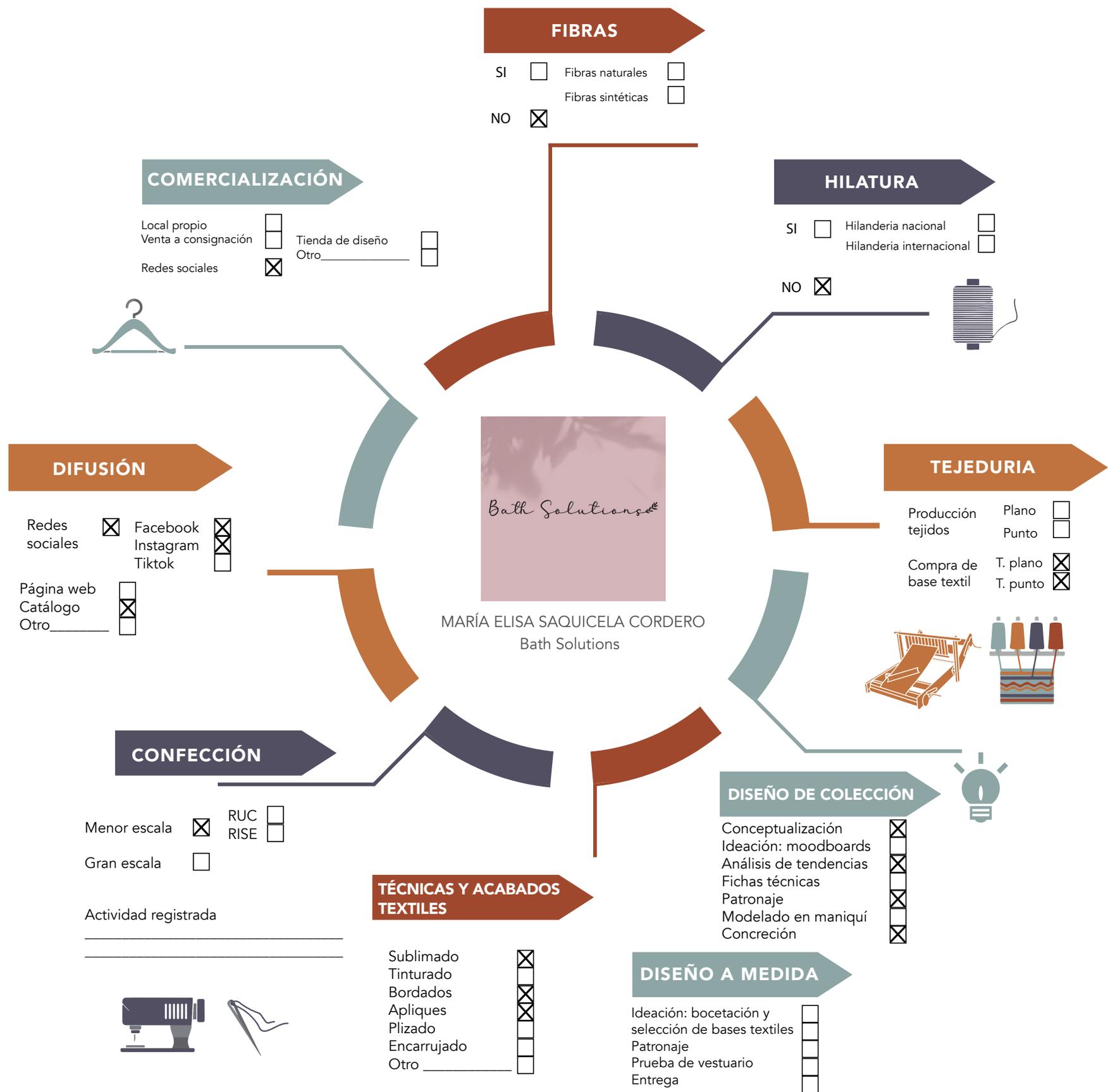


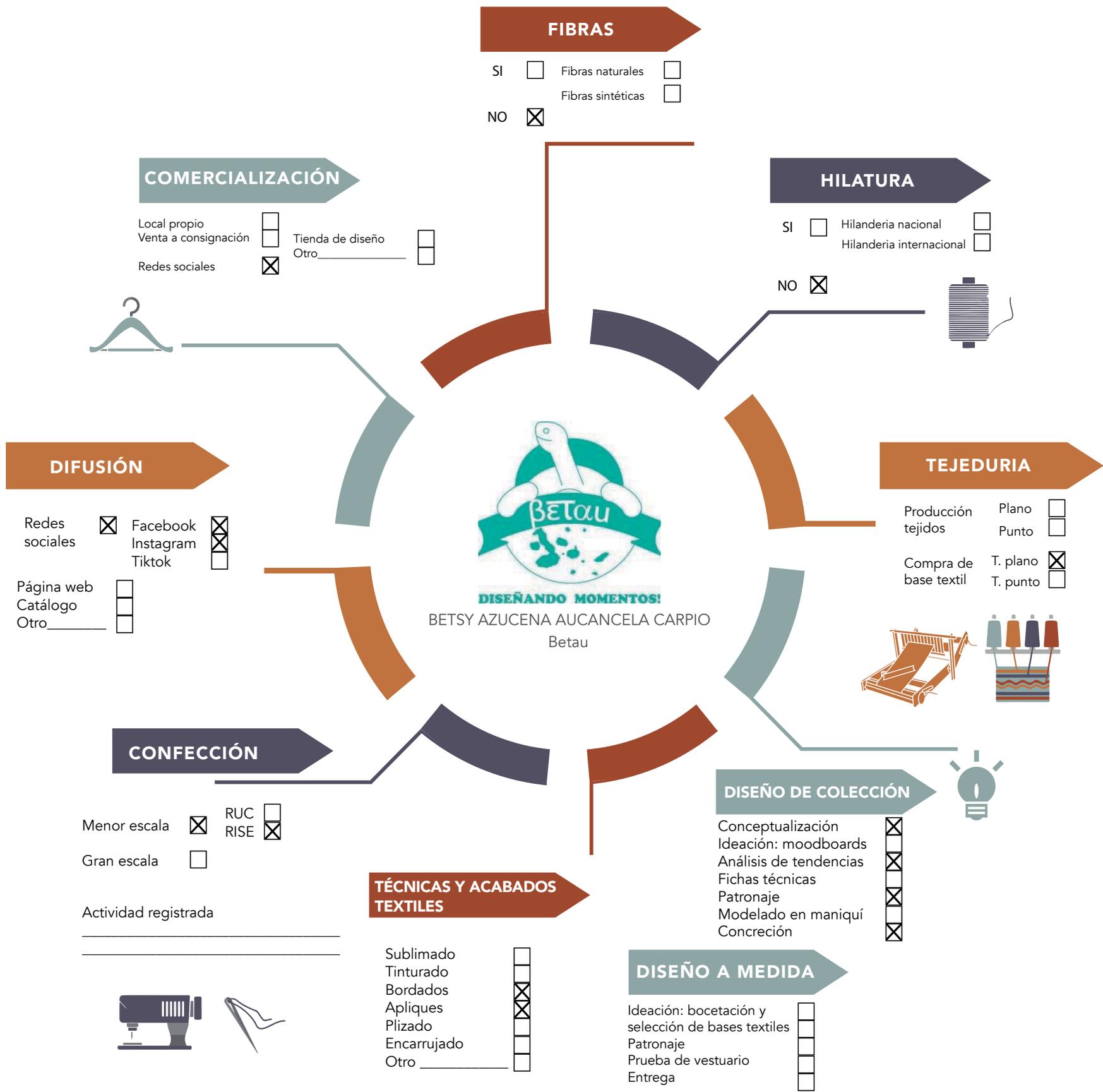


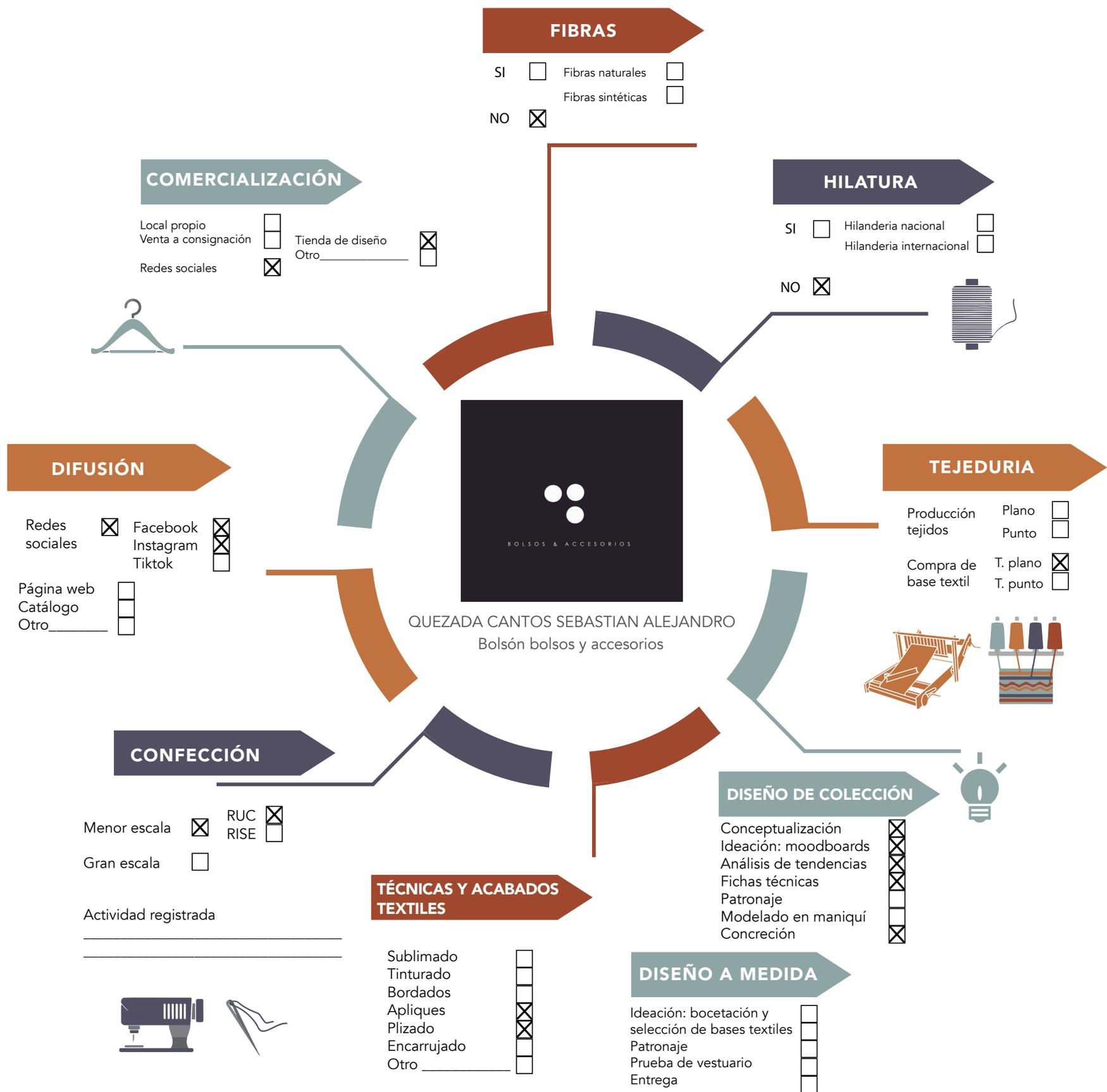


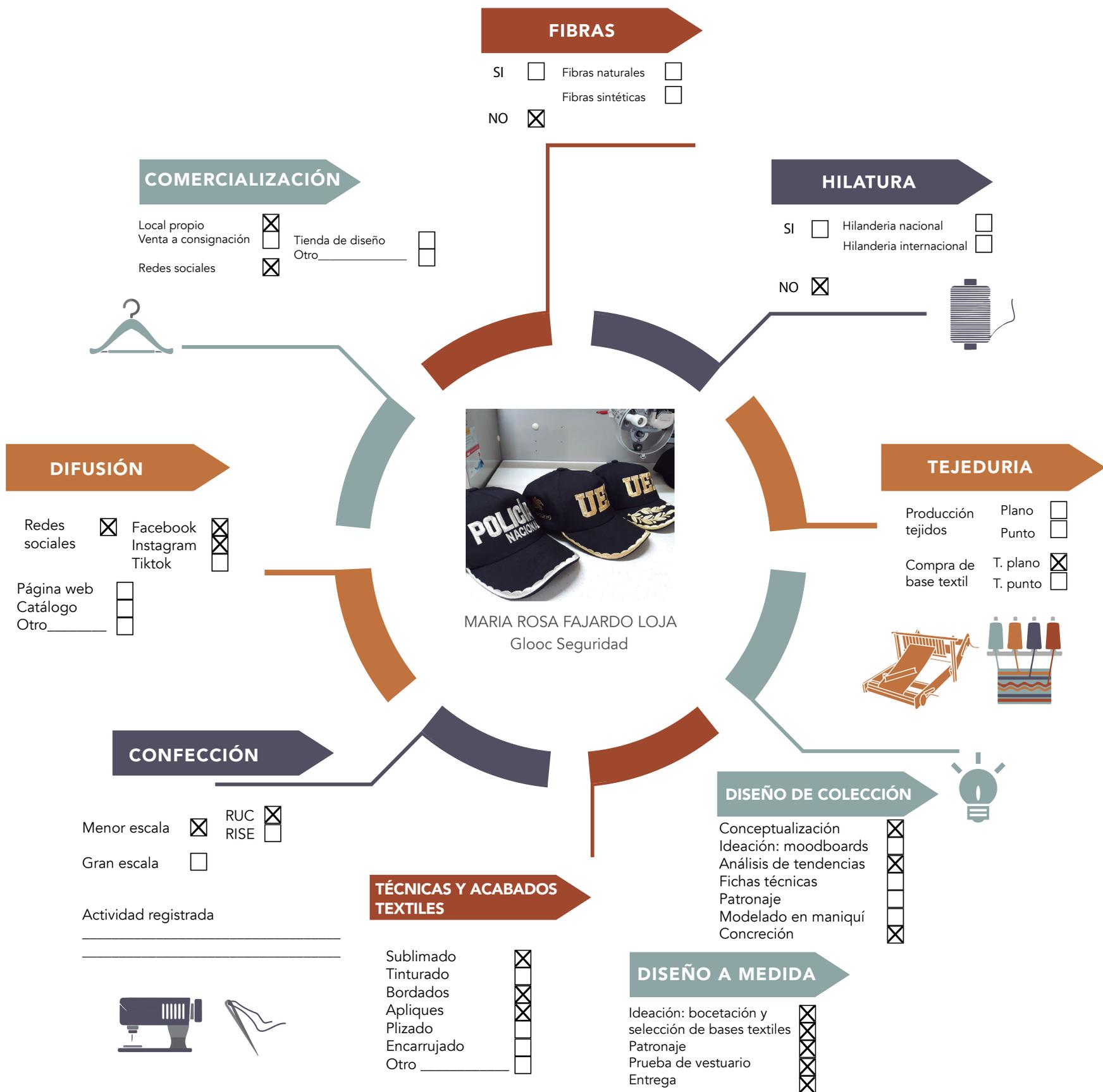


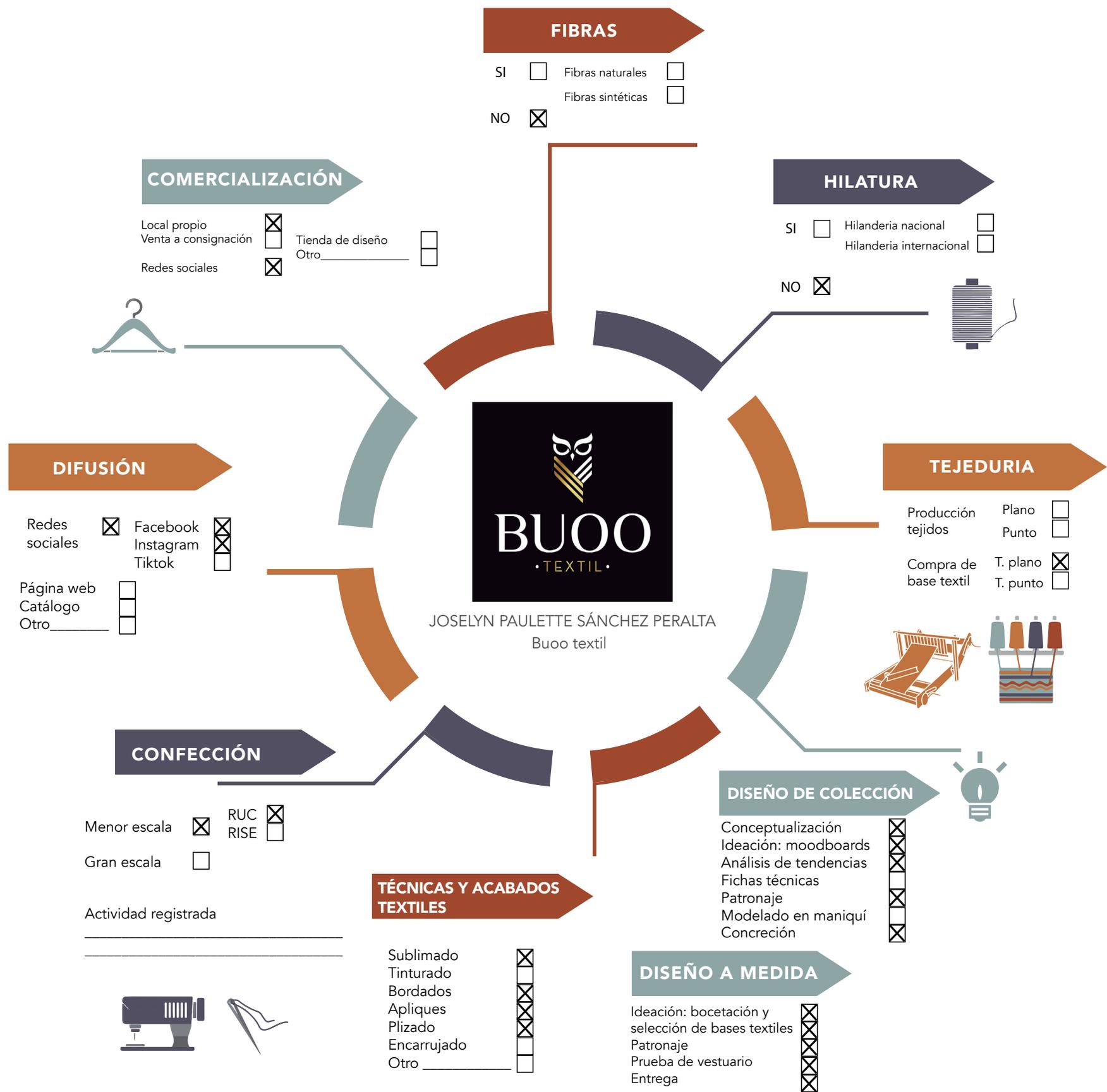


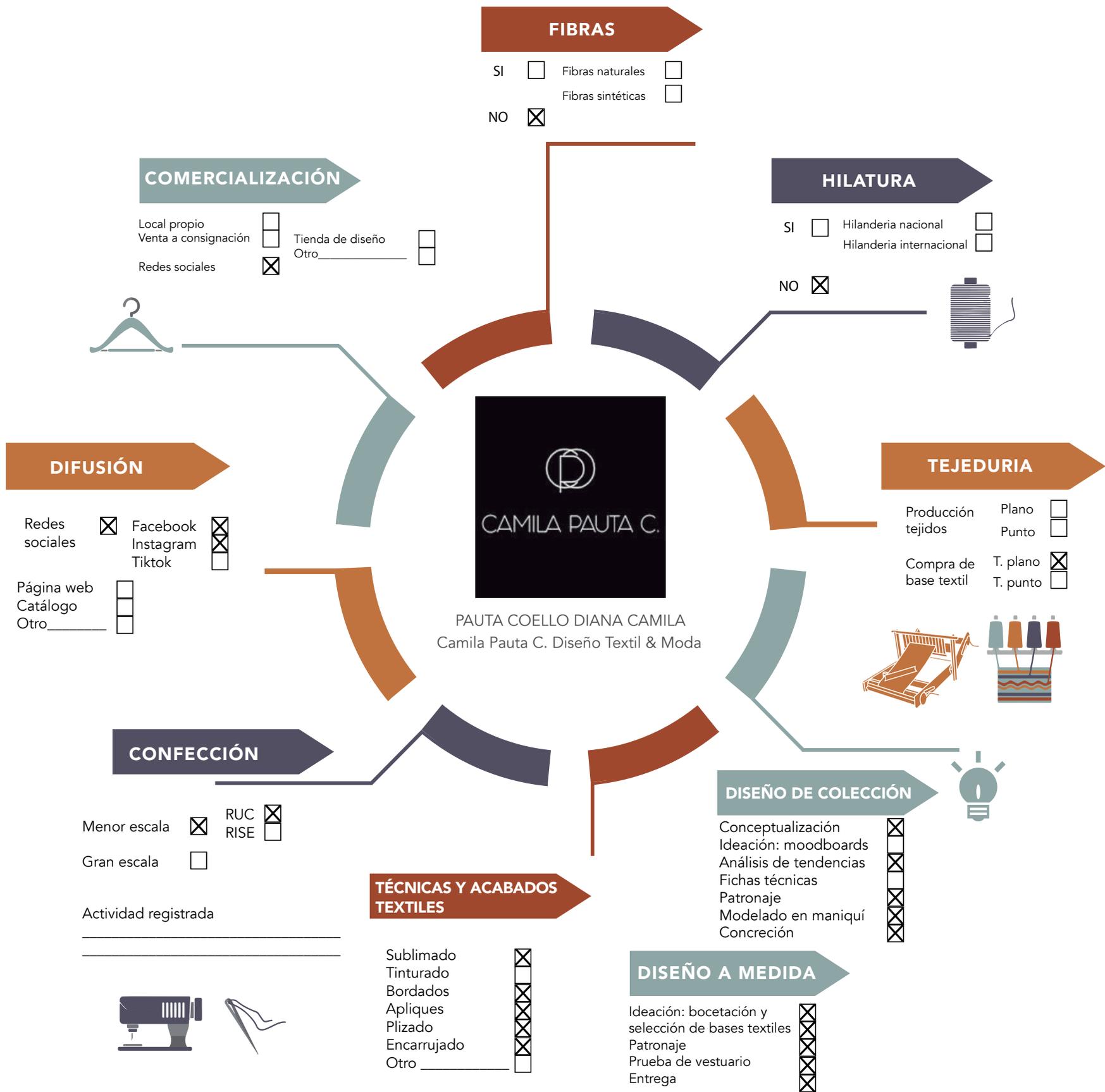












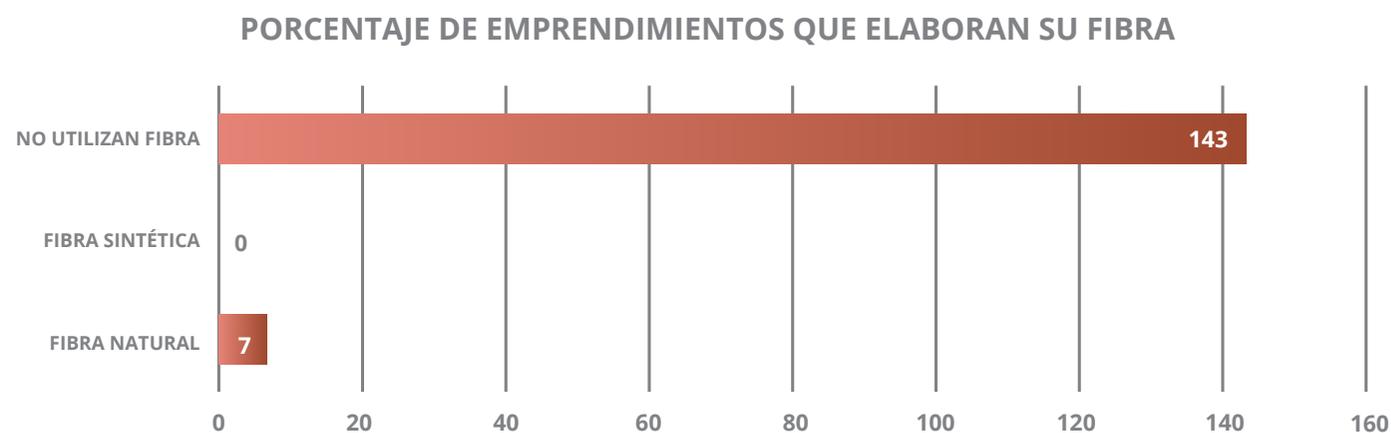
## 3.2 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR

### 3.2.1 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: FIBRA Y SUS LÓGICAS

Es importante conocer si el diseñador encuestado elabora sus prendas a través de la obtención de fibras naturales que Según Udale (2015), las fibras son aquellas que son pedazos de pelo o de hebra que proceden de la naturaleza, es decir, se obtienen directamente de animales o de vegetales, y se hilan para producir hilos o hebras mientras que las fibras sintéticas se obtienen por síntesis de diversos productos derivados del petróleo como el poliéster, el nylon o spandex, es decir, esta fibra es enteramente química, y tanto la elaboración de la materia prima como la fabricación de la hebra o filamento, son producto del hombre. Camarena 1995, afirma que una manera de disminuir el margen

de error es escoger una muestra mayor y llegar a un termino medio entre el error máximo admisible para la encuesta y el tamaño muestral. Para la definición de esta primera muestra se obtuvo información acerca de que diseñadores que elaboran y fabrican su propia fibra textil, según los datos proporcionados a través de las acuestas respondidas por diseñadores textil e indumentaria graduados desde el año 2005 al año 2020, demuestran que 143 de ellos no elaboran su propia fibra ya sea por el proceso y tiempo que este requiere la mayoría opta por comprar directamente la base textil.

TIPO DE FIBRA	ELABORAN SU FIBRA	NO ELABORAN SU FIBRA	TOTAL
FIBRA NATURAL	7	143	150
FIBRA SINTÉTICA	0	0	0
NO UTILIZAN FIBRA	143	7	150



**Tabla 1.** Porcentaje Fibra, cadena de valor.

**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

Se logra establecer una lógica de producción al obtener una muestra que verifica que el 94% no elabora su propia fibra, un

proceso que la mayoría opta por comprar directamente una base textil previamente elaborada.



**Diagrama de flujo 1.** Lógica Fibra  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén.

### 3.2.2 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: HILADO Y SUS LÓGICAS

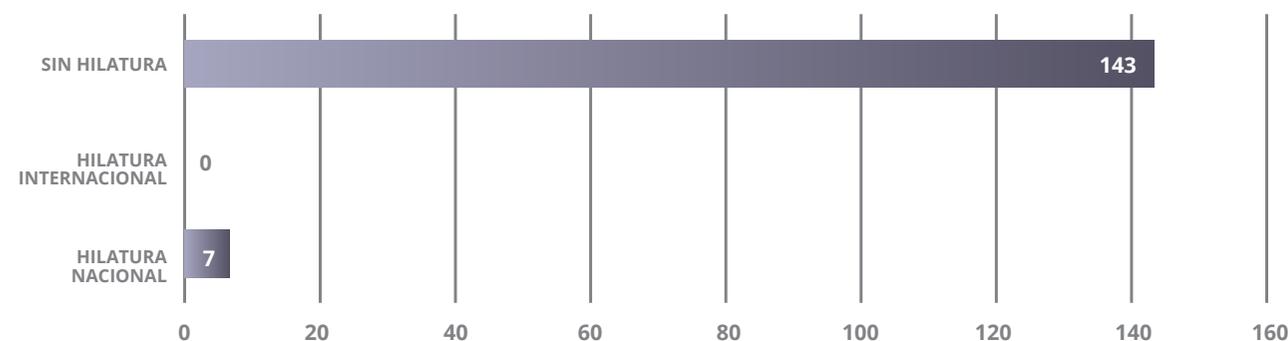
Teniendo en cuenta que el hilado consiste puntualmente en transformar la fibra en hilo es imprescindible para esta investigación conocer si los diseñadores utilizan hilatura nacional o internacional, ya que conoceremos si sus preferencias son locales o no.

La hilatura al ser un proceso en el que a base de operaciones se desarrolla con las fibras textiles, ya sean naturales o artificiales, se crea una nueva base textil que llegan a ser fino, alargado,

resistente y flexible llamado hilo, por esta razón y al estar los 2 directamente encadenados y necesitar uno del otro, se obtiene el mismo resultado de fibras textiles con un 6% de la muestra que desarrolla su propia hilatura mientras el resto no lo hace, al ser un proceso que se repite constantemente dentro de la encuesta se considera una lógica que emplean los diseñadores al momento de realizar sus productos, pues el hilado artesanal lleva un arduo procedimiento en donde las fibras son trabajadas a través de varios procesos hasta obtener el producto final (hilo).

TIPO DE HILATURA	ELABORAN SU HILATURA	NO ELABORAN SU HILATURA	TOTAL
HILATURA NACIONAL	7	143	150
HILATURA INTERNACIONAL	0	0	0
SIN HILATURA	143	7	150

**PORCENTAJE DE EMPRENDIMIENTOS QUE ELABORAN SU HILATURA**



**Tabla 2.** Porcentaje Hilatura, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

Se verifica una lógica bastante clara pues el 94% de los diseñadores optan por comprar su tela o base textil previamente realizada, puede ser por varios factores que eligen no realizar su propio hilado.



**Diagrama de flujo 2.** Lógica Hilatura  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén.

### 3.2.3 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: TEJEDURÍA Y SUS LÓGICAS

Se define a la habilidad, arte o destreza de tejer o formar un tejido o lienzo en la confección, es importante conocer si los diseñadores tienden más a elegir un tejido plano que se compone de 2 hilos: uno va en sentido horizontal y el otro en sentido vertical mientras que el tejido de punto, generalmente, se compone de 1 hilo que se va entrelazando durante la elaboración de la tela o si escogen una base textil.

La calidad y variedad de las bases textiles nacionales limita a las pequeñas y medianas empresas productoras de ropa en el Ecuador pues los precios de la materia prima internacional son más económicos.

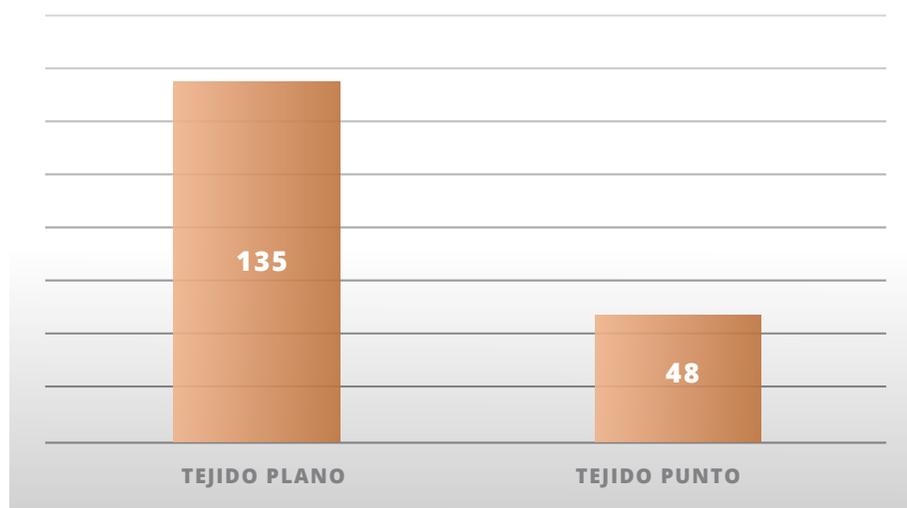
Al precio de las bases textiles e insumos se suma el precio del diseño y la confección pues si bien los diseñadores textil e indumentaria locales ofrecen productos elaborados a medida, exclusivos y de calidad es difícil competir con los productos

importados, principalmente de países asiáticos, siendo estos mucho más económicos, por ejemplo una camiseta blanca de algodón elaborada por una empresa nacional puede costar unos USD 25 mientras que una camiseta de similares características en tiendas 'low cost' o de bajo costo presentes en centros comerciales cuesta menos de USD 10. Mientras que un producto equivalente elaborado por una diseñadora de moda local puede tener un precio de USD 18.

Por esta razón actualmente los diseñadores optan por comprar su base textil que se muestra en el gráfico a continuación, pues además de representar un precio más accesible y económico para ellos, ahorran varias horas de trabajo que se invierten al elaborar una base textil de manera artesanal, eligen el tejido plano como su primera opción por la variedad de prendas que se puede realizar con esta base textil.

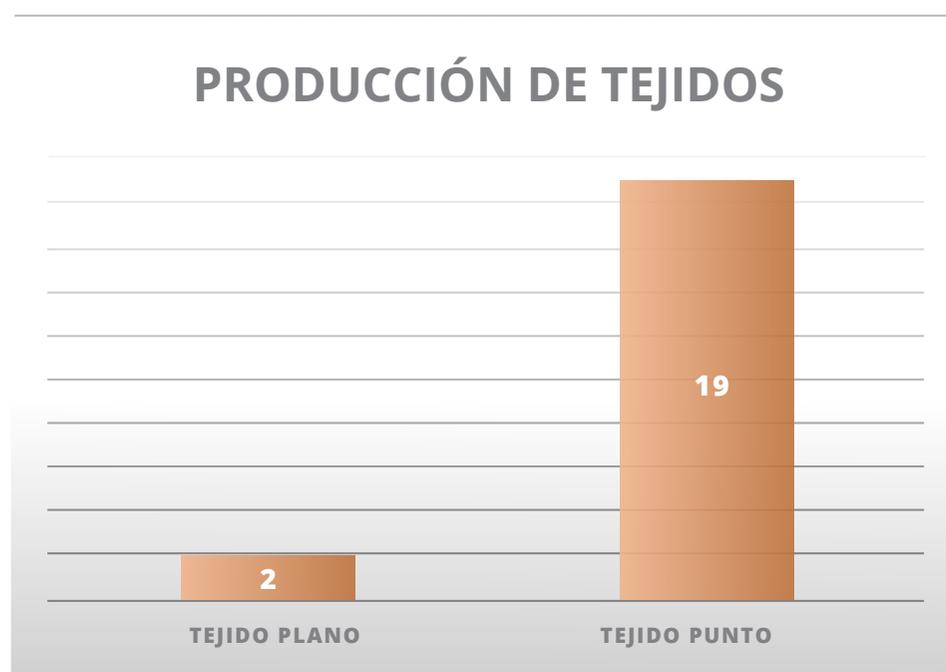
	PRODUCCIÓN DE TEJIDOS	NO PRODUCEN TEJIDOS	TOTAL	COMPRA BASE TEXTIL	NO COMPRA BASE TEXTIL	TOTAL 2
TEJIDO PLANO	2	148	150	135	15	150
TEJIDO PUNTO	19	131	150	148	102	150

### COMPRA BASE TEXTIL



**Tabla 3.** Porcentaje Tejeduría compra base textil, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

Mientras que tan solo el 14% de los productos son elaborados con la producción de sus propios tejidos, contemplando que 19 de ellos eligen elaborar su base textil de tejido de punto y tan solo 2 de tejido plano, pues este es un proceso mucho mas amplio.



**Tabla 4.** Porcentaje Tejeduría, producción de tejidos cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

La lógica que se evidencia dentro de tejeduría es que la mayoría los diseñadores textil y moda no crea sus tejidos y decide comprarlos y dentro de los que producen sus tejidos eligen la elaboración de tejido de punto.



**Diagrama de flujo 3.** Lógica Tejeduría.  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén.

### 3.2.4 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DISEÑO DE COLECCIÓN Y SUS LÓGICAS

El proceso creativo del diseño, forma parte de una metodología basada en arte y ciencia que nace de la necesidad de las personas para desarrollar una idea; además, es una metodología que lo ayuda a desarrollar la solución a un problema, existe generalmente una solución profunda, que es simple, económica y bonita y tiene el potencial para producir un impacto en la vida de las personas. El proceso de diseño no es lineal, sin embargo, es pensado generalmente como una serie de fases conectadas, que tienen ciertas etapas que se repiten en cada fase, el proceso creativo del diseño se presenta en tres etapas: Recolección de información y generación de conocimiento; imaginación de ideas y generación de alternativas; y, implementación y validación de soluciones (Smith y Linder, 2014).

El proceso creativo en el diseño de indumentaria, forma parte de una potencialidad elevada en el hombre el cual involucra diferentes habilidades de pensamiento, integrando procesos

cognitivos complejos para el logro de objetivos planteados en el pensamiento del ser humano; así mismo, es una composición de acciones intuitivas ante la aplicación de técnicas en la solución de un problema en la cual las personas potencian su talento creativo en el diseño de artículos o prendas de vestir (Casablanca L. , 2007).

Una colección de moda se entiende como el conjunto de prendas de la autoría de un diseñador con una coherencia interna en términos de estilo y destinada a una temporada con tendencia para un año en concreto, es importante conocer que para crear una colección es necesario definir el enfoque, a quién va dirigida es decir: masculina, femenina, mixta (masculina y femenina), infantil. Y seguidamente establecer la temporada: primavera – verano, otoño – invierno, resort o crucero, prefall, cápsula, una vez que el enfoque está definido el siguiente paso es conocer las tendencias de la temporada y representarlo a través de un

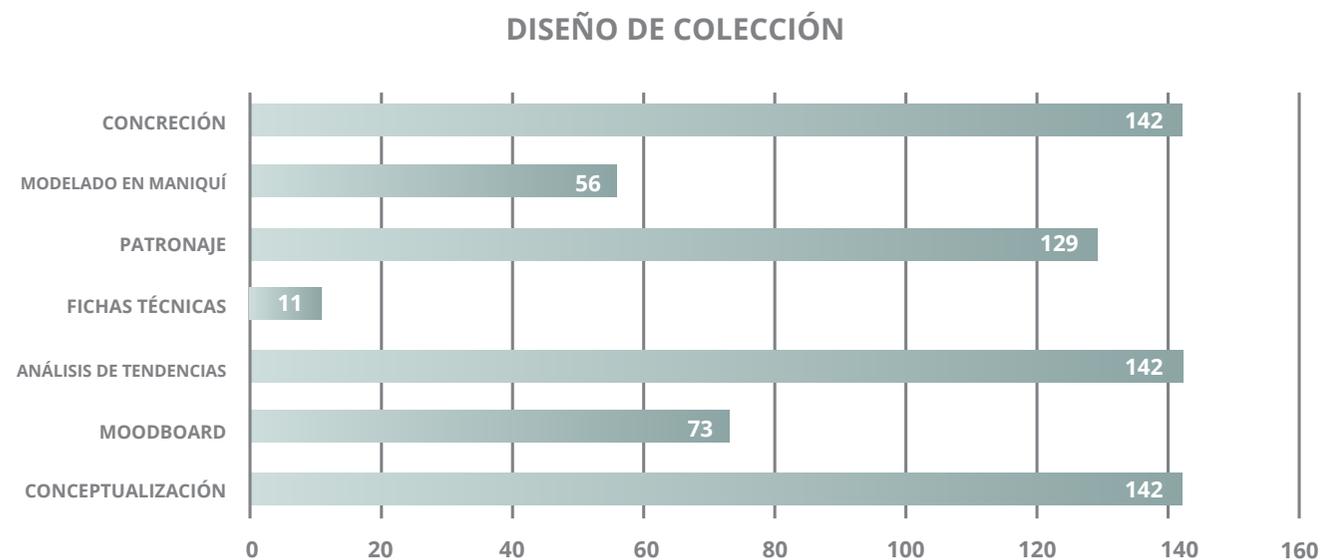
moodboard que refleje todas las tendencias, colores, formas, siluetas entre otros, es importante conocer cual es el proceso que tienden a elegir los diseñadores al momento de elaborar su colección, de esta manera lograremos establecer cual es la tendencia mas elegida por los profesionales (Martínez & Vázquez, 2006).

Conocer cuales son los procesos que emplean los diseñadores para desarrollar su colección entre ellos conceptualización, ideación, moodboard, análisis de tendencias, fichas técnicas, patronaje, modelado en maniquí y concreción nos ayudara a entender cuales son las lógicas que la mayoría de ellos emplean para su producción.

Gonzales 2019 manifiesta que “el tiempo aproximado para planear

o desarrollar una colección de indumentaria es aproximadamente de seis meses a un año y medio de antelación” Dentro de este tiempo hay uno o dos meses dedicados a la búsqueda de tendencias según las respuestas marcadas por diseñadores textil e indumentaria dentro de la encuesta previamente realizada pues el 94% de ellos realizan este procedimiento antes de elaborar su diseño de colección, al igual que la conceptualización pues 142 de ellos realizan este proceso con la finalidad de dar a conocer a sus consumidores de que se trata la colección, inspiración, paleta de colores, temporada entre otras características que el diseñador considere importante mencionar, el 86% de estos emprendimientos realiza el patronaje de sus prendas, este proceso es un dibujo en plano de la prenda que se usa posteriormente como una plantilla para trasportarlo a la tela con la que se procede a confeccionar la prenda final.

DISEÑO DE COLECCIÓN	REALIZA	NO REALIZA	TOTAL
CONCEPTUALIZACIÓN	142	8	150
MOODBOARD	73	77	150
ANÁLISIS DE TENDENCIAS	142	8	150
FICHAS TÉCNICAS	11	139	150
PATRONAJE	129	21	150
MODELADO EN MANIQUÍ	56	94	150
CONCRECIÓN	142	8	150



**Tabla 5.** Porcentaje Diseño de colección, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

La concreción es quizás una de las fases más importantes dentro del proceso de producción de una prenda dado que aquí se define el resultado final del diseño, son estos 4 procesos previamente mencionados los que se establecen como una lógica de producción y comercialización dentro del diseño de

colección pues estos se repiten contantemente dentro de las encuestas realizadas, se entiende que es un proceso que marca una tendencia y se realiza en reiteradas ocasiones dentro de los talleres confección.



**Diagrama de flujo 4.** Lógica Diseño de colección.  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén.

### 3.2.5 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DISEÑO A MEDIDA Y SUS LÓGICAS

La confección de ropa a medida es donde el diseñador despliega su pasión y creatividad, poniéndola al servicio del cliente con la finalidad de crear una prenda única, que refleje toda la esencia interior del consumidor, alineada con el estilo y filosofía de vida de cada uno de los clientes, a nivel local se considera que la mayoría de diseñadores textil e indumentaria realizan diseño a medida, sin embargo cada uno de ellos realiza los procesos de diferente manera por lo cual esta investigación busca acercarse a cual es la inclinación que tienen para los procesos de producción.

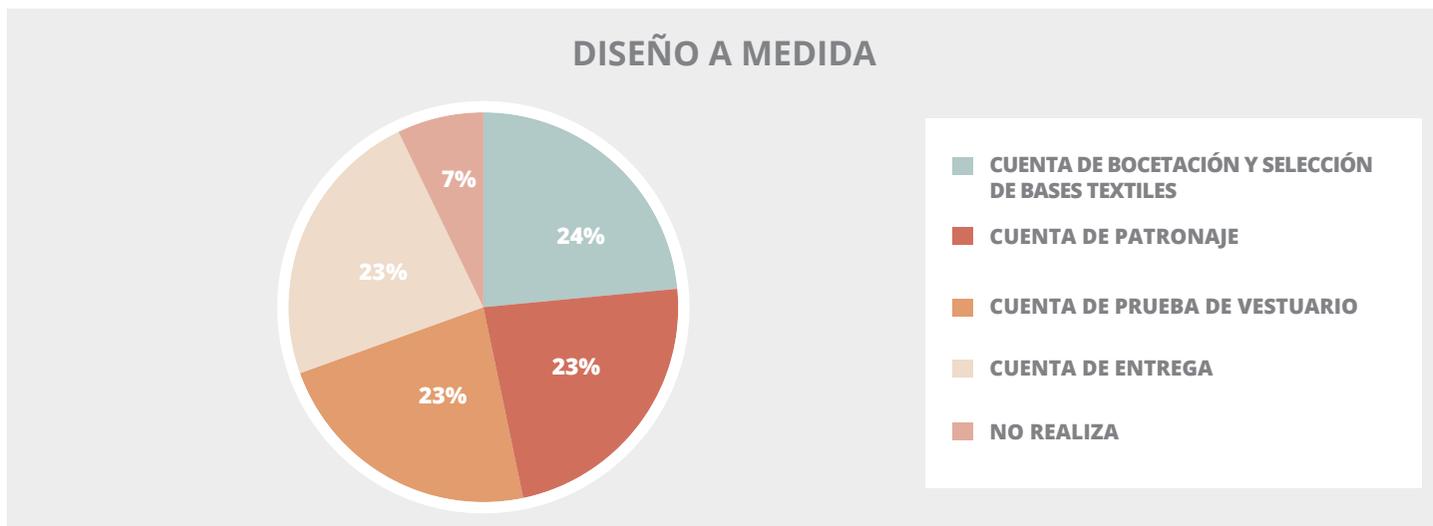
Décadas atrás las personas optaban por acudir con mayor frecuencia a un modista o un sastre para confeccionarse prendas de acuerdo a sus propias medidas, esto permitía que tuvieran en su guardarropa piezas prácticamente únicas y entalladas, al pasar de los años y a través de la evolución y expansión de la moda hacia nuevos mercados se desarrollaron las tallas o medidas que ahora conocemos como estándar (S, M, L,

XL, XXL o de numeración), que son una norma utilizada en la confección de prendas en serie que actualmente representa el más alto porcentaje de la vestimenta que conocemos.

Estas normas han sido desde entonces un medio muy acertado para quienes gustan de comprar la ropa lista para usar sin embargo, no podemos dejar a un lado que una prenda justa y entallada al cuerpo de quien la usa luce completamente diferente.

Sin embargo en nuestra ciudad aun no existen grandes industrias dentro del diseño textil e indumentaria, pues hasta el momento se han registrado pequeñas y medianas empresas dentro del área, la mayoría de diseñadores (116 de ellos) realizan diseño a medida, también lo realizan a través de medidas estándar como mencionamos anteriormente, sin embargo el tiempo, acabados entre otros factores hacen que el diseño a medida sea mas costoso para los consumidores.

DISEÑO A MEDIDA	LO REALIZA	NO LO REALIZA	TOTAL
CUENTA DE BOCETACIÓN Y SELECCIÓN DE BASES TEXTILES	115	35	150
CUENTA DE PATRONAJE	115	35	150
CUENTA DE PRUEBA DE VESTUARIO	111	39	150
CUENTA DE ENTREGA	115	35	150
NO REALIZA	35	115	150



**Tabla 6.** Porcentaje Diseño a medida, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

Dentro del diseño a medida predomina la bocetación, patronaje, prueba de vestuario y entrega, es aquí en donde se establece una lógica al momento de la producción dentro del diseño a

medida pues el 100% de los diseñadores que lo realizan cumplen con este procedimiento.



**Diagrama de flujo 5.** Lógica Diseño a medida.  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén.

### 3.2.6 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: TÉCNICAS Y ACABADOS Y SUS LÓGICAS

Las técnicas textiles ofrecen una respuesta funcional a un amplio abanico de requisitos específicos como ligereza, resistencia, refuerzo, filtración, resistencia al fuego, conductividad, aislamiento, flexibilidad, absorción, etc. También protegen de las llamas, el frío, la radiación, las agresiones físicas o sustancias corrosivas e incluso incluyen tintas termocromáticas. Estas características de los tejidos técnicos los hacen especialmente adecuados en el campo de la protección para el personal de industria nuclear, química, metalúrgica o minera, entre otras, así como para deportes de riesgo o contacto Alba, Alerto; Argote, J. Ignacio y otros. Tecnología Textil y de la Confección. Costura 3 Ingenieros. Barcelona. 1993.

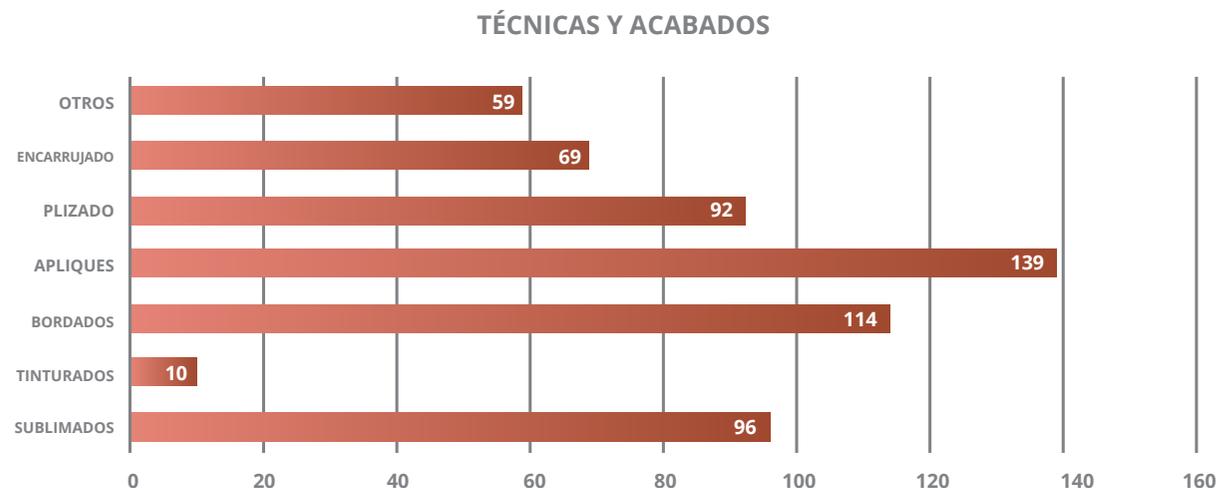
Se denominan acabados textiles a los tratamientos que se aplican a las telas. Ellos pueden mejorar la apariencia, textura y el desempeño de una tela determinada. Cada fibra y cada tipo de tela tienen ciertas características deseables y otras no apetecidas (Alba 1993).

Las opciones escoger son sublimado, tinturado, bordados, apliques, plizado, encarrujado u otro que nos ayudara a entender cuales son las lógicas que emplean al momento de realizar sus

técnicas ya acabados textiles.

En el cambiante mundo de la moda buscamos realzar y destacar de una u otra manera la apariencia de las prendas otorgándoles un valor agregado, generalmente hablamos de diferentes técnicas y acabados a los que la ropa son intervenidos tales como el sublimado, tinturado, bordado, apliques, plizado, encarrujado entre otros, en la encuesta previamente realizada a los diseñadores textil e indumentaria de la carrera se pudo constatar que la gran mayoría utiliza apliques pues son una manera muy fácil de añadir detalles a una pieza para transformarla de algo sencillo y normal en algo atractivo y con estilo, dado que tienen usos diferentes, y se pueden utilizar con los más diversos tipos de ropa, accesorios y calzado, también eligen el bordado ya sea este artesanal o industrial pues aportan y dan identidad y autenticidad a los diseños que elaboran los diseñadores, a pesar de que esta técnica requiere de tiempo logra que la prenda tenga un plus especial, la sublimación textil es una técnica que se utiliza mayoritariamente para personalizar o imprimir prendas blancas de poliéster 100% en un sistema de impresión ideal para las prendas varios diseñadores optan por utilizarla por la facilidad y rapidez.

TÉCNICAS Y ACABADOS	LO REALIZA	NO LO REALIZA	TOTAL
SUBLIMADO	96	54	150
TINTURADO	10	140	150
BORDADOS	114	36	150
APLIQUES	139	11	150
PLIZADO	92	58	150
ENCARRUJADO	69	81	150
OTROS	59	91	150



**Tabla 7.** Porcentaje Técnicas y acabados, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

Concluimos por entender que las lógicas dentro técnicas y acabados textiles que mas adoptan los diseñadores dentro de sus prendas son apliques, bordados sublimado y plizado como lo vamos a observar en el siguiente flujograma.



**Diagrama de flujo 6.** Lógica Técnicas y acabados.  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén.

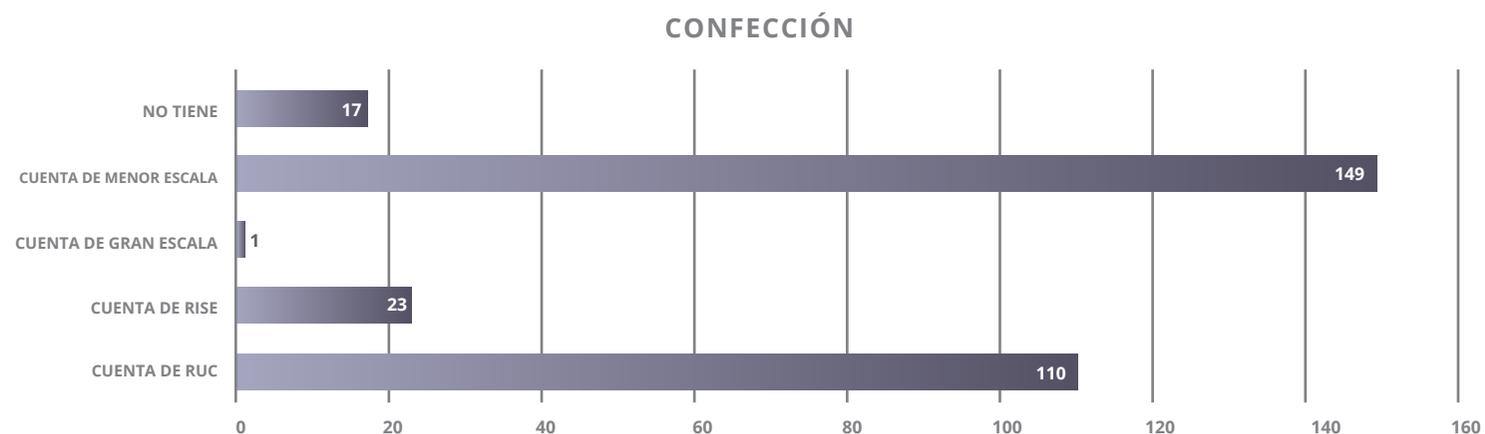
### 3.2.7 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: CONFECCIÓN Y SUS LÓGICAS

En nuestro medio local la producción se realiza a menor escala, es decir la mayoría de ellos cuentan con sus talleres y locales pero producen cantidades inferiores, se consideró importante conocer si los emprendedores poseen RUC (registro único de contribuyente) o RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) al momento de comercializar sus productos.

En la ciudad de Cuenca los emprendimientos desarrollados por los profesionales de la rama textil e indumentaria producen a menor escala, pues son producciones que en general emplean a un menor número de personas por entidad económica y en muchos casos de carácter familiar, el 73% de los diseñadores textil e indumentaria optan por tener RUC pues este ampara a todas las personas naturales, instituciones públicas,

organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, que dispongan de bienes. Por lo tanto, el RUC es un número de registro que te identifica como contribuyente ante la Autoridad Tributaria y te permite desarrollar formalmente cualquier actividad económica lícita dentro de nuestro país mientras que el 15% de los emprendimientos eligen El Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE), que es un régimen de inscripción voluntaria que a diferencia del Régimen General, no paga ni realiza la Declaración de Impuestos IVA e Impuesto a la Renta. En su lugar, paga una cuota mensual fija de acuerdo a la actividad económica y al monto total de las ventas recordando que los ingresos totales no deben superar los \$ 60.000 en el año, 17 diseñadores no registran ninguna declaración de impuestos.

DISEÑO A MEDIDA	LO HACE	NO LO HACE	TOTAL
CUENTA DE RUC	110	40	150
CUENTA DE RISE	23	127	150
CUENTA DE GRAN ESCALA	1	149	150
CUENTA DE MENOR ESCALA	149	1	150
NO TIENE	17	133	150



**Tabla 8.** Porcentaje Confección, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

La lógica que se observa en la confección es que el 99% de los diseñadores textil y moda realizan sus productos a menor escala, es decir la mayoría de ellos trabaja en pequeños talleres para

una producción menor, de los cuales el 73% de ellos cuentan con RUC para su declaración de impuestos.



**Diagrama de flujo 7.** Lógica Confección.  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén.

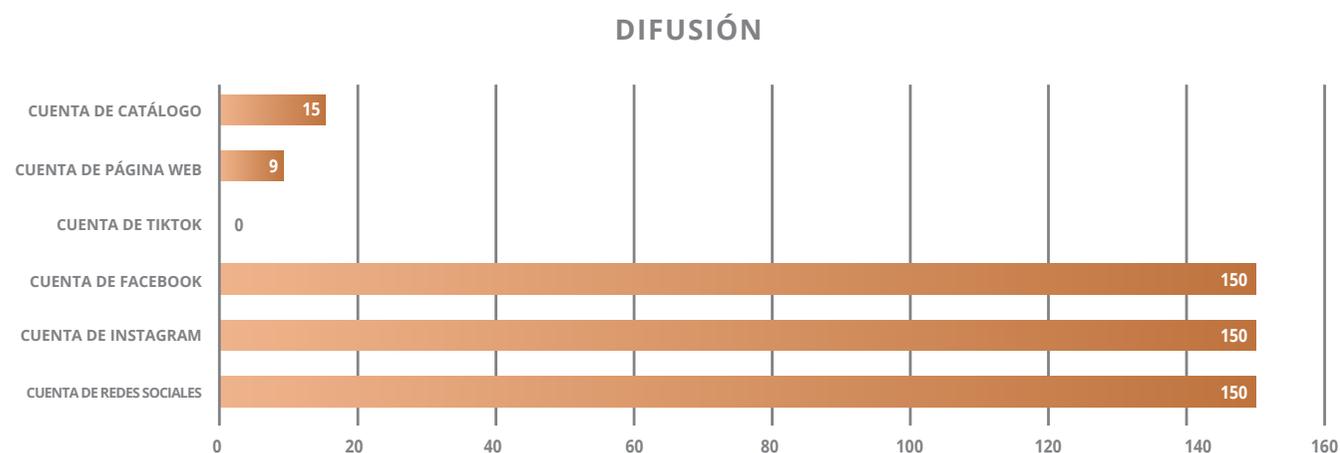
### 3.2.8 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: DIFUSIÓN Y SUS LÓGICAS

Entendemos como difusión a una manera de dar a conocer determinado objeto, en este caso dentro de la cadena de valor se consideró importante conocer a través de que medios pueden difundir sus emprendimientos si es a través de redes sociales, que hoy en día son considerados un medio de difusión bastante considerable, o si lo hacen a través de una página web o un catálogo.

Muchos emprendedores coinciden que hay algo fundamental a la hora de poner en marcha su negocio y definitivamente es darse a conocer, posicionar su nombre dentro del mercado.

La era digital ha abierto un amplio abanico de posibilidades que le permite a las nuevas empresas llegar a su público más rápido, darse a conocer con mayor facilidad, acercar su producto o servicio a un público específico, iniciar las bases de una comunicación fluida y ágil con clientes, entre otros tantos beneficios. Por ello, desde un principio, las redes sociales son de vital importancia para los emprendedores. Estás, representan verdaderas ventajas en la etapa inicial de introducción de la idea empresarial en el mercado. Al ser utilizados por el 100% de los encuestados, demuestra la importancia de las redes sociales y la era digital.

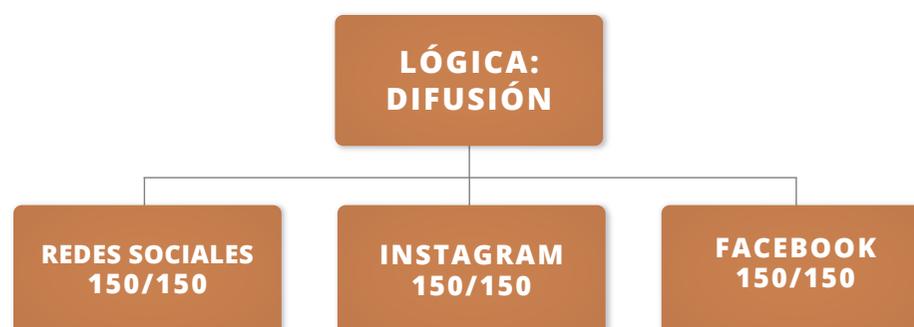
DIFUSIÓN	CUENTA	NO CUENTA	TOTAL
CUENTA DE REDES SOCIALES	150	0	150
CUENTA DE INSTAGRAM	150	0	150
CUENTA DE FACEBOOK	150	0	150
CUENTA DE TIKTOK	0	150	150
CUENTA DE PÁGINA WEB	9	141	150
CUENTA DE CATÁLOGO	15	135	150



**Tabla 9.** Porcentaje Difusión, cadena de valor.  
**Fuente:** Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

orio de Bienes y Servicios Creativos de la municipalidad redirección a todas las redes sociales de los emprendimientos,

esta sería una plataforma que impulsara a la difusión y comercialización de los productos.



**Diagrama de flujo 8.** Lógica Difusión.  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén.

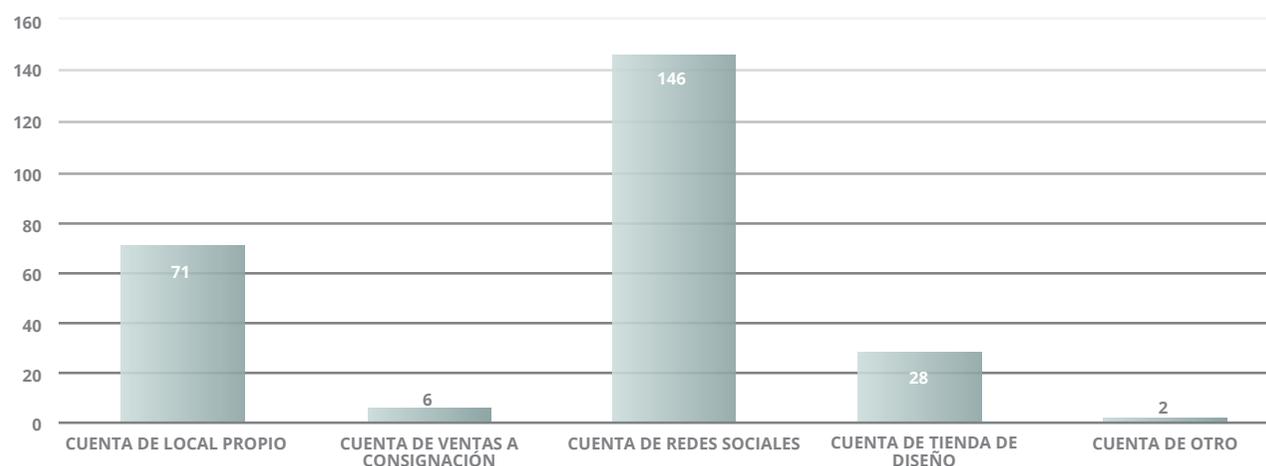
### 3.2.9 ANÁLISIS DE DATOS CADENA DE VALOR: COMERCIALIZACIÓN Y SUS LÓGICAS

Las redes sociales en los últimos años se han convertido en una necesidad para los emprendedores, no solo como un canal de comunicación sino de estrategia comercial para llegar a miles de personas, sin embargo el 43% de ellos cuenta con su local propio pues la venta en una tienda física es más directa y cercana con el consumidor dado que el cliente puede ver, tocar y analizar el producto.

La comercialización se considera como el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente un producto en un sistema de distribución, planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una marca o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman, conocer si cuentan con un local propio, forman parte de una tienda de diseño, venta a consignación o lo hacen a través de redes sociales.

COMERCIALIZACIÓN	CUENTA	NO CUENTA	TOTAL
CUENTA DE LOCAL PROPIO	71	79	150
CUENTA DE VENTAS A CONSIGNACIÓN	6	144	150
CUENTA DE REDES SOCIALES	146	4	150
CUENTA DE TIENDA DE DISEÑO	28	122	150
CUENTA DE OTRO	2	148	150

#### COMERCIALIZACIÓN



**Tabla 10.** Porcentaje Comercialización, cadena de valor.

Fuente: Autoría propia en base a resultados de la encuesta.

La lógica que denota dentro del proceso de comercialización son las redes sociales pues el 97% de los profesionales eligen comercializar sus productos a través de las mismas, dado que este año las plataformas digitales juegan un papel muy importante

en la actualidad por la situación sanitaria que el mundo entero atraviesa, sin embargo el 48% de ellos cuenta con su local propio.

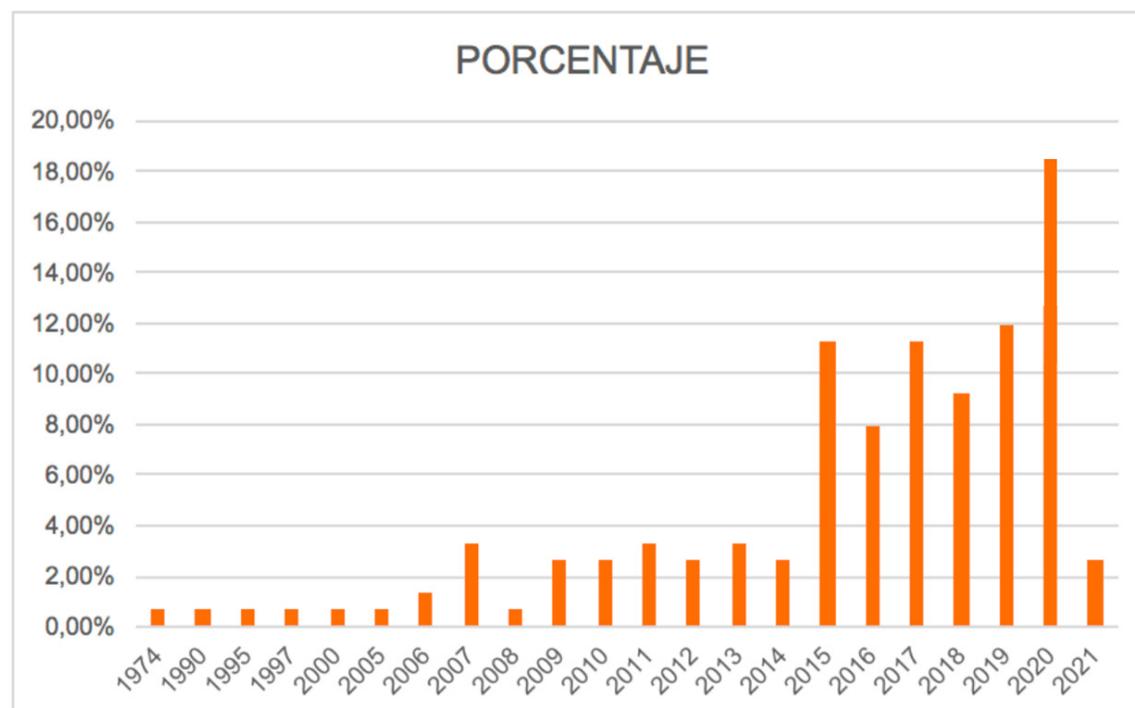


**Diagrama de flujo 6.** Lógica Comercialización.  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén.

### 3.3 DATOS RELEVANTES DE ENCUESTAS OBTENIDAS

Se analizó el porcentaje de emprendimientos en el año que fueron creados, evidenciando que durante el año 2020 se incrementó un 18% de los emprendimientos, lo cual se asocia directamente a la emergencia sanitaria por la que estamos atravesando, pues muchos de ellos decidieron emprender a raíz de despidos surgidos por la pandemia, crear su propio negocio y obtener du

independencia financiera fue el único camino que encontraron en el momento, sin embargo desde el año 2015 al año 2019 los emprendimientos se han mantenido, esta investigación será un gran aporte para la difusión y comercialización de los productos que elaboran los profesionales de la rama textil e indumentaria.





# CAPÍTULO IV

## 4. RESULTADO

En la rama de diseño textil e indumentaria de la ciudad de Cuenca, según el GEM el emprendimiento representa una salida profesional superior al 58% durante el período 2005-2020. Sin embargo en la presente investigación se identificaron las limitantes al momento de comercializar los productos, se analizaron las lógicas de producción y comercialización que emplean los diseñadores como un aporte a la visibilización de cada uno de ellos, obteniendo como resultado que la mayoría de los diseñadores compran sus bases textiles, realizan un proceso creativo de concreción, patronaje, análisis de tendencias y conceptualización, utilizan apliques, bordados, plisado y sublimado para sus técnicas y acabados textiles concluyendo

con que la mayoría de ellos realiza su producción a menor escala, mientras que sus lógicas de comercialización se analizó que los diseñadores optan por difundir sus productos a través de plataformas digitales como redes sociales entre ellas Facebook e Instagram como las más concurridas, la actualización del directorio de bienes y servicios creativos elaborado por la Dirección de Cultura, Recreación y Conocimiento de la municipalidad de Cuenca será una plataforma para la comercialización de los emprendimientos desarrollados, el Proceso para identificar los principales competidores, directos e indirectos; es evaluar sus objetivos, estrategias, debilidades y fortalezas (Armstrong & Klotler, 2012).

### 4.1 SOCIALIZACIÓN CONVENIO

En una reunión mantenida el día 3 de mayo del presente año se socializó el convenio a través de la plataforma zoom con el Mgst. Marcos Paula Sempertegui Cárdenas responsable de la unidad de promoción de patrimonio y el Conocimiento del Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca conjuntamente con la Lcda María Augusta Lloret como parte del equipo del departamento de Cultura, la docente Silvia Zeas Carrillo como directora del proyecto de graduación y la tesista Tatiana Guillen Jaramillo, en donde se reafirmó la actualización de los diseñadores textil e indumentaria que cuentan con su emprendimiento dentro de la base de datos del Directorio de Bienes y Servicios creativos de la municipalidad de Cuenca, se establecieron las cláusulas del convenio Específico de Cooperación Interinstitucional.

En donde nos comprometemos a: Socializar la información levantada sobre los emprendimientos, entregar archivo en formato Excel con la Base de Datos de los Emprendimientos de los diseñadores textil y moda graduados durante el periodo 2005-2020 en la Universidad del Azuay y finalmente subir los datos al formato que se maneja desde la Dirección de Cultura del Directorio de la página web; mientras que el Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento de compromete a Organizar un evento público para la entrega de los datos acordados.

Los datos se están subiendo a la plataforma de acuerdo a como los diseñadores han ido respondiendo a la encuesta que previamente fue enviada para formar parte del nuevo registro de emprendimientos.



**CONVENIO ESPECÍFICO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL CELEBRADO ENTRE |  
LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY Y EL DEPARTAMENTO DE CULTURA, RECREACIÓN Y  
CONOCIMIENTO DE LA MUNICIPALIDAD DE CUENCA”**

En la ciudad de Cuenca, el 20 de mayo de 2021, comparecen a la celebración del presente Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional, por una parte la UNIVERSIDAD DEL AZUAY, representada por el Doctor Francisco Salgado Arteaga, en su calidad de Rector de la Universidad Azuay; y por otra parte, el DIRECCIÓN DE CULTURA, RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO DE CUENCA, representado por su Directora, Lcda. Tamara Landivar, quienes libre y voluntariamente, acuerdan celebrar el presente convenio específico, al tenor de las siguientes cláusulas:

**CLÁUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES.-**

El artículo 226 de la Constitución de la República dispone el deber de las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, de las servidoras o servidores públicos que actúen en virtud de una potestad estatal, de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.

**Imagen 1.** Convenio a firmarse con el Dirección de Cultura Recreación y Conocimiento  
**Fuente:** Universidad del Azuay y Dirección de Cultura Recreación y Conocimiento

## 5. ENCUESTA BASE DE DATOS DIRECCIÓN DE CULTURA RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO

Durante la reunión mantenida conjuntamente con los representantes del departamento de cultura recreación y conocimiento de la municipalidad de cuenca, la docente Silvia Zeas y la tesista Tatiana Guillen se pudo constatar varios cambios y más necesidades de acuerdo a la plataforma de la base de datos que la unidad de sistemas del departamento maneja, se procedió a elaborar una nueva encuesta a través de google forms en donde socializó a los diseñadores de la carrera cual es la Finalidad de este presente proyecto de graduación, actualizar la base de datos de los diseñadores textil e indumentaria que cuentan con su emprendimiento, para que estos posteriormente sean compartidos en la pagina web del Departamento de Cultura

Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca, de esta manera se logrará generar un aporte para la visibilización y comercialización de los productos elaborados, teniendo como principal necesidad conocer si los 150 sujetos en estudio que fueron obtenidos como resultado a encuestas anteriormente realizadas desean formar parte de esta página web y aceptan que sus datos e información sean compartidas, una vez que los diseñadores aceptan entran directamente a formar parte de este nuevo directorio con una base de datos actualizada en la que consta de: dirección de correo electrónico, numero celular y/o convencional, página web, nombre de su emprendimiento en las plataformas de Facebook, Instagram, Twitter, Vimeo, behance y

linkedin en caso de tenerlas, ya que una vez subidos estos datos la plataforma redireccionara a las páginas proporcionadas por los diseñadores como un medio de contacto más cercano y directo con cada uno de ellos, el directorio se encuentra dividido en categorías y sub categorías, para que los consumidores encuentren sin problema alguno el universo del vestir que requieran, de los 150 diseñadores encuestados tenemos como respuesta 90 de los que desean formar parte de este directorio, obteniendo como resultado un incremento del 54% a los datos anteriormente publicados y compartidos por el Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento el año 2018, está actualización

y una plataforma para la visibilización y comercialización de los emprendimientos desarrollados.

Según el Banco Central del Ecuador la pandemia por el COVID-19 generó una caída en el PIB del 6,4% dentro de la Industria Textil en el año 2020, sin embargo este porcentaje se ha reducido en el 2021 ante la reactivación de las empresas y el surgimiento de emprendimientos, por este motivo este proyecto de investigación se plantea la promoción y publicación de los datos obtenidos y anteriormente compartidos como un aporte al crecimiento profesional y consumo local.

### Actualización directorio “ Hemisferio Creativo” Departamento de Cultura, Recreación y conocimiento.

Estimado diseñador/a mi nombre es Tatiana Guillen soy estudiante de la carrera Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, conjuntamente con la docente Silvia Seas nos encontramos actualizando la base de datos de los diseñadores textil e indumentaria que cuentan con su emprendimiento, para que posteriormente estos sean compartidos en la pagina web del Departamento de Cultura Recreación y conocimiento de la Municipalidad de Cuenca, de esta manera se logrará generar un aporte para la visibilización y comercialización de los productos , solicitamos así su colaboración con esta encuesta. Agradecemos enormemente su colaboración

¿Desea formar parte de la base de datos del Departamento de Cultura y posteriormente sus datos sean compartidos en la página web?

Sí

No

---

**Tipo de su emprendimiento**

Persona

Colectivo u Organización

Empresa o Institución

otro

---

**Dirección de su emprendimiento**

Texto de respuesta corta

---

**Número celular y convencional**

Texto de respuesta corta

---

**Link página web (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en FACEBOOK (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en TWITTER (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en INSTAGRAM (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en YOUTUBE (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en BEHANCE (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en VIMEO (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

---

**Nombre de su pagina en LINKEDIN (en caso de tenerla)**

Texto de respuesta corta

**Encuesta 3.** Página web Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento.  
**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén

## 5.1 DEFINICIÓN DE DISEÑADORES PARA LA BASE DE DATOS

Una vez realizada la encuesta a los 150 sujetos en estudio los cuales se obtuvieron a través de una encuesta realizada con el equipo de investigación conformado por los testistas Cristian Sucuzhañay, Priscila Cabrera, Emilia bravo, Tatiana Guillen y las directoras de tesis Silvia Zeas y María del Carmen Trelles como una contribución a la tesis doctoral que se encuentran realizando actualmente, fueron contactados los diseñadores textil e indumentaria graduados de la Universidad del Azuay durante los años 2005-2020, se generó una nueva encuesta en google forms en la que se establecieron las preguntas que constan actualmente en la base de datos del departamento de cultura recreación y conocimiento para posteriormente ser compartidas en la Página web, se definió el número de emprendimientos

que formarán parte del nuevo directorio de bienes y servicios creativos de la municipalidad de Cuenca, obteniendo como resultado 90 diseñadores textil e indumentaria que serán parte y aceptaron compartir sus datos dentro de la página web, anteriormente la base de datos del directorio contaba con un número de 9 diseñadores textil e indumentaria, por medio de esta investigación se logro actualizar los datos de 90 emprendimientos de la rama, es importante mencionar que uno de los objetivos que se abarcó en esta investigación es aportar a la visibilización y comercialización de los productos elaborados por los profesionales de la carrera, pues estos generan un aporte significativo dentro de las industrias culturales de nuestra ciudad así se fortalecerá nuestra industria a nivel local y nacional.

1	title	tipo	categoria-1	categoria-2	categoria-3	categoria-4	email	website	phone-1
50	Joselyn Sánchez Peralta	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual		buootextil@gmail.com		0968796975
51	Ximena Mogrovejo	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual		ximenamogrovejo@hotmail.com		0983308843
52	Maritza Rojas Zapata	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Indumentaria formal	info.lofscloset@gmail.com		0983419939
53	Diana Cortés Silva	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Pijameria	Ropa de Playa	dicortes88@gmail.com		0987893760
54	Maria Belén Vintimilla	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Indumentaria de ballet		relevepirouette.ec@gmail.com		0984642349
55	Pedro José Cueva	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Indumentaria masculina		petercave3@gmail.com	<a href="https://www.pedrocueva.com">https://www.pedrocueva.com</a>	0992850360
56	Claudia Barros Cardenas	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina		claudiabarroscardenas@gmail.com		0983741512
57	Maria Emilia Carrasco	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina	Ecoamigable	mil97cv@gmail.com		0939753956
58	Rita Bravo Gordillo	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Detalles elaborados a mano	veritobravo23@gmail.com		0999206002
59	Yolima Carrasco	Persona	Diseño	Textil	Calzado	Galería	yolimacarrascoagredo@gmail.com		0992580503
60	Bianca Mosquera	Persona	Diseño	Textil	Estudio de Diseño	Indumentaria casual	bianca.mosquera1291@gmail.com		0992597601
61	Marcos Armijos	Persona	Diseño	Textil	Street Wear		marmijosvera@gmail.com		0939359738
62	Daniela Reinoso	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina		danirei22@hotmail.es		0979152066
63	Maria Belén Cordero	Persona	Diseño	Textil	Bufs	Zapatos	belencordero.c@gmail.com		0984690143
64	Angela Peña	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina		angelapenax0@gmail.com		0983118980
65	Ligia Llagari	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Indumentaria formal	helenallangari2@gmail.com		0991180297
66	Marcela Cedillo	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Acesoria de imagen	marccela1988@gmail.com		0999523721
67	Valeria Farfán	Persona	Diseño	Textil	Bordado a mano	Indumentaria casual	makuartesania@gmail.com		0998490253
68	Maria Cristina Proaño	Persona	Diseño	Textil	Pijameria	Indumentaria infantil	okilpijamas@gmail.com		0998306911
69	Natali Reinoso	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Indumentaria formal	natalyreinoso@hotmail.com		0999882207
70	Carolina Meneses	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual		caromenezes62@hotmail.com		0990668827
71	Ninoska Merchan	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria tecnológica	Indumentaria artesanal	ninos2198@gmail.com		0992785562
72	Diego Peña León	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria masculina	Sastrería	dpnoopy@hotmail.com		0958735329
73	Cindy Celleri Ordoñez	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina		cindy.celleri@icloud.com		0995622891
74	Andrea Castro	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria casual	Accesorios	anshyjob@hotmail.com		0999711020
75	Jhesenia Tenezaca	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Jeanswear		ventas@kamberry.com.ec	<a href="http://www.kamberry.com.ec">www.kamberry.com.ec</a>	0996481579
76	Silvia Zeas Carrillo	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina	Tejido de punto	silviazeas@hotmail.com		0998297776
77	Andrea Hidalgo	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina	Indumentaria infantil	h.idalgostudiomoda@gmail.com		0984492452
78	Gabriela Cabrera	Persona	Diseño	Textil	Indumentaria femenina		gabichita_kbrera@hotmail.com		0991104717
79	Maria Veronica Molina	Empresa o Institución	Diseño	Textil	Ilustración textil		garasa.disenio@gmail.com		0999936392

1	address	facebook	twitter	instagram	youtube	soundclou	behance	vimeo	linkedin	other
50	La república 367 y García Moreno	Buoo textil		Buoo textil						<a href="https://www.facebook.com/buootextil">https://www.facebook.com/buootextil</a>
51	Av 12 de Abril y Guayas	Mena Mogrovejo Guerrero		mena mo						<a href="https://www.instagram.com/mena_mo/">https://www.instagram.com/mena_mo/</a>
52	Obispo Alberto Ordoñez Crespo y Julio Jaramillo	Lo-fs Closet		Lo-fs Closet studio						<a href="https://www.facebook.com/lofscloset">https://www.facebook.com/lofscloset</a>
53	Cuenca	Mangostina.ec		Mangostina.ec						<a href="https://www.facebook.com/mangostina.ec">https://www.facebook.com/mangostina.ec</a>
54	Misicata	Relevé Pirouette Cuenca		relevepirouette						<a href="https://www.facebook.com/RelevePirouette">https://www.facebook.com/RelevePirouette</a>
55	Esmeraldas y unidad nacional * edificio la esmeralda*	Peter Cave		Petercave.fs						<a href="https://www.instagram.com/petercave.fs/">https://www.instagram.com/petercave.fs/</a>
56	Francisca Dávila y timoleon carrera 1	Clodette		Clodette_ec						<a href="https://www.facebook.com/clodetteec">https://www.facebook.com/clodetteec</a>
57	Cañar 2-91 y Av Remigio Crespo	Alba.Ec		@alba_ec						<a href="https://www.instagram.com/alba_ec/">https://www.instagram.com/alba_ec/</a>
58	Sinincay- Pampa de Rosas	Moda "V&B"		r_v_b_g						<a href="https://www.facebook.com/veronicabravo">https://www.facebook.com/veronicabravo</a>
59	José Peralta	Yolima Carrasco		Yolimacarrascogaleria						<a href="https://www.facebook.com/yolimacarrasco">https://www.facebook.com/yolimacarrasco</a>
60	Challuabamba	Fjäder, estudio de diseño		fjader diseno.ec						<a href="https://www.facebook.com/fjaderdiseno">https://www.facebook.com/fjaderdiseno</a>
61	Ciudadela Católica, Ob. Ordóñez Crespo 2-93	chuaurbanocuenca	MarkosDis	chuaurbanocuenca					LinkedIn: htt	<a href="https://www.facebook.com/ChuaUrbanoC">https://www.facebook.com/ChuaUrbanoC</a>
62	Av.12 de abril y remigio tamariz esquina	danireinosoc		lsuenospjamas ec						<a href="https://www.facebook.com/danu.reinoso">https://www.facebook.com/danu.reinoso</a>
63		BECO diseño & customizing		beco_diseno.customizing						<a href="https://www.facebook.com/BECOdiseno">https://www.facebook.com/BECOdiseno</a>
64	La Niña y calle de retorno			venci.					<a href="https://www.instagram.com/venci_/">https://www.instagram.com/venci_/</a>	
65	Sidcay el quabo	garipifashiondesing								<a href="https://www.facebook.com/garipi.fashion">https://www.facebook.com/garipi.fashion</a>
66	Av.Ricardo Duran	Marccela		Marccela_ec						<a href="https://www.instagram.com/marccela_ec/">https://www.instagram.com/marccela_ec/</a>
67	Sector las Américas parroquia Tarquí	Maku Artesanía	MarkosDis	Maku Artesanía						
68		OKILI PIJAMAS		OKILIPIJAMAS						<a href="https://www.facebook.com/okili.pijamas/">https://www.facebook.com/okili.pijamas/</a>
69	Ordóñez lasso y cedros edificio river view	Dorotea		dorotea_ec						<a href="https://www.facebook.com/DoroteaNR">https://www.facebook.com/DoroteaNR</a>
70	Leonidaz plaza gutierrez y gonzales suarez	Carolina Meneses diseñadora		caromeneses62						<a href="https://www.facebook.com/CarolinaMeneses">https://www.facebook.com/CarolinaMeneses</a>
71	Catamayo, Barrio Trapichillo	NINO ESTUDIO		nino.ec						<a href="https://www.facebook.com/NINO-110816">https://www.facebook.com/NINO-110816</a>
72	Calle Gilberto Gatto Sobral y Av. 12 de Abril	Dp Designers Store		diegopenatialeredsuits						<a href="https://www.facebook.com/diegopenatialeredsuits">https://www.facebook.com/diegopenatialeredsuits</a>
73	Juan Sthiele 1-11	CC y Ccbaby		CindyCelleri						<a href="https://www.facebook.com/CCvestidosya">https://www.facebook.com/CCvestidosya</a>
74	Calle Miguei Díaz 7-16 y Alfonso Moreno Mora.	Coleta_ec , Atelier Andrea Castro		Coleta_ec , Atelier Andrea Castro						<a href="https://www.facebook.com/atelierandrea">https://www.facebook.com/atelierandrea</a>
75	Misicata	Kamberry Denim Wear		kamberry_ecu						<a href="https://www.facebook.com/kamberryDenim">https://www.facebook.com/kamberryDenim</a>
76	Tercera Calle de Retorno y Manuel Balarezo Cobos	Silvia Zeas Diseñadora	SilviaZeas	silviazeasdisenadora						<a href="https://www.facebook.com/SilviaZeasFas">https://www.facebook.com/SilviaZeasFas</a>
77	Ayacucho entre Serrano y Veintimilla , Azogues	Hidalgo Estudio de Moda		hidalgo_ec						<a href="https://www.facebook.com/HidalgoEstudio">https://www.facebook.com/HidalgoEstudio</a>
78	Avenida las americas y antonio vallejo	Gabriela cabrera diseño de modas		gabrielacabrera_diseñodemoda						<a href="https://www.facebook.com/gabrieladesing">https://www.facebook.com/gabrieladesing</a>
79	San Agustín vía punta corral	Garasa		garasa.disenio						<a href="https://www.facebook.com/Garasa-Illustr">https://www.facebook.com/Garasa-Illustr</a>

**Tabla 37.** Encuesta base de datos Departamento de Cultura Recreación y conocimiento.

**Fuente:** Autoría Tatiana Guillén

## 5.2. SOCIALIZACIÓN Y ENTREGA DE LOS DATOS OBTENIDOS

El día 9 de mayo del año 2021 se socializaron los datos obtenidos de la encuesta previamente mencionada con la representante del Departamento de Cultura Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca, la licenciada María Aguata Lloret, está reunión empezó por verificar que los datos estén correctamente cargados a la plataforma de Excel proporcionada por el equipo de sistemas del departamento de Cultura, una vez verificados

los datos se procedió a la entrega, fueron 71 emprendimientos proporcionados los cuales se obtuvieron por medio de la última encuesta elaborada de acuerdo a la base de datos que maneja el departamento de cultura, finalmente este proyecto fue comparado por medio de un correo electrónico a la Lcda María Augusta Lloret.

## 5.3 CONCLUSIONES

Los emprendimientos de la rama textil y moda generan un aporte significativo dentro de las industrias culturales, en la ciudad de Cuenca si bien los mismos nacen por un deseo de ejercer la carrera de manera independiente este deseo esta ligado a su vez por falta de apoyo del sector publico, por esta razón, a lo largo del desarrollo de esta investigación se analizaron las lógicas de producción y comercialización que los diseñadores textil y moda emplean al momento de elaborar sus productos, de esta manera se obtuvo un acercamiento a cada uno de ellos entendiendo los procesos que utilizan dentro de la obtención de materia prima, procesos de diseño, técnicas y acabados, medios de difusión y comercialización para sus emprendimientos.

En el presente proyecto de investigación, el diseñador podrá identificar oportunidades al poder formar parte de un Directorio de Bienes y Servicios Creativos "Hemisferio creativo" desarrollado por la Dirección de Cultura Recreación y conocimiento con una base de datos actualizada en donde 150 de los emprendimientos obtenidos en encuestas previas fueron invitados a formar parte del mismo.

Con este proyecto de graduación podemos concluir que existen nuevas plataformas para la visibilización y comercialización de los emprendimientos textil y moda desarrollados en la ciudad de Cuenca, se establecieron lógicas de producción y comercialización que serán una guía para entender y conocer los procesos utilizados a lo largo de la producción y ejecución de los productos, debido a las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas a los diseñadores de la carrera de la Universidad del Azuay se confirmo que en la actualidad las plataformas digitales predominan en la comercialización de los emprendimientos, pues la mayoría de ellos difunden sus productos por medio de Instagram y Facebook, es así que la actualización de los datos dentro de la plataforma del Directorio de Bienes y Servicios creativos de la municipalidad de cuenca será un plataforma que aportara positivamente a todos los emprendimientos que aceptaron formar parte del mismo.

## 5.4 RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicar las lógicas de producción y comercialización en los emprendimientos a desarrollarse a futuro.

Se recomienda continuar con la rama de investigación y así generar un directorio actualizado dentro de todas las escuelas de diseño: diseño grafico, diseño de interiores, diseño de objetos, arquitectura y arte teatral utilizando la metodología que se empleo a lo largo de este proyecto de investigación de esta manea se generara un aporte a la consolidación de las escuelas, la Dirección de Cultura Recreación y Conocimiento de la municipalidad de Cuencas a su vez invita a todos los emprendimientos a formar parte de esta nueva plataforma, en donde encontraran todas las categorías de diseño sub divididas y dentro de ellas los emprendimientos con varias opciones de contacto, numero telefónico, mail y redes sociales.

La pagina web de la Dirección de Cultura Recreación y Conocimiento desarrolla esta plataforma como un aporte a visibilización y comercialización de los emprendimientos desarrollados, el mismo que incluye a diferentes gestores

culturales, a lo largo de esta investigación se pudo constatar la importancia de las plataformas digitales, por lo cual se recomienda continuar con esta investigación e indagar mas a fondo los procesos de comercialización en la actualidad, dado que atravesamos una pandemia mundial los medios para la difusión han cambiado, convirtiéndose unos de ellos en la principal fuente para mostrar al consumidor los productos que se elaboran.

Finalmente por medio de este presente proyecto de investigación se recomienda continuar buscando diversas plataformas que aporten y ayuden a la consolidación de la carrera, existe un gran talento y potencial en cada uno de los productos elaborados por los diseñadores textil y moda, es momento de mostrar todo lo que somos capaces de hacer, son 150 emprendimientos existentes levantados por medio de este proyecto que buscan ser una fuente de sustento económico para si mismos y su entorno, fomentemos el consumo local y a su vez apoyemos el gran talento que existe en nuestra ciudad.





# BIBLIOGRAFÍA & ANEXOS

# BIBLIOGRAFÍA

Directorio de bienes y servicios creativos . (2018). Directorio Hemisferio Creativo. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Amoroso, D. (2018). Emprendimiento de alta costura en la ciudad de cuenca. Diagnóstico de su situación actual. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Rafael Boix-Domenech, Luciana Lazzeretti .(2019).Universidad de Dialnet . Obtenido de <https://dialnet.unirioja>  
Eduardo Salazar .(2019).Universidad Santo Tomas. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co>

Bertuzzi, F., & Escobar, D. (2017). El espíritu emprendedor. Un acercamiento al diseño independiente de moda y las oportunidades de crecimiento comercial en el contexto actual argentino. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Matute Genovez Karla Valeria, Cajilima Malan Karen Ivonne.(2020).Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10014>

Bravo Carpio, J. (2012). dspace de la Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4831/1/UPS-GT000421.pdf>

Almache Acuria , P., Calderón Zapata , , F., & Díaz Contreras , C. (2013). universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec>

Leiva Irma.(2012).Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10644/5520>

Carrera Pamela Nicol .(2018).Universidad San Francisco de Quito I. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7440>

Saquisilí Reyes Arianna Lorena.(2020).Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10014>

Guamán Calle Andrea Catalina.(2018).Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10014>

Fuentelsaz, & Gonzalez. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. Universidad de Zaragoza. Zaragoza: Universia Business Review.

Global Entrepreneurship Monitor. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Machuca, C. (2012). El emprendimiento del diseñador en Cuenca. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Zeas, S. (2019). Un breve recorrido del campo profesional del diseño de textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador. DAYA. Diseño, Arte y Arquitectura (7), 11-23.

# A N E X O S

## ÍNDICE TABLAS: CADENA DE VALOR

- Tabla 1. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra
- Tabla 2. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra
- Tabla 3. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra
- Tabla 4. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra
- Tabla 5. Encuesta cadena de valor, respuestas hilado
- Tabla 6. Encuesta cadena de valor hilado
- Tabla 7. Encuesta cadena de valor hilado
- Tabla 8. Encuesta cadena de valor hilado
- Tabla 9. Encuesta cadena de valor tejeduría
- Tabla 10. Encuesta cadena de valor tejeduría
- Tabla 11. Encuesta cadena de valor tejeduría
- Tabla 12. Encuesta cadena de valor tejeduría
- Tabla 13. Encuesta cadena de valor proceso de diseño
- Tabla 14. Encuesta cadena de valor proceso de diseño
- Tabla 15. Encuesta cadena de valor proceso de diseño
- Tabla 16. Encuesta cadena de valor confección a medida
- Tabla 17. Encuesta cadena de valor confección a medida
- Tabla 18. Encuesta cadena de valor confección a medida
- Tabla 19. Encuesta cadena de valor confección a medida
- Tabla 20. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados
- Tabla 21. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados
- Tabla 22. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados
- Tabla 23. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados
- Tabla 24. Encuesta cadena de valor confección
- Tabla 25. Encuesta cadena de valor confección
- Tabla 26. Encuesta cadena de valor confección
- Tabla 27. Encuesta cadena de valor confección
- Tabla 28. Encuesta cadena de valor difusión
- Tabla 29. Encuesta cadena de valor difusión
- Tabla 30. Encuesta cadena de valor difusión
- Tabla 31. Encuesta cadena de valor difusión
- Tabla 32. Encuesta cadena de valor comercialización
- Tabla 33. Encuesta cadena de valor comercialización
- Tabla 34. Encuesta cadena de valor comercialización
- Tabla 35. Encuesta cadena de valor comercialización

Emprendimiento	Fibra	SI	NO
Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelior Andrea Castro	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Cuenca Argudo María Belén Bca	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Cordova Solis María Cristina Cristina Cordova Alta Costura	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesorios	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	Fibras naturales Fibras sintéticas	X	
Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	Fibras naturales Fibras sintéticas	X	
Estrada Carpio Lillian Esther Lily Estrada Studio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	Fibras naturales Fibras sintéticas	X	
Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	Fibras naturales Fibras sintéticas		X

Morales Crespo Monica Melissa Matusha	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Cordero Cobos Maria Belen Beco	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X

Tabla 1. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pjame	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
64	Adriana Petroff Montesinos Nono	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordoñez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	48	Moncayo Gujarro Claudia Natalia Mongui	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
69	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustracion textil	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
70	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	50	Lasso León Yessenia Belén Beia	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
71	Martinez Palacios Maria De Lourdes Lula Martinez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
72	Maria Paz Navarrete Calderon Distrítex	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
73	María José Azúa Cabrera JA //María José Azúa	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
74	Mancheno Moscoso Jasmina Patricia Mina accesorios	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
75	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
76	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo	Fibras naturales Fibras sintéticas	X	
77	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMS - STUDIO	Fibras naturales Fibras sintéticas		
78	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galeria	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					

Tabla 2. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	104	Sánchez Llanos Maura Lisseth Maura Sánchez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
84	Carrasco Vazquez María Emilia Alba	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	105	Rodríguez María Jose Mjrodriguez_atelier	Fibras naturales Fibras sintéticas	X	
85	María Alicia Camacho Pauta María	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	106	María Verónica Pazmiño Martínez MV art custom	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
88	Saquisili Reyes Arianna Lorena FUNDORA	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
89	Sofía Isabela Vargas Silva Larga Vida	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	110	Lisseth Galindo N/N	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
90	Cedillo Vera Marcela Irlanda Marccela Atelier	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pirouette	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
91	Andrade García María Cecilia María Cecilia Andrade Design	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	112	Arévalo Maldonado Erika Rocío Rocio Armal Caizature	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para Bodas	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by_menna	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by shela / Husky	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
94	María Caridad Carrión Vidal Morada	Fibras naturales Fibras sintéticas	X		115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
95	Galarza Quezada María Soledad Morena	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagi Atelier de Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	120	Tatiana Burbano TB	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
100	Peña Angela Venci	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
101	Sonia Juleysi Ramirez Piedra Woment	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	122	Vele Caymayo Maritza Angélica Marbetex	Fibras naturales Fibras sintéticas		X

Tabla 3. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	142	Calle Lozano Andrea Belén Cálö	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	145	María Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
131	Llangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	148	María Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoó Textil	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	Fibras naturales Fibras sintéticas		X	150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	Fibras naturales Fibras sintéticas		X
134	Mosquera Cedillo María Isabel Iskay tienda de diseño	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-fs Closet	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
138	León Heras Karen Mariuxi LuHha	Fibras naturales Fibras sintéticas		X					
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	Fibras naturales Fibras sintéticas	X						

Tabla 4. Encuesta cadena de valor, respuestas fibra  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	Hilatura	SI	NO				
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X				
2	Cuenca Argudo María Belén Bca	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X				
3	Cordova Solis María Cristina Cristina Cordova Alta Costura	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X				
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesories	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	25	Cordero Cobos Maria Belen Beco	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X		28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	30	Mosquera Vargas Bianca Estefanía Fjader, estudio de diseño	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberly Denim Jean	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X		33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
17	Estrada Carpio Lilian Esther Lily Estrada Studio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	34	Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X		35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	37	Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
					38	Guapísaca Calvinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X

Tabla 5. Encuesta cadena de valor, respuestas hilado  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla María Gabriela Chipachina	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijame	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	64	Adriana Petroff Montesinos Nono	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordoñez	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
48	Moncayo Guijarro Claudia Natalia Monguí	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	69	Molina Peralta María Veronica Garasa Ilustracion textil	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
50	Lasso León Yessenia Belén Bela	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	70	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	71	Martinez Palacios Maria De Lourdes	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	72	María Paz Navarrete Calderon Distrítex	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
53	Proaño Brito María Cristina Okily Pijamas	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	73	María José Azúa Cabrera JA /María José Azúa	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	74	Manchano Moscoso Jasmina Patricia Mina accesorios	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	75	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	76	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO	Hilatura Nacional Hilatura Internacional			77	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X		78	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
					79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galería	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X
					80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X

Tabla 6. Encuesta cadena de valor hilado  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	104	Sánchez Llanos Maura Lisseth Maura Sánchez	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
84	Carrasco Vazquez María Emilia Alba	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	105	Rodríguez María Jose Mjrodriguez_atelier	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X	
85	María Alicia Camacho Pauta María	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	106	María Verónica Pazmiño Martínez MV art custom	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
88	Saquisilí Reyes Arianna Lorena FUNDORA	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
89	Sofía Isabela Vargas Silva Larga Vida	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	110	Lisseth Galindo N/N	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
90	Cedillo Vera Marcela Irlanda Marccela Atelier	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pirouette	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
91	Andrade García María Cecilia María Cecilia Andrade Design	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	112	Arévalo Maldonado Erika Rocío Rocío Armal Calzature	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by_menna	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by shela / Husky	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
94	María Caridad Carrión Vidal Morada	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X		115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
95	Galarza Quezada María Soledad Morena	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagí Atelier de Moda	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	120	Tatiana Burbano TB	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
100	Peña Angela Venci	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
101	Sonia Juleysi Ramírez Piedra Woment	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	122	Vele Caymayo Maritza Angélica Marbetex	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X

Tabla 7. Encuesta cadena de valor hilado  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	142	Calle Lozano Andrea Belén Calö	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	145	María Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
131	Liangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	148	María Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X	150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil &	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X					
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X					
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X					
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-f's Closet	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X					
138	León Heras Karen Mariuxi LuHha	Hilatura Nacional Hilatura Internacional		X					
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	Hilatura Nacional Hilatura Internacional	X						

Tabla 8. Encuesta cadena de valor hilado  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

Emprendimiento	Producción de tejidos		Compra base textil							
	Tejido Plano	Tejido de Punto	Tejido Plano	Tejido de Punto						
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro			X	21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha			X	X
2	Cuenca Argudo Maria Belén Bca			X	22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG			X	
3	Cordova Solis Maria Cristina Cristina Cordova Alta Costura			X	23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso			X	
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda			X	24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo			X	X
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA			X	25	Cordero Cobos Maria Belen Beco			X	
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B			X	26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom			X	
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesories			X	27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo			X	
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda			X	28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing			X	X
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara			X	29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda			X	
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano			X	30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño			X	
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu		X		31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberly Denim Jean			X	
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC				32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros			X	X
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller			X	33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store			X	
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET			X	34	Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño			X	
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus			X	35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle			X	
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Plezier	X			36	Herrera Luzuriaga Maria Paula Paula Maria			X	
17	Estrada Carpio Lilian Esther Lily Estrada Studio de Moda				37	Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries			X	
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X		38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda			X	
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B			X						
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle			X						

Tabla 9. Encuesta cadena de valor tejeduría  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

59	Manzano Lituma Andrés Esteban Andrés Manzano Designer			X	X	39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina			X	X
60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses			X	X	40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pjame			X	X
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios			X		41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store			X	
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca			X	X	42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda			X	
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear			X		43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute				
64	Adriana Petroff Montesinos Nono			X	X	44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda			X	
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister			X	X	45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona			X	
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit			X	X	46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo			X	x
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture			X		47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordóñez			X	
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales			X	X	48	Moncayo Guijarro Claudia Natalia Mongui			X	X
69	Mancheco Moscoso Jasmina Patricia Mina accesorios			X	X	49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot			X	X
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz			X	X	50	Lasso León Yessenia Belén Bela			X	
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila			X	X	51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi			X	
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez			X		52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini			X	
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal			X		53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas			X	X
74	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustracion textil			X	X	54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovilij			X	X
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's			X	X	55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana				X
76	Martínez Palacios Maria De Lourdes Lula Martinez			X	X	56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo			X	X
77	Maria Paz Navarrete Calderon Distritex			X		57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO				
78	Maria José Azúa Cabrera JA //Maria José Azúa			X	X	58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda			X	X
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galeria			X							
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio			X							

Tabla 10. Encuesta cadena de valor tejeduría  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons			X		102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina			X	X
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda			X		103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda			X	
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo					104	Sánchez Llanos Maura Liseth Maura Sánchez			X	
84	Carrasco Vazquez Maria Emilia Alba			X		105	Rodriguez Maria Jose Mjrodriguez_atelier		X		
85	María Alicia Camacho Pauta María	X		X		106	María Verónica Pazmiño Martínez MV art custom			X	
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello	X		X		107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO			X	X
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X		X		108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB			X	
88	Saquisili Reyes Arianna Lorena FUNDORA	X		X		109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto			X	
89	Sofía Isabela Vargas Silva Larga Vida	X		X		110	Liseth Galindo N/N			X	
90	Cedillo Vera Marcela Irlanda Marcela Atelier	X		X		111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Piroette			X	X
91	Andrade García María Cecilia María Cecilia Andrade Design	X		X		112	Arévalo Maldonado Erika Rocio Rocio Armal Calzature			X	
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	X		X		113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para Bodas			X	
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by menna	X				114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by sheila / Husky			X	
94	María Caridad Carrión Vidal Morada			X		115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN			X	
95	Galarza Quezada María Soledad Morena	X		X		116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez			X	
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa	X				117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagi Atelier de Moda			X	X
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	X				118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios			X	
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	X				119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA			X	
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL	X		X		120	Tatiana Burbano TB			X	
100	Peña Angela Venci	X		X		121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez			X	
101	Sonia Juleysi Ramirez Piedra Woment	X				122	Vele Caymayo Maritza Angélica Marbetex			X	

Tabla 11. Encuesta cadena de valor tejeduría  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi			X	X	139	MBAKU Artesanía				
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma			X	X	140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas			X	X
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual			X		141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina			X	
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette			X		142	Calle Lozano Andrea Belén Cálö			X	
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt			X	X	143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay			X	
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Visenna			X	X	144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana			X	X
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda			X	X	145	María Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions			X	X
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia			X	X	146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau			X	
131	Llangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing			X	X	147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios			X	
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos			X		148	María Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad			X	
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA			X	X	149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil			X	
134	Mosquera Cedillo María Isabel Iskay tienda de diseño			X		150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda			X	
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer			X							
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing			X	X						
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-f's Closet			X	X						
138	León Heras Karen Mariuxi LuHha			X							
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía				X						

Tabla 12. Encuesta cadena de valor tejeduría  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	X		X		X	X	X
2	Cuenca Argudo María Belén Bca	X	X	X		X		X
3	Cordova Solis Maria Cristina Cristina Cordova Alta Costura	X		X		X	X	X
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	X	X	X		X	X	X
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	X	X	X		X		X
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X	X	X		X	X	X
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accessories	X	X	X		X		X
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X	X	X		X	X	X
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X		X	X	X	X	X
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X		X		X		X
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	X	X	X		X	X	X
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	X	X	X		X		X
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	X		X	X	X		X
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	X	X	X		X	X	X
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus	X		X	X	X		X
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	X	X	X		X		X
17	Estrada Carpio Lillian Esther Lily Estrada Studio de Moda							X
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X	X		X	X	X
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X	X	X		X	X	X
20	Íñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	X	X	X		X		X
21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	X		X		X		X
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG	X	X	X				X
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	X	X	X		X	X	X
24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	X	X	X		X	X	X
25	Cordero Cobos Maria Belen Beco	X	X	X	X	X		
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	X	X	X		X		X
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	X	X	X		X	X	X
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	X	X	X		X		X
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	X	X	X		X		X
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	X	X	X		X	X	
31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean	X	X	X	X	X		X
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	X	X	X		X		X
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	X	X	X		X		X
34	Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño	X	X	X		X	X	X
35	Calle Asanza Andrea Katherinne Paris Studio by Dis. Katty Calle	X	X	X		X	X	
36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	X	X	X		X	X	X
37	Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries		X	X		X		X
38	Guapisaca Calvinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	X		X		X	X	X

Tabla 13. Encuesta cadena de valor proceso de diseño  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén



123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	X		X		X		X
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma	X	X					X
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual							
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X		X		X	X	X
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral mint	X		X		X		X
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	X		X		X		X
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda	X		X		X		X
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	X		X		X	X	X
131	Liangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing	X		X		X		X
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos	X		X		X	X	X
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	X		X		X		X
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	X	X	X		X		X
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	X		X		X		X
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	X		X		X		X
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-fs Closet	X		X		X		X
138	León Heras Karen Mariuxi LuHha	X		X		X		X
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	X		X				X
140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	X		X		X		X
141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	X		X		X		X
142	Calle Lozano Andrea Belén Cálò	X		X		X		X
143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	X		X	X	X		X
144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana	X		X		X		X
145	Maria Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	X		X		X		X
146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau	X	X	X	X			X
147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios	X	X	X	X			X
148	Maria Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	X		X				X
149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	X	X	X		X		X
150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	X		X		X	X	X

Tabla 15. Encuesta cadena de valor proceso de diseño  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	bocetacion y selección de bases textiles	patronaje	prueba de vestuario	Entrega	No Realiza
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	X	X	X	x	
2	Cuenca Argudo María Belén Bea	X	X	X	X	
3	Cordova Solis María Cristina Cristina Cordova Alta Costura	X	X	X	X	
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	X	X	X	X	
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	X	X	X	X	
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X	X	X	X	
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesories	X	X	X	X	
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X	X	X	X	
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X	X	X	X	
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X	X	X	X	
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	X	X	X	X	
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	X	X	X	X	
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	X	X	X	X	
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	X	X	X	X	
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus					x
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	X	X	X	X	
17	Estrada Carpio Lilian Esther Lily Estrada Studio de Moda	X	X	X	X	
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X	X	X	
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X	X	X	X	
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	X	X	X	X	
21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	x	x		x	
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG					x
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	x	x	x	x	
24	Polo Rincon María Alexandra Alexandra Polo	x	x	x	x	
25	Cordero Cobos María Belen Beco	x	x	x	x	
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	x	x	x	x	
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	x	x	x	x	
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	x	x	x	x	
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	x	x	x	x	
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fiader, estudio de diseño	x	x	x	x	
31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean					X
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	x	x	x	x	
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store					X
34	Samaniego Regalado María Fernanda Nua Estudio de Diseño	x	x	x	x	
35	Calle Asanza Andrea Katherinne Paris Studio by Dis. Katty Calle					X
36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	x	x	x	x	
37	Guillen Serrano María Elisa Retro Industries	x	x	x	x	
38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	x	x	x	x	

Tabla 16. Encuesta cadena de valor confección a medida  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina					X
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijame	X	X		X	
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	X	X	X	X	
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	X	X	X	X	
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	X	X	X	X	
44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	X	X	X	X	
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona	X	X	X	X	
46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	X	X	X	X	
47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordóñez	X	X	X	X	
48	Moncayo Guijarro Claudia Natalia Mongui	X	X	X	X	
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot	X	X	X	X	
50	Lasso León Yessenia Belén Bela	X	X	X	X	
51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi					X
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini					X
53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas	X	X	X	X	
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily					X
55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana	X	X	X	X	
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo					X
57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO					X
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda					X
59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	X	X	X	X	
60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	X	X	X	X	
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	X	X	X	X	
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca					X
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	X	X	X	X	
64	Adriana Petroff Montesinos Nono	X	X	X	X	
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister					X
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit					X
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	X	X	X	X	
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales	X	X	X	X	
69	Mancheco Moscoso Jasmína Patricia Mina accesorios	X	X	X	X	
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	X	X	X	X	
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	X	X		X	
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	X	X	X	X	
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal					X
74	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustración textil					X
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	X	X	X	X	
76	Martinez Palacios Maria De Lourdes Lula Martinez	X	X	X	X	
77	Maria Paz Navarrete Calderon Distritex					X
78	Maria José Azúa Cabrera JA //Maria José Azúa	X	X	X	X	
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galería					X
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	X	X	X	X	

Tabla 17. Encuesta cadena de valor confección a medida  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons	X	X	X	X	
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	X	X	X	X	
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo					X
84	Carrasco Vazquez María Emilia Alba	X	X	X	X	
85	María Alicia Camacho Pauta María	X	X		X	
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello					X
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X	X	X	X	
88	Saquisili Reyes Arianna Lorena FUNDORA	X	X	X	X	
89	Sofía Isabela Vargas Silva Larga Vida					X
90	Cedillo Vera Marcela Irlanda Marcela Atelier	X	X	X	X	
91	Andrade García María Cecilia María Cecilia Andrade Design	X	X	X	X	
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	X	X	X	X	
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by_menna	X	X	X	X	
94	María Caridad Carrión Vidal Morada	X	X	X	X	
95	Galarza Quezada María Soledad Morena	X	X	X	X	
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa	X	X	X	X	
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	X	X	X	X	
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	X	X	X	X	
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL					X
100	Peña Angela Venci	X	X	X	X	
101	Sonia Juleysi Ramirez Piedra Woment	X	X	X	X	
102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina	X	X	X	X	
103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda	X	X	X	X	
104	Sánchez Llanos Maura Lisseth Maura Sánchez	X	X	X	X	
105	Rodriguez Maria Jose Mjrodriguez atelier	X	X	X	X	
106	María Verónica Pazmiño Martínez MV art custom	X	X	X	X	
107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO	X	X	X	X	
108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB	X	X	X	X	
109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto	X	X	X	X	
110	Lisseth Galindo N/N	X	X	X	X	
111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Piroquette	X	X	X	X	
112	Arévalo Maldonado Erika Rocio Rocio Armal Calzature					X
113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para Bodas	X	X	X	X	
114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by shela / Husky	X	X	X	X	
115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	X	X	X	X	
116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez	X	X	X	X	
117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagí Atelier de Moda	X	X	X	X	
118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios					X
119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA	X	X	X	X	
120	Tatiana Burbano TB	X	X	X	X	
121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez	X	X	X	X	
122	Vele Caymazo Maritza Angélica Marbetex	X	X	X	X	

Tabla 18. Encuesta cadena de valor confección a medida  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	X	X	X	X	
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma					X
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual					X
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X	X	X	X	
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt	X	X	X	X	
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	X	X	X	X	
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda	X	X	X	X	
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	X	X	X	X	
131	Llangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing	X	X	X	X	
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz L.E. Fabrica de Vestidos	X	X	X	X	
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA					X
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	X	X	X	X	
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	X	X	X	X	
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing					X
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-f's Closet					X
138	León Heras Karen Mariuxi Lulíha	X	X	X	X	
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	X	X	X	X	
140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas					X
141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	X	X	X	X	
142	Calle Lozano Andrea Belén Cálö	X	X	X	X	
143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	X	X	X	X	
144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana					X
145	María Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions					X
146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau					X
147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios					X
148	María Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	X	X	X	X	
149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	X	X	X	X	
150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	X	X	X	X	

Tabla 19. Encuesta cadena de valor confección a medida  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	Sublimado	Tinturado	Bordados	Apliques	Plizado	Encarrujado	Otros
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Ateller Andrea Castro			X	X	X	X	
2	Cuenca Argudo María Belén Bca	X		X	X			X
3	Cordova Solis María Cristina Cristina Cordova Alta Costura	X		X	X	X	X	X
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	X		X	X	X	X	X
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA			X	X	X		
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X		X	X	X	X	X
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesories	X						
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X		X	X	X	X	X
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X		X	X	X	X	X
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X		X	X			
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu				X	X	X	
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC				X	X	X	X
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	X		X		X		
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	X		X	X	X	X	X
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus				X	X	X	X
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	X		X	X	X	X	X
17	Estrada Carpio Lilian Esther Lily Estrada Studio de Moda							
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X	X	X		X	
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X		X	X	X	X	X
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle			X	X	X		
21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	x			x			x
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG			x	x			x
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	x		x	x	x	x	
24	Polo Rincon María Alexandra Alexandra Polo	x		x	x	x	x	
25	Cordero Cobos María Belen Beco	x	x		x	x	x	
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	x		x	x	x		x
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	x		x	x	x	x	
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing			x	x	x	x	x
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda			x	x	x	x	
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	x		x	x	x	x	x
31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean	x		x	x			x
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros			x	x	x	x	
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	x		x		x	x	
34	Samaniego Regalado María Fernanda Nua Estudio de Diseño	x		x	x	x	x	
35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle			x	x	x	x	
36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	x		x	x	x	x	
37	Guillen Serrano María Elisa Retro Industries	x	x		x	x		x
38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	x		x	x	x	x	

Tabla 20. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina	X						
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijame	X		X				
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	X			X	X	X	
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	X		X	X			
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	X		X	X	X	X	
44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	X		X	X			X
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona			X	X	X		
46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	X		X	X			
47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordoñez			X	X	X	X	
48	Moncayo Guijarro Claudia Natalia Mongui			X	X	X		
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot			X	X			
50	Lasso León Yessenia Belén Bela	X		X	X		X	
51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi	X		X	X			
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini				X			X
53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas			X	X			
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily			X	X			
55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana	X		X	X		X	
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo			X	X			
57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO							
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda	X		X	X			
59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	X			X			X
60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	X		X	X			X
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios			X	X	X		X
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca	X		X	X			
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	X			X	X	X	X
64	Adriana Petroff Montesinos Nono	X	X	X	X			X
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister	X			X			X
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit			X	X			
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	X		X	X	X	X	X
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales			X	X	X	X	X
69	Mancheno Moscoso Jasmina Patricia Mina accesorios	X			X			X
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	X		X	X			X
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	X			X			X
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	X		X	X	X	X	X
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal	X		X	X	X		X
74	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustracion textil	X	X	X	X			
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	X		X	X	X	X	X
76	Martinez Palacios Maria De Lourdes Lula Martinez	X		X	X	X	X	X
77	Maria Paz Navarrete Calderon Distritex	X			X			X
78	Maria José Azúa Cabrera JA //Maria José Azúa	X		X	X	X	X	X
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galeria			X	X			X
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio			X	X	X	X	X

Tabla 21. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons			X	X	X	X	
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	X		X	X	X	X	
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo							
84	Carrasco Vazquez Maria Emilia Alba				X	X	X	X
85	María Alicia Camacho Pauta María	X			X			X
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello	X			X			X
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X			X			X
88	Saquisili Reyes Arianna Lorena FUNDORA				X	X		X
89	Sofia Isabela Vargas Silva Larga Vida	X			X			X
90	Cedillo Vera Marcela Irianda Marcela Atelier	X		X	X	X	X	
91	Andrade Garcia María Cecilia Maria Cecilia Andrade Design	X			X	X	X	X
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	X		X	X			X
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by menna	X		X	X			X
94	María Caridad Carrión Vidal Morada	X	X		X			X
95	Galarza Quezada María Soledad Morena	X		X	X			X
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa	X			X	X		
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	X		X	X			X
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	X		X	X			X
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL							
100	Peña Angela Venci	X		X	X	X		X
101	Sonia Juleysi Ramírez Piedra Woment	X		X	X		X	X
102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina			X	X	X	X	
103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda	X		X	X	X	X	
104	Sánchez Llanos Maura Lisseth Maura Sánchez			X	X	X	X	
105	Rodríguez María Jose Mjrodriguez atelier		X	X	X			
106	María Verónica Pazmiño Martínez MV art custom	X	X	X	X			
107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO			X	X	X	X	X
108	Ávila Bustamante Oscar Paul JOB		X	X	X	X	X	
109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto			X	X	X	X	
110	Lisseth Galindo N/N	X		X	X	X	X	
111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pirouette			X	X	X		
112	Arévalo Maldonado Erika Rocio Rocio Armal Calzature			X	X			
113	Fernanda Muñoz Alvarez Save the Date Accesorios para Bodas	X		X	X			X
114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by shela / Husky	X		X	X	X		
115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN			X	X	X	X	
116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez			X	X	X	X	
117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagí Atelier de Moda			X	X	X	X	
118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios				X			
119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA	X		X	X	X		
120	Tatiana Burbano TB			X	X	X	X	
121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez			X	X	X	X	
122	Vele Caymayo Marithza Angélica Marbetex			X	X	X	X	

Tabla 22. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	X			X	X	X	
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma		X	X				
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual							X
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X		X	X	X		
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt			X	X	X	X	
128	Maria Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	X			X	X	X	
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda			X	X	X	X	
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia			X	X	X	X	
131	Llangari Pinchao Ligia Elena Garipi Fashion Desing	X		X	X	X		
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos			X	X	X	X	
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	X		X		X		X
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	X		X	X	X		
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	X		X	X	X		
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	X		X	X	X		
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-f's Closet	X		X	X		X	
138	León Heras Karen Mariuxi LuHha	X		X	X	X		
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía			X	X	X	X	
140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	X			X	X		
141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	X			X	X	X	
142	Calle Lozano Andrea Belén Cálö	X		X	X	X		
143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	X		X	X	X		
144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana	X		X	X	X		
145	Maria Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	X		X	X			
146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau			X	X			
147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios				X	X		
148	Maria Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	X		X	X			
149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	X		X	X	X		
150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	X		X	X	X	X	

Tabla 23. Encuesta cadena de valor técnicas y acabados  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	Menor escala	RUC	RISE	Gran escala	no tiene
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	X	X			
2	Cuenca Argudo María Belén Bca	X	X			
3	Cordova Solis María Cristina Cristina Cordova Alta Costura	X	X			
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	X	X			
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	X	X			
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X	X			
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesories	X		X		
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X	X			
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X	X			
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X	X			
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	X		X		
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	X	X			
13	Pefaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	X	X			
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	X	X			
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus		X		X	
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	X	X			
17	Estrada Carpio Lilian Esther Lily Estrada Studio de Moda	X				
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X			
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X	X			
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	X	X			
21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	X	X			
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG	X	X			
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	X	X			
24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	X	X			
25	Cordero Cobos María Belen Beco	X	X			
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	X	X			
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Crespo	X	X			
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	X	X			
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	X	X			
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	X	X			
31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean	X	X			
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	X		X		
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	X	X			
34	Samaniego Regalado María Fernanda Nua Estudio de Diseño	X	X			
35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle	X	X			
36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	X	X			
37	Guillen Serrano María Elisa Retro Industries	X	X			
38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	X		X		

Tabla 24. Encuesta cadena de valor confección  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla María Gabriela Chipachina	X		X		
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijame	X		X		
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	X	X			
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	X		X		
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	X	X			
44	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	X		X		
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona	X	X			
46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	X	X			
47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordoñez	X		X		
48	Moncayo Guijarro Claudia Natalia Mongui	X		X		
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot	X		X		
50	Lasso León Yessenia Belén Bela	X				X
51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kusi	X				X
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini	X	X			
53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas	X				X
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily	X		X		
55	Pesántez Calle Paola Andrea Suyana	X		X		
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo	X				X
57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO	X	X			
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda	X	X			
59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	X	X			
60	Meneses Barsallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	X	X			
61	Celleri Ordonez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	X	X			
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca	X	X			
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	X	X			
64	Adriana Petroff Montesinos Nono	X	X			
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister	X	X			
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelit	X		X		
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	X	X			
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales	X	X			
69	Mancheno Moscoso Jasmína Patricia Mina accesorios	X	X			
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	X	X			
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	X				X
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	X				X
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal	X	X			
74	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustracion textil	X		X		
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	X	X			
76	Martinez Palacios Maria De Lourdes Lula Martinez	X	X			
77	María Paz Navarrete Calderon Distritex	X	X			
78	María José Azúa Cabrera JA //María José Azúa	X	X			
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galeria	X	X			
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	X	X			

Tabla 25. Encuesta cadena de valor confección  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons	X	X			
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	X	X			
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo	X	X			
84	Carrasco Vazquez Maria Emilia Alba	X	X			
85	Maria Alicia Camacho Pauta Maria	X	X			
86	Reinoso Murillo Veronica Alejandra Arte bello	X		X		
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X		X		
88	Saquisilí Reyes Arianna Lorena FUNDORA	X				X
89	Sofia Isabela Vargas Silva Larga Vida	X				X
90	Cedillo Vera Marcela Irlanda Marcela Atelier	X	X			
91	Andrade Garcia Maria Cecilia Maria Cecilia Andrade Design	X		X		
92	Maria Bernarda Moreno Sarmiento Marrone	X	X			
93	Jessica Ximena Carrión Chimbo by menna	X	X			
94	Maria Caridad Carrión Vidal Morada	X	X			
95	Galarza Quezada Maria Soledad Morena	X	X			
96	Tatiana Avendaño Mejia OlaRosa	X		X		
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	X	X			
98	Galarza Castro Dayra Magaly Siul Dayra Galarza	X	X			
99	Maria Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL	X	X			
100	Peña Angela Venci	X	X			
101	Sonia Juleysi Ramirez Piedra Woment	X	X			
102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina	X	X			
103	Altamirano Tene Maria Paz Marial Estudio de Moda	X	X			
104	Sánchez Llanos Maura Liseth Maura Sánchez	X	X			
105	Rodriguez Maria Jose Mjrodriguez atelier	X		X		
106	Maria Verónica Pazmiño Martínez MV art custom	X	X			
107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO	X	X			
108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB	X	X			
109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shanto	X	X			
110	Liseth Galindo N/N	X	X			
111	Maria Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pirouette	X	X			
112	Arévalo Maldonado Erika Rocío Rocio Armal Calzature	X	X			
113	Fernanda Muñoz Alvarez Save the Date Accesorios para Bodas	X	X			
114	Cooper Pesántez Michelle Ruth se by shela / Husky	X	X			
115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	X				X
116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez	X				X
117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagí Atelier de Moda	X				X
118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios	X	X			
119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA	X	X			
120	Tatiana Burbano TB	X	X			
121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez	X	X			
122	Vele Caymayo Marithza Angélica Marbetex	X	X			

Tabla 26. Encuesta cadena de valor confección  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	X	X			
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma	X	X			
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual	X	X			
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X	X			
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt	X				X
128	Maria Cristina Illescas Mogrovejo Visenna	X				X
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda	X				X
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	X				X
131	Llangari Pinchao Lúgia Elena Garipi Fashion Desing	X	X			
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz LE. Fabrica de Vestidos	X	X			
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	X	X			
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	X	X			
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	X	X			
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	X		X		
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-'s Closet	X	X			
138	León Heras Karen Mariuxi Luhha	X				X
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	X	X			
140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	X	X			
141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	X	X			
142	Calle Lozano Andrea Belén Caló	X		X		
143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	X	X			
144	Juana Valeria Farfán Quintuña Banana	X	X			
145	Maria Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	X				X
146	Betsy Azucena Aucancela Carpio Betau	X		X		
147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios	X	X			
148	Maria Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	X	X			
149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	X	X			
150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil &	X	X			

Tabla 27. Encuesta cadena de valor confección  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	Redes Sociales	Instagram	Facebook	Tiktok	pagina web	catalogo
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	X	X	X			
2	Cuenca Argudo María Belén Bea	X	X	X			
3	Cordova Solis Maria Cristina Cristina Cordova Alta Costura	X	X	X			
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda	X	X	X			
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	X	X	X		X	
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X	X	X		X	X
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accesorios	X	X	X			
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X	X	X			
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X	X	X			
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X	X	X			
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu	X	X	X			
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	X	X	X		X	
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller	X	X	X			
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F'S CLOSET	X	X	X			
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus	X	X	X		X	X
16	Ordóñez Jiménez Eyloen Astrid Piezier	X	X	X			
17	Estrada Carpio Lillian Esther Lily Estrada Studio de Moda	X	X	X			
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X	X	X			
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X	X	X			
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	X	X	X			
21	Morales Crespo Monica Melissa Matusha	X	X	X			
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG	X	X	X			
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	X	X	X			
24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	X	X	X			
25	Cordero Cobos Maria Belen Beco	X	X	X			
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	X	X	X			
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	X	X	X			
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	X	X	X			X
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	X	X	X			
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	X	X	X			
31	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine Kamerry Denim Jean	X	X	X			X
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	X	X	X			
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	X	X	X			
34	Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño	X	X	X			
35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle	X	X	X			
36	Herrera Luzuriaga Maria Paula Paula Maria	X	X	X			
37	Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries	X	X	X			
38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	X	X	X			

Tabla 28. Encuesta cadena de valor difusión  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina	X	X	X			
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijama	X	X	X			
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	X	X	X			
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	X	X	X			
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Veliz Matute	X	X	X			
44	Hidalgo Ormazza Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	X	X	X			
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona	X	X	X			
46	Ximena Mogrovejo Desing Mogrovejo	X	X	X			X
47	Ordóñez Moscoho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordóñez	X	X	X			
48	Moncayo Guizarra Claudia Natalia Mongui	X	X	X			
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot	X	X	X			X
50	Lasso León Yessenia Belén Bela	X	X	X			
51	Royes Carpio Jessica Elizabeth Kusi	X	X	X			
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini	X	X	X			X
53	Proufo Brito Maria Cristina Okily Pijamas	X	X	X			
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Ovily	X	X	X			X
55	Pesantez Calle Paola Andrea Soyana	X	X	X			
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo	X	X	X			
57	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO	X	X	X		X	
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Aimo Estudio de Moda	X	X	X		X	
59	Manzano Lituma Andres Esteban Andrés Manzano Designer	X	X	X			
60	Meneses Barvallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	X	X	X			
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	X	X	X			
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chua Urbano Cuenca	X	X	X			X
63	Arias Gallegos Darry Nicolas Darry Arias Menswear	X	X	X			
64	Adriana Petroff Montesinos Nono	X	X	X			
65	Evelyn Fernanda Vasquez Alarón My Sister	X	X	X			
66	Dolores Fernanda Vera Lituma Fervelt	X	X	X			
67	Freddy Patricio Romero Zeas FRZ couture	X	X	X			
68	Gonzalez Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales	X	X	X			
69	Mancheno Moscoso Jaquima Patricia Mina accesorios	X	X	X			
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	X	X	X			
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila	X	X	X			
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez	X	X	X			
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal	X	X	X			
74	Molina Peralta Maria Veronica Garasa Ilustracion textil	X	X	X			
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	X	X	X			X
76	Martínez Palacios María De Lourdes Lula Martínez	X	X	X			X
77	Maria Paz Navarrete Calderon Distritex	X	X	X			
78	María José Ariza Cabrera JA / María José Ariza	X	X	X			
79	Carrasco Agrodo Clara Yolima Yolima Carrasco Galeria	X	X	X			
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	X	X	X			

Tabla 29. Encuesta cadena de valor difusión  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Larsons	X	X	X		
82	Chumbi Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	X	X	X		
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo	X	X	X		
84	Carrasco Vazquez Maria Emilia Alba	X	X	X		
85	Maria Alicia Camacho Pasta Maria	X	X	X		
86	Reinoso Murillo Verónica Alejandra Arte bello	X	X	X		
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X	X	X		
88	Saquilli Reyes Arianna Lorena FUNDORA	X	X	X		
89	Sofia Isabela Vargas Silva Larga Vida	X	X	X		
90	Cedillo Vera Marcela Irianda Marcela Atelier	X	X	X		
91	Andrade Garcia Maria Cecilia Maria Cecilia Andrade Design	X	X	X		
92	Maria Bernarda Moreno Sarmiento Mareene	X	X	X		
93	Jessica Jimena Carrón Chimbo by _merna	X	X	X		
94	Maria Caridad Carrón Vidal Morada	X	X	X		
95	Galarza Quezada Maria Soledad Morena	X	X	X		
96	Tatiana Averdado Mejia OlaRosa	X	X	X		
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana	X	X	X		
98	Galarza Castro Dayra Magaly Sial Dayra Galarza	X	X	X		
99	Maria Paz Moscoso Ochoa UNAPAZREAL	X	X	X		
100	Peña Angela Venci	X	X	X		
101	Sonia Juleysi Ramirez Piedra Worment	X	X	X		
102	Diana Carolina Cortés Silva Mangostina	X	X	X		
103	Altamirano Tene Maria Paz Marial Estudio de Moda	X	X	X		
104	Sánchez Llanos Maura Lisbeth Maura Sánchez	X	X	X		
105	Rodriguez Maria Jose Mjrodriguez_atelier	X	X	X		
106	Maria Verónica Pasmilo Martínez MV art custom	X	X	X		X
107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO	X	X	X		
108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB	X	X	X		
109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Shamo	X	X	X		
110	Lisbeth Galindo N/N	X	X	X		
111	Maria Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pinouette	X	X	X		
112	Arbalo Maldonado Erika Rocio Rocio Arrial Calzature	X	X	X		
113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para Bodas	X	X	X		
114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sc by shela / Husky	X	X	X		
115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN	X	X	X		
116	Márquez Tapia Sheila Craskaya Sheila Marquez	X	X	X		
117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagi Atelier de Moda	X	X	X		
118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Tarantini productos publicitarios	X	X	X		
119	Fernanda Estefanía Villalta Moltra BRENA	X	X	X		
120	Tatiana Barbano TB	X	X	X		
121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez	X	X	X		
122	Vele Caymayo Maritza Angélica Marbetex	X	X	X		

Tabla 30. Encuesta cadena de valor difusión  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belén Cereza&Kiwi	X	X	X		
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma	X	X	X		
125	Diana Catalina Muñoz Zhunio Clave Comunicación visual	X	X	X		
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X	X	X		
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral minnt	X	X	X		
128	María Cristina Illescas Mogrovejo Viserna	X	X	X		
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Coda	X	X	X		
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	X	X	X		
131	Llangari Pinchao Ligia Elena Garipí Fashion Desing	X	X	X		
132	Liseth Fabiola Encalada Ortiz L.E. Fabrica de Vestidos	X	X	X		
133	Patricia Valeria Tapia Barzallo INGENIA	X	X	X		
134	Mosquera Cedillo María Isabel Iskay tienda de diseño	X	X	X		
135	Jhordan Anabelle Franco Zamora Jhordan Franco Fashion Designer	X	X	X		
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing	X	X	X		
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-Fs Closet	X	X	X		
138	León Heras Karen Mariuxi Lufiha	X	X	X		
139	Valeria Melissa Farfán Cárdenas Maku Artesanía	X	X	X		
140	Andrea Paulina Enderica Coronel Runas	X	X	X		X
141	Ampuero Pena Pablo Andres Ampuero Indumentaria Femenina	X	X	X		
142	Calle Lozano Andrea Belén Caló	X	X	X		X
143	Mejía Carpio Santiago David Aprotex Azuay	X	X	X		X
144	Juana Valeria Farfán Quinñana Banana	X	X	X		
145	María Elisa Saquicela Cordero Bath Solutions	X	X	X		X
146	Betsy Azacena Aucanocla Carpio Betau	X	X	X		
147	Quezada Cantos Sebastian Alejandro Bolson Bolsos Y Accesorios	X	X	X		
148	María Rosa Fajardo Loja Glooc Seguridad	X	X	X		
149	Joselyn Paulette Sánchez Peralta Buoo Textil	X	X	X		
150	Pauta Coello Diana Camila Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda	X	X	X		

Tabla 31. Encuesta cadena de valor difusión  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

	Emprendimiento	Local propio	Venta a consignacion	redes sociales	Tienda de diseno	otro
1	Castro Cajamarca Andrea Liliana Atelier Andrea Castro	X		X		
2	Cuenca Argudo Maria Belén Bea			X		
3	Cordova Solis Maria Cristina Cristina Cordova Alta Costura			X		
4	Carangui Lema Ruth Daniela D.C Diseño y moda			X		
5	Reinoso Quezada Natali Carolina DOROTEA	X		X		
6	Brito Sánchez Evelyn Cristina Camisas B&B	X		X		
7	Alvarado Ortega Verónica Alexandra Florescence Accessories	X		X		
8	Ramon Calle Paola Gabriela Gabriela Ramón Diseño de Moda	X		X		
9	Galindo Pazán Johanna Tamara Galindo Tamara	X		X		
10	Altamirano Gomez Diego Jose Joshelo Altamirano	X		X		
11	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana Kimu			X	X	
12	Vazquez Centeno Vanesa Cristina Lamarca EC	X		X		
13	Peñaherrera Alarcon Erica Karla La Puchunga Taller			X	X	
14	Rojas Terreros Dania Fernanda LO-F 'S CLOSET	X		X		
15	Nieto Trelles Daniela Cristina Lugus	X	X	X		
16	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid Piezier	X		X		
17	Estrada Carpio Lillian Esther Lily Estrada Studio de Moda			X		
18	Zeas Carrillo Silvia Gabriela Taller Silvia Zeas	X		X		
19	Bravo Gordillo Rita Verónica Moda V&B	X		X		
20	Iñiguez Dávila Claudia Marina Canelle	X		X		
21	Morales Crespo Monica Melissa Matasha			X		
22	Guzmán Peralta Erick Adrián Adriano AG			X	X	
23	Donoso Loyola Alexandra Patricia Alexandra Donoso	X		X		
24	Polo Rincon Maria Alexandra Alexandra Polo	X		X		
25				X		
26	Padrón Flasher Kelsi Marie Blossom	X		X		
27	Crespo Ayora Karina Fernanda Cresspo	X		X		
28	Apolo Guerra Daniela EL-LA Clothing	X		X		
29	Galindo Zeas Magdalena Ruht Fit Studio de Moda	X		X		
30	Mosquera Vargas Bianca Estefania Fjader, estudio de diseño	X	X	X		
31	Tenezaca Paródes Jhesenia Katherine Kamberry Denim Jean	X	X	X		
32	Carrión Troya Claudia Daniela Kentavros	X				
33	Arias Cerón Gala Indira Mishi Mishi Store	X	X			
34	Samaniego Regalado Maria Fernanda Nua Estudio de Diseño	X		X		
35	Calle Asanza Andrea Katherine Paris Studio by Dis. Katty Calle	X		X		
36	Herrera Luzuriaga María Paula Paula María	X				
37	Guillen Serrano Maria Elisa Retro Industries	X				
38	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando Black Estudio de Moda	X	X	X		

Tabla 32. Encuesta cadena de valor comercialización  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

39	Valdivieso Vintimilla Maria Gabriela Chipachina			X	
40	Tapia Tapia Paula Cristina Moon Shine Pijama			X	
41	Pena Leon Diego Fernando Dp Designers Store	X		X	
42	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth Gabriela Cabrera Diseño de Moda	X		X	
43	Veliz Matute Carlos Rene Krios Véliz Matute	X			
44	Hidalgo Ormazá Andrea Katherine Hidalgo Estudio de Moda	X		X	
45	Abad Barahona Karla Daniela Karla Abad Barahona			X	X
46	Ximena Mogrovejo Design Mogrovejo			X	
47	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina Lizbeth Ordóñez			X	
48	Moncayo Guajarro Claudia Natalia Morgui			X	
49	Ochoa Arizaga Jessie Carolina Polka Dot			X	
50	Lasso León Yessenia Belén Bela			X	
51	Reyes Carpio Jessica Elizabeth Kuri			X	
52	Cajamarca Vasquez Fredi Marcelo Marcini	X		X	
53	Proaño Brito Maria Cristina Okily Pijamas			X	
54	Pesantez Calle Geovanna Carolina Okily	X		X	
55	Pesantez Calle Paola Andrea Sovana			X	
56	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela Mena Mo			X	
57	Mogrovejo Tuncela Alexandra Ximena KIMSA - STUDIO	X		X	
58	Alvarez Mogrovejo Ana Cristina Almo Estudio de Moda	X		X	
59	Manzano Litama Andres Esteban Andrés Manzano Designer	X		X	
60	Meneses Basallo Ana Carolina Diseñadora Carolina Meneses	X		X	
61	Celleri Ordóñez Cindy Cecilia CC Vestidos y accesorios	X		X	
62	Marcos Leonardo Armijos Vera Chaa Urbano Cuenca			X	
63	Arias Gallegos Danny Nicolas Danny Arias Menswear	X		X	X
64	Adriana Petroff Montesinos Nemo	X		X	
65	Ivelyn Fernanda Vasquez Alarcón My Sister			X	X
66	Dolores Fernanda Vera Litama Fervelit			X	
67	Freddy Patricio Romero Zonas FRZ couture			X	
68	González Cabrera Gabriela Paola Estudio de moda Gabriela Gonzales	X		X	
69	Marcheno Moscoso Jasmira Patricia Mina accesorios	X		X	
70	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth Pamela Ruiz	X		X	
71	Paul Abimael Suárez Avila Abimael Avila			X	
72	Sandra Marcela Fernandez Ramon Sandra Fernandez			X	
73	Salgado Holguín Paul Antonio Tienda de diseño Surreal			X	X
74	Molina Peralta Maria Veronica Gueasa Ilustracion textil	X		X	
75	Paola Andrea Machado Segarra Gemely's	X		X	
76	Martínez Palacios Maria De Lourdes Lula Martínez	X		X	X
77	Maria Paz Navarrete Calderon Distrix	X		X	
78	Maria José Azúa Cabrera JA // María José Azúa			X	
79	Carrasco Agredo Clara Yolima Yolima Carrasco Galería	X		X	X
80	Cueva Abad Pedro Jose Peter Cave Fashion Studio	X		X	

Tabla 33. Encuesta cadena de valor comercialización  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

81	Tatiana Monserrath Cabrera Capelo Titi Lamons			X	X	
82	Charubé Rivera Karla Viviana Vivian estudio de moda	X		X		
83	Isabel Borrero Yana estudio creativo			X		X
84	Carrasco Vazquez Maria Emilia Alba	X		X	X	
85	María Alicia Camacho Pasta María			X		
86	Reinoso Murillo Verónica Alejandra Arte bello			X		
87	Toledo Garzón Juan Andrés Doucher EC	X		X		
88	Saquildi Reyes Arianna Lorena FUNDORA			X		
89	Sofía Isabela Vargas Silva Larga Vida			X		
90	Codillo Vera Marcela Irlanda Marcella Atelier	X		X		
91	Andrade Garcia María Cecilia María Cecilia Andrade Design			X	X	
92	María Bernarda Moreno Sarmiento Marrone			X		
93	Jessica Ximena Carrón Chimbo by _merna			X		
94	María Caridad Carrón Vidal Morada			X		
95	Galarza Quenzada María Soledad Morena			X		
96	Tatiana Avendaño Mejía OlaRosa			X	X	
97	Karen Michelle Torres Alves Sirana			X		
98	Galarza Castro Dayra Magaly Sud Dayra Galarza			X		
99	María Paz Moscoso Ochoa UNAPAZRIAL			X		
100	Peña Angélica Venci			X		
101	Sonia Juleysi Ramírez Piedra Woment			X		
102	Diana Carolina Cortés Silva Margostina			X	X	
103	Altamirano Tene María Paz Marial Estudio de Moda	X		X		
104	Sánchez Llanos Maura Lisseth Maura Sánchez			X	X	
105	Rodríguez María José Mrodriguez_atelier			X		
106	María Verónica Pasmilo Martínez MV art custom			X		
107	Merchan Arce Ninoska Fernanda NINO ESTUDIO			X	X	
108	Avila Bustamante Oscar Paul JOB			X		
109	Guerrero Sinchi Jenny Patricia Sharno			X		
110	Lisseth Galindo N/N			X		
111	María Belén Vintimilla Rovalino Relevé Pirosette			X		
112	Arévalo Maldonado Erika Rocío Rocio Armal Calzature			X	X	
113	Fernanda Muñoz Álvarez Save the Date Accesorios para Bodas			X	X	
114	Cooper Pesántez Michelle Ruth sg by shela / Husky	X		X	X	
115	Segarra Sebastian SEBASTIAN SEGARRA DESIGN			X	X	
116	Márquez Tapia Sheila Cruskaya Sheila Marquez			X		
117	Urgiles Ortiz Jennyfer Tatiana Tagi Atelier de Moda			X		
118	Zenteno Vasquez Geovanna Alejandra Taramini productos publicitarios	X		X		
119	Fernanda Estefanía Villalta Molina BRENA			X		
120	Tatiana Burbano TB			X		
121	Estefanía Vázquez Segarra Estefanía Vázquez			X		
122	Vele Caymayo Maritza Angélica Marbetex			X		

Tabla 34. Encuesta cadena de valor comercialización  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

123	Abril Abril Ximena Belón Cereza&Kivi			X		
124	Polo Aguilar Claudia Elizabeth Arte para el alma			X		X
125	Diana Catalina Muñoz Zúñiga Clave Comunicación visual			X		
126	Claudia Cristina Barros Cardenas Clodette	X		X		
127	Sangurima Merchán Karla Evelin Coral mint			X		
128	Maria Cristina Elescás Mogrovejo Viscena			X		
129	Daniela Johanna Reinoso Cartagena Ceda			X	X	
130	Baxter Moscoso Emily Jane Emily Baxter novias y ceremonia	X		X		
131	Liangari Pincho Ligia Elena Garipi Fashion Design			X	X	
132	Liveth Fabiola Escalada Ortiz L.E. Fabrica de Vestidos			X	X	
133	Patricia Valeria Tapia Barriallo INGENIA	X		X		
134	Mosquera Cedillo Maria Isabel Iskay tienda de diseño	X		X		
135	Jbordan Anabelle Franco Zamora Jbordan Franco Fashion Designer			X	X	
136	Rodas Lojano David Andres Kuro's Desing			X		
137	Maritza Fernanda Rojas Zapata Lo-Fs Closet	X		X		
138	León Heras Karen Mariuxi Luliba	X		X	X	
139	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad	X		X		
140	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad		X	X	X	
141	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad	X		X		
142	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad			X	X	
143	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad	X		X		
144	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad	X		X		
145	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad			X		
146	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad			X		
147	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad			X	X	
148	Maria Rosa Fajardo Loja Gloce Seguridad	X		X		
149	Joselyn Paulette Sánchez Peña Itaco Textil	X		X		
150	Paura Coello Diana Camila Camila Paura C. Diseño Textil & Moda			X		

Tabla 35. Encuesta cadena de valor comercialización  
Fuente: Autoría Tatiana Guillén

## Abstract of the project

**Title of the project** Analysis of production and marketing logics within the framework of cultural industries.

**Project subtitle** Textile and Clothing Design ventures in the city of Cuenca.

**Summary:** The textile and clothing design entrepreneurship in the city of Cuenca generates a significant contribution to the local economy and the national Gross Domestic Product, their contribution is recorded by Satellite Accounts. In addition, our city has the "Creative Hemisphere" Directory developed by the Directory of Culture, Recreation, and Knowledge, within which, through this investigation, it has been identified that the registry is less than the existing entrepreneurship, the data has been updated with the value chain of 141 brands, which includes the registry of their production and commercialization logics that will be published in the future.

**Keywords** Cultural Industries, value chain, Culture Satellite Account, Cultural Economy, design ventures.

**Student** Guillen Jaramillo Tatiana Alexandra

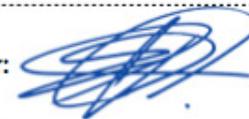
**ID** 105023485      **Code** 81801

**Director** Dis. Silvia Gabriela Zeas Carrillo, Mgt.

**Co-director:**

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

**Revisor:**



VALDIVIEZO RAMIREZ ESTEBAN

**N°. Cédula Identidad** 0102798261

